

Turismo

Meno viaggi,
più disagi
Pag. 5

Trasporti

Ecco perché faccio
causa a Trenitalia
Pag. 6

Salute

Influenza A, il business
della paura
Pag. 7

Le rubriche

Notizie, campagne,
informazioni utili
Pag. 8/11

Consumers'

il mensile dei consumatori

magazine

gennaio 2010



MOVIMENTO CONSUMATORI

www.movimentoconsumatori.it - info@movimentoconsumatori.it
via Piemonte, 39/a - 00187 Roma tel. 06.4880053 fax 06.4820227

VITA
non profit magazine

www.vita.it

DIRITTI IN TRIBUNALE

CLASS ACTION ALL'ITALIANA

È finalmente in vigore un provvedimento atteso, ma che, a forza di modifiche, ha cambiato natura. A svantaggio dei consumatori

C'era una volta una speranza. La speranza di avere finalmente uno strumento giuridico che consentisse ai consumatori di confrontarsi con il mondo delle imprese. Si chiamava class action ed era stata presentata, come progetto, dal governo Prodi nel 2007. Da allora è stato un percorso di stop e di continui interventi. Che hanno portato all'entrata in vigore, dal 1° gennaio di quest'anno, di uno strumento che pochissimo ha a che fare con la speranza iniziale. Una norma non retroattiva (quindi non applicabile a casi eclatanti come Cirio e Parmalat), che relega le associazioni di consumatori al ruolo di comprimari, che impone costi proibitivi e che rende assai improbabili i risarcimenti, come miraggi. *Consumers' Magazine* di questo mese vi spiega nel dettaglio la nuova norma.

dossier
da pagina 2 a pagina 4



una buona notizia... Meno pessimismo tra gli italiani

Diminuisce il pessimismo degli italiani. Il che di questi tempi è già una buona notizia. Lo rivela una rivelazione di Deloitte secondo cui nel 2009 il 56% degli intervistati considera infatti ancora l'economia in recessione, contro l'88% dello scorso anno. Il 45% sostiene che il proprio potere d'acquisto stia diminuendo, lo scorso anno erano il 64%. I consumatori "più saggi" stanno adottando comportamenti di consumo più razionali.

...e una cattiva Farmaci, questi sconosciuti

Quattro persone su dieci confondono i farmaci da banco con i generici o equivalenti. Sei su dieci conoscono il significato di parole come "interazione" e "controindicazione", ma confondono il concetto di "controindicazione" con quello di "effetti collaterali". Quattro su dieci non riescono a calcolare la dose massima di un farmaco da prendere più volte al giorno. Lo rivela l'Osservatorio della comunicazione sanitaria dell'università di Pisa.



L'intervista
**Anna
Bartolini**
a pagina 4

editoriale

I nostri tre anni insieme

di **Lorenzo Miozzi***

Tre anni fa nasceva questa testata, *Consumers' Magazine*. Eravamo nel pieno delle liberalizzazioni dei decreti Bersani, Mister Prezzi non sapevamo nemmeno cosa fosse e quando si parlava di "class action", il riferimento inevitabile era agli Stati Uniti. E negli Stati Uniti Obama erano in pochi a conoscerlo, la crisi economica era letteralmente un caso di scuola, indebitamento e mutui erano ancora in piena fase di crescita. Tre anni vengono considerati un medio periodo e anche se in realtà sono appena dietro l'angolo, sembra di raccontare un altro pezzo di storia.

*presidente Movimento Consumatori

segue a pagina 4

IL GRILLO DEL MESE

www.beppegrillo.it



FOSSILI INDUSTRIALI

Gli aiuti di Stato vanno impiegati per creare il futuro, non per tenere in vita dei fossili industriali come la Fiat. Soldi per le rinnovabili, non per le auto a petrolio. E i soldi alle aziende vanno dati solo se vengono reinvestiti in Italia. Altrimenti è meglio consegnarli direttamente ai dipendenti per lavori

socialmente utili. L'Italia è un immenso parcheggio e di macchine ne abbiamo per le prossime tre generazioni, è sufficiente qualche pezzo di ricambio. La crisi non ci ha insegnato nulla. Chi è stato premiato? Banche, petrolieri, società automobilistiche: quelli che l'hanno causata. Chi è rimasto a casa? I lavoratori. www.beppegrillo.it



CLASS ACTION ALL'ITALIANA

Consumatori, silenzio in aula

Non è retroattiva. Quindi bye bye Cirio e Parmalat. Associazioni relegate al ruolo di comprimari. Costi proibitivi. Risarcimenti come miraggi. Ecco come uno strumento pensato per i cittadini è stato trasformato in un sicuro vantaggio per le imprese scorrette

di Paolo Fiorio*

«**A**nche in Italia diventa finalmente operativo uno strumento di civiltà, essenziale per la tutela dei consumatori, già attivo in altri Paesi sviluppati». Così il ministro dello Sviluppo economico, Scajola ha commentato l'entrata in vigore della class action lo scorso 1° gennaio, aggiungendo che «da ora è più semplice, concreto ed effettivo l'esercizio dell'azione collettiva».

Lo zampino di Confindustria

Se è vero che le azioni risarcitorie di classe o collettive, meglio note nella versione americana della class action, sono uno strumento fondamentale per la tutela dei diritti dei cittadini, pare che il ministro sia eccessivamente ottimista sulle potenzialità dell'azione di classe, così come modificata nello scorso luglio su impulso del governo. Se già il testo precedente configurava uno strumento particolarmente debole, quello attuale pare aver recepito esclusivamente le istanze di Confindustria e delle altre organizzazioni imprenditoriali che miravano a rendere la class action italiana un'arma spuntata. Basti pensare alla cosiddetta irretroattività dell'azione che non consentirà di richiedere il risarcimento dei danneggiati lesi da comportamenti posti in essere prima dell'entrata in vigore della legge (Cirio, Parmalat, ma anche il caso delle polizze Cnp Vita, vedi articolo nella pagina accanto). Si tratta di una sciagurata invenzione che risponde alla sola finalità di proteggere le imprese dalle malefatte già poste in essere.

Bene pubblico

Le azioni collettive risarcitorie sono strumenti essenziali per tutti i sistemi economici avanzati caratterizzati da rapporti di massa che non possono essere tutelati secondo una dimensione meramente individuale della giustizia. Il diritto di una collettività o di una classe di

ottenere il risarcimento del danno subito, senza che ogni danneggiato debba avviare un'azione individuale e sopportarne i costi (e quindi di fatto rimanere inerte), permette di conseguire alcuni fondamentali beni pubblici: la deterrenza dal compimento degli illeciti, la riparazione dei danneggiati, l'economia processuale. In altre parole, un buon livello di giustizia sociale ed economica.

Gli Usa sono lontani

La nostrana azione di classe, pur ispirandosi fin dal nome alla class action statunitense, se ne distanzia su alcuni fondamentali profili la cui mancanza segna una distanza abissale tra un sistema particolarmente evoluto quale quello statunitense e l'Italia. Negli Stati Uniti la sentenza che decide la class action vale per tutti i danneggiati che non abbiano esercitato il recesso dall'azione, che non superano mai il 2 o il 3% dei danneggiati. In Italia il risarcimento sarà limitato ai soli consumatori che abbiano aderito all'azione, ovvero, specialmente per i danni di lieve entità, ad un'esigua minoranza. Molti consumatori ignorano di essere stati danneggiati, di poter agire in giudizio ed in ogni caso valuteranno attentamente il rapporto tra i costi, la perdita di tempo e i benefici attesi. L'adesione, seppur meno costosa di un'azione individuale, è un ostacolo che limiterà senza dubbio l'ammontare complessivo del danno risarcibile e, di conseguenza, l'effetto di deterrenza. Se si considera poi che per i medesimi fatti è proponibile una sola azione (altra aberrante novità) è evidente che la maggior parte dei danneggiati rimarrà a piedi, confinata nei giudizi individuali.

Associazioni? No grazie

Le associazioni dei consumatori da veri (anche se non unici) protagonisti della tutela risarcitoria collettiva introdotta nel 2007 diventano meri comprimari, legitti-

mati a rappresentare la collettività solo in presenza di un mandato conferito da un membro della classe che è l'unico soggetto legittimato ad aderire direttamente all'azione. Si tratta di una visione chiaramente individualistica e di sfavore per le organizzazioni che tutelano gli interessi collettivi dei cittadini, che altrimenti, forse, avrebbero assunto un ruolo sempre più scomodo per i cosiddetti poteri forti.

Costi enormi

Ma perché un singolo consumatore che non ha mai né l'interesse né le risorse economiche per avviare un giudizio individuale dovrebbe sobbarcarsi un'iniziativa collettiva ben più costosa? Difficilmente (così come avviene negli Stati Uniti) saranno gli avvocati i veri promotori dell'azione in quanto la nostra class action non introduce nessun serio incentivo economico per gli studi legali. Anche le associazioni non godono di migliore fortuna: ricevuto il mandato dal danneggiato si vedrebbero costrette a sopportare costi di gestione del processo enormi a fronte di una situazione instabile in quanto il consumatore può sempre revocare il mandato o transigere la lite con l'impresa con grandi vantaggi individuali e scarsi o nulli su scala collettiva. Tutto ciò senza alcun controllo non solo da parte dell'associazione ma anche del tribunale.

I costi dell'azione sono potenzialmente enormi: il promotore deve infatti sostenere ed anticipare non solo i costi della difesa (avvocati, consulenti), ma anche quelli organizzativi per chiamare a raccolta i danneggiati, per dare pubblicità all'azione e per informare gli aderenti nel corso del giudizio. Se perde deve pagare le spese di soccombenza e se l'azione è dichiarata inammissibile può essere tenuto ad onerosi adempimenti pubblicitari.

*coordinatore Osservatorio credito e risparmio
Movimento Consumatori

LE TRE FASI

FONTE: IL SOLE24ORE

1 IL FILTRO

Il tribunale

Nel corso della prima udienza decide, con ordinanza, sull'ammissibilità della domanda. Può sospendere il giudizio se su fatti rilevanti ai fini della decisione è in corso un'istruttoria davanti a un'autorità indipendente o al giudice amministrativo.

I casi di inammissibilità

La domanda è dichiarata inammissibile

Quando è manifestamente infondata

Quando sussiste un conflitto di interessi

Quando il giudice non ravvisa l'identità dei diritti individuali tutelabili

Quando il proponente non appare in grado di curare l'interesse della classe

Un freno agli abusi

Con l'ordinanza di inammissibilità, il giudice decide sulle spese. Il proponente che ha agito con mala fede o colpa grave può essere condannato alle spese. Anche al giudizio di inammissibilità deve essere data ampia pubblicità sempre a spese del soccombente

2 L'ADESIONE

La pubblicità

Con l'ordinanza con cui ammette l'azione di classe, il giudice stabilisce i termini della pubblicità per consentire l'adesione degli appartenenti alla classe

L'ordinanza specifica i criteri in base ai quali i soggetti che chiedono di aderire sono inclusi o esclusi

È fissato un termine, non superiore, a 120 giorni dalla scadenza di quello per l'esecuzione della pubblicità, entro il quale gli atti di adesione sono depositati in cancelleria

L'«opt in»

I consumatori e gli utenti aderiscono all'azione di classe senza bisogno del difensore

L'adesione comporta la rinuncia a ogni azione restitutoria o risarcitoria individuale

L'atto di adesione va depositato personalmente o a cura del proponente l'azione nella cancelleria del tribunale

È fatta salva l'azione individuale dei soggetti che non aderiscono all'azione

3 IL GIUDIZIO

La condanna

Se accoglie la domanda, il tribunale pronuncia sentenza di condanna

Con la condanna vengono liquidate le somme dovute a chi ha aderito all'azione o viene stabilito il criterio di calcolo per la liquidazione

La sentenza diviene esecutiva decorsi 180 giorni dalla pubblicazione

Gli effetti

La sentenza che definisce il giudizio fa stato anche nei confronti degli aderenti all'azione di classe

Non sono proponibili ulteriori azioni di classe per i medesimi fatti e nei confronti della stessa impresa dopo la scadenza del termine per l'adesione (le domande proposte entro detto termine sono riunite d'ufficio se pendenti davanti allo stesso tribunale)

Le rinunce e le transazioni tra le parti non pregiudicano i diritti degli aderenti che non vi hanno espressamente consentito



PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

La versione di Brunetta? Solo una legge piena di buone intenzioni

Nessun risarcimento previsto, ma solo il ripristino del servizio in caso di inefficienze della Pa. Un'entrata in vigore ancora tutta da decidere. Miozzi: «Una norma inutile, svuotata di ogni forza»

di Angela Gennaro

La chiamano class action nella pubblica amministrazione, ed è diventata uno dei cavalli di battaglia del ministro Renato Brunetta. Ed è tutta lì, nel decreto legislativo 20 dicembre 2009, n. 198, «Attuazione dell'articolo 4 della legge 4 marzo 2009, n. 15, in materia di ricorso per l'efficienza delle amministrazioni e dei concessionari di servizi pubblici», pubblicato in Gazzetta Ufficiale il 31 dicembre 2009, n. 303. Lo strumento, che fa parte della riforma Brunetta, non prevede il risarcimento del danno ma solo il ripristino del servizio. Riguarda non solo le pubbliche amministrazioni, ma anche i concessionari dei servizi pubblici (come Autostrade o Rai, ad esempio). Per questi ultimi, in caso di «recidività» e quindi persistenza del disservizio, si potrà anche valutare la revoca della concessione.

Lotta ai servizi «carenti» nel Belpaese? Macché. Ad oggi la class action nella Pa è solo potenziale. Il testo approvato, infatti, cambia rispetto alla bozza precedente, che prevedeva l'entrata in vigore dal 1° gennaio 2010. Riguardo ad azioni che tendono a sanzionare il mancato rispetto a degli standard qualitativi per i concessionari di servizi pubblici (Trenitalia, Comuni, Province, Regioni, società della luce, del gas, dell'acqua, ecc.) la class action viene rinviata a decreti della Presidenza del Consiglio che dovranno fissare gli standard qualitativi dei servizi da erogare al cittadino. Lo dice l'art. 7.

In attesa dei decreti, ecco le caratteristiche della legge. Cittadini singoli, ma anche associazioni, potranno presentare ricorso. In quali casi? Inefficienze del servizio, come il mancato rispetto dei tempi previsti o degli standard di qualità, «nei confronti delle amministrazioni pubbliche e dei concessionari di servizi pubblici».

Questo nel caso in cui l'inefficienza porti «una lesione diretta, concreta e attuale dei propri interessi, dalla violazione di termini o dalla mancata emanazione di atti amministrativi generali obbligatori» con un termine fissato per legge (fatta eccezione, naturalmente, per quelli aventi contenuto normativo). O nel caso di «violazione degli obblighi contenuti nelle Carte di servizi» o di standard qualitativi ed economici stabiliti nel caso di concessionari di servizi pubblici, autorità preposte alla regolazione e al controllo del settore e per le Pa.

Per il ministero della Pubblica amministrazione la norma soddisfa la «pretesa avanzata da uno o più cittadini a un controllo esterno di tipo giudiziale sul rispetto degli standard di qualità, economicità e tempestività», nonché «la massima pubblicità al giudizio e la costante responsabilizzazione degli operatori pubblici». Il ricorso, spiega una nota ufficiale del dicastero, potrà essere presentato in seguito alla lesione di interessi giuridicamente rilevanti per una pluralità di utenti provocata dalla violazione degli standard qualitativi, così come degli obblighi contenute nelle Carte dei servizi. È prevista anche una diffida preventiva all'amministrazione, così che sia informata tempestivamente dell'azione collettiva e possa evitarla. Il monitoraggio sull'attuazione delle disposizioni è un compito che spetta alla Presidenza del Consiglio e alla commissione per la Valutazione, la trasparenza e l'integrità delle amministrazioni.

«Il termine class action in questo caso è veramente improprio, visto che si tratta di una norma inutile, svuotata di ogni forza, uno di quei provvedimenti che contribuiscono ad aiutare le imprese a danno dei consumatori», chiosa Lorenzo Miozzi, presidente del Movimento Consumatori.

La cronologia

Cronaca di uno smantellamento

A dicembre del 2007 la class action entra nella discussione parlamentare. Con una rocambolesca votazione, il primo testo viene approvato e inserito nella legge Finanziaria. Si chiama «Azione collettiva risarcitoria» e può essere iniziata dalle associazioni dei consumatori e da altre associazioni rappresentative. Per il singolo consumatore è sempre possibile aderire all'azione fino all'eventuale appello e si può agire per illeciti già avvenuti. La norma, viene stabilito, entrerà pienamente in vigore solo dopo 180 giorni. Il timore degli ambienti imprenditoriali, però, spinge il governo verso un rinvio dell'entrata in vigore. A ridosso della scadenza del termine del 1° luglio, infatti, il governo approva frettolosamente un rinvio inserito in un decreto legge del 25 giugno. Entrata in vigore slittata di altri 180 giorni. Nel frattempo in commissione Giustizia si lavora a modifiche che secondo le associazioni sono solo peggiorative. Altra proroga a dicembre 2008 nel cosiddetto Milleproroghe: altro rinvio di 180 giorni. Altro Milleproroghe e altri 180 giorni a luglio del 2009. Dopo tutti questi rinvii, però, la legge non entrerà mai in vigore così come scritta nel 2007 perché, sempre a luglio del 2009, viene approvato un testo radicalmente diverso che, questa volta senza rinvii, è entrato in vigore il 1° gennaio 2010. Viene cambiato anche il nome, non più «azione collettiva risarcitoria» ma «azione di classe». Inoltre, è stata introdotta l'irretroattività, vale a dire l'impossibilità di utilizzare l'azione di classe per illeciti commessi prima dell'agosto 2009, ed è stabilito che il consumatore può aderire solo entro un termine molto ristretto dall'inizio dell'azione.

VITTORIA IN TRIBUNALE DI MC

Assicurazione "tossica", consumatori risarciti

Importante vittoria dei consumatori: a seguito dell'azione collettiva, promossa dal Movimento Consumatori, il Tribunale di Milano ha accertato che Cnp Vita, compagnia del gruppo Unicredit, ha avuto un comportamento gravemente lesivo nei riguardi di 6.500 famiglie italiane che avevano acquistato, per oltre 182 milioni di euro, polizze vita collegate a titoli emessi dalla Lehman Brothers. Queste polizze, denominate «Performance», prevedevano espressamente la «garanzia» della restituzione del capitale da parte della compagnia.

Alla scadenza - prevista tra aprile e luglio 2009 - e a prescindere dall'andamento dei titoli emessi dalla banca d'af-

6.500 famiglie che hanno sottoscritto polizze Cnp Vita, legate a titoli Lehman Brothers, avranno diritto alla restituzione dei premi

fari statunitense, Cnp Vita avrebbe dovuto restituire l'intero premio versato. Ma la restituzione non ha avuto luogo, perché la società del Gruppo Unicredit, immediatamente dopo il crac Lehman Brothers (avvenuto nel settembre del 2008), ha negato i rimborsi (pari in me-

dia a 28mila euro a famiglia), e ha avviato un'iniziativa ingannevole e gravemente scorretta, che prevedeva la restituzione solo del 50% del capitale originario, oppure la trasformazione della vecchia polizza con una nuova «a vita intera», che in ogni caso non garantiva la restituzione della totalità dell'investimento iniziale.

«Il Tribunale di Milano», afferma Paolo Fiorio, coordinatore dell'Osservatorio Credito e risparmio del Movimento Consumatori, «ha riconosciuto che Cnp non ha agito con la correttezza dovuta, traendo in inganno i propri clienti ai quali spettava la restituzione di quanto investito. Come richiesto dal Movimento Consumatori, Cnp è stata

condannata a comunicare a tutti i sottoscrittori delle polizze che la compagnia alla scadenza doveva restituire integralmente i premi versati.

Tutti i consumatori che hanno sottoscritto le polizze in questione hanno diritto ad ottenere la restituzione integrale dei premi versati, e a far annullare le transazioni fatte sottoscrivere in maniera ingannevole da Cnp Unicredit Vita». Cnp Unicredit Vita è la compagnia di bancassurance controllata dal gruppo francese Cnp Assurances S.A. MC tutelerà tutti i danneggiati che possono rivolgerli all'associazione anche tramite l'indirizzo email azioni.collettive@movimentoconsumatori.it per avviare azioni individuali o di gruppo.



ANNA BARTOLINI

«In Europa è un'arma efficace. Da noi un vero percorso a ostacoli»

di Angela Carta

«C'è un bel po' di delusione nell'ambiente consumeristico italiano per la class action recentemente approvata». Ad affermarlo è Anna Bartolini, giornalista e scrittrice, esperta di temi nazionali e internazionali legati al consumerismo e rappresentante italiana nel Consiglio dei consumatori dell'Ue.

Consumers' Magazine: Dalla sua esperienza europea come colloca la class action nostrana?

**Anna Bartolini:**

Il nostro modello è stato giudicato da molti come difficile da avviare, economicamente rischioso e inefficace per chi gestisce servizi pubblici, anche se di recente si è parlato della possibilità di avviare una class action per la pubblica amministrazione. Una svolta diversa a tutto il sistema europeo, con grandi vantaggi per Paesi come il nostro, potrebbe essere data dal Libro Verde della Ue sui «Mezzi collettivi di ricorso dei consumatori», presentato alla fine del 2008, dove si fa riferimento ad una possibile cooperazione tra Stati. Attualmente sono 13 i Paesi membri dotati di un qualche mezzo di ricorso collettivo. Una rete di cooperazione potrebbe favorire l'apertura di

meccanismi cui potrebbero partecipare le entità abilitate ad avviare azioni di ricorso collettivo nei vari Stati membri.

CM: Tornando all'Italia, si poteva, quindi, fare meglio?

Bartolini: La norma entrata in vigore il 1° gennaio 2010 - e che riguarda gli illeciti commessi dal 16 agosto 2009 in poi - purtroppo non avrà l'effetto ottenuto in altri Paesi, dove è realmente una forte arma per contrastare i raggiri, per fermare le truffe e per bloccare le pratiche commerciali sleali, garantendo alle vittime un adeguato risarcimento. Come hanno già anticipato le più importanti associazioni dei consumatori, si tratta di una normativa non efficace che non sarà usata, per esempio, in casi emblematici di disservizi come i ritardi dei treni, la speculazione sui prezzi, i servizi non richiesti, ma conteggiati nelle bollette.

«Inefficace, costosa, complicata». Il giudizio sulla class action di una delle pioniere del consumerismo è senza appello:

«A qualcosa può servire. Purché ci si rivolga agli esperti delle associazioni dei consumatori»

CM: Sembra, poi, che i costi per intraprendere un'azione collettiva siano alti...

Bartolini: La legge prevede che ci debbano essere l'esistenza di interessi identici e costose spese di pubblicità per chi attiva l'azione a fronte di risarcimenti molto contenuti, tanto da chiedersi se valga la pena intraprendere una class action o non sia meglio utilizzare le varie forme di ricorso al giudice di pace con un ricorso plurimo. Peraltro i consumatori che intendono avvalersi di questa tutela aderiscono all'azione di classe senza ministero del difensore.

CM: I cittadini non potranno chiedere sostegno alle associazioni dei consumatori?

Bartolini: L'azione collettiva non può essere promossa dalle associazioni dei consumatori, come era invece previsto nel vecchio progetto, ma deve essere messa in moto dal singolo consumatore che poi potrà dare mandato ad un'associazione. Bene hanno fatto alcune associazioni a far partire già le prime class action, come quella che riguarda le nuove commissioni bancarie sostitutive del massimo scoperto, abolito per decreto, e che in realtà oggi sono più care. I motori delle associazioni sono, malgrado tutto, accessi e credo che ne vedremo delle belle.

CM: Ritieni comunque che sarà una tutela utile ai cittadini?

Bartolini: Sì, certamente, anche se ci so-

no molte difficoltà da superare. Ad esempio: per avere un'azione collettiva è necessario che i diritti da tutelare siano identici, cosa non facile, anche perché molti atti sono definiti in modo diverso, ma qui le associazioni dei consumatori, cui viene dato il mandato proprio da parte dei cittadini, potranno intervenire e fare la necessaria chiarezza. Altro ostacolo riguarda i tribunali, perché sono competenti solo quelli dei capoluoghi di regione dove ha sede l'impresa contro cui si vuole intervenire. Questo significa che se l'azienda che ha creato dei danni e dei disservizi è di Milano, tutti i promotori devono andare nel capoluogo lombardo, con costi non indifferenti. Fortunatamente ci sono le associazioni dei consumatori, che davvero rappresentano l'unica ancora di salvezza e da tempo studiano la materia, per poter avere una valutazione obiettiva. Possono infatti definire se, come, quando e con chi presentare una causa collettiva.

CM: Cosa consiglia, quindi, a chi vuole intraprendere una class action?

Bartolini: L'importante è, a mio avviso, identificare innanzitutto l'associazione di consumatori della quale si ha massima fiducia, iniziare un dialogo, verificare la fattibilità dell'azione collettiva e poi, nel caso, andare avanti. Oggi nelle associazioni operano specialisti di diritto comunitario e avvocati preparatissimi sulla materia.

segue da pagina 2

Altri ostacoli

L'unico importante miglioramento, relativo alla possibilità per tutti gli aderenti di ottenere la liquidazione concreta del danno nell'azione collettiva, sconta altri ardui ostacoli. L'azione di classe non è esercitabile per gli illeciti extracontrattuali diversi dal danno da prodotto, da pratiche commerciali scorrette o condotte anticoncorrenziali; si pensi ad esempio ai danni provocati da amministratori, sindaci, società di revisione, agenzie di rating nelle grandi società quotate in Borsa: tranne auspicabili interpretazioni evolutive della giurisprudenza, gli investitori saranno lasciati al contenzioso individuale. I diritti di tutti i consumatori danneggiati devono essere identici, requisito questo del tutto oscuro che probabilmente limiterà in molti casi i risarcimenti collettivi.

Se un primo passo verso il risarcimento su scala collettiva è stato fatto, non si può non osservare che è un piccolo e debole avanzamento che pare volutamente studiato per rendere inoffensiva l'azione di classe con un sicuro vantaggio per le imprese scorrette ed a danno dei consumatori, degli operatori economici e più in generale del nostro sistema economico.

Paolo Fiorio

editoriale

I nostri tre anni, insieme

segue dalla prima

Per le storie di casa nostra, le liberalizzazioni sono state accantonate del tutto e addirittura siamo arrivati a privatizzare l'acqua; Mister Prezzi venne in vita dodici mesi più tardi, a fine 2007 ma nel frattempo, dagli onori della cronaca è finito di fatto in soffitta; la class action idem, anche se qualcuno pensa di averla ma in realtà è fatta su misura per Confindustria e quindi per non poter essere usata. In questo numero del giornale, ne parleremo approfonditamente.

Ma è la situazione internazionale ad essere profondamente mutata. Gli Usa hanno conosciuto la più grave crisi dal '29 ad oggi; per la prima volta, un nero, Obama, è stato eletto presidente degli Stati Uniti e in un anno ha riformato il sistema sanitario per renderlo accessibile anche ai senza polizza; mutui e prestiti non vengono più dati anche a chi non li voleva e al contrario, ora si tolgono pure a chi non può farne a meno. Abbiamo tutti vissuto questi tre anni e, nel nostro piccolo, come *Consumers' Magazine* li abbiamo raccontati dalla parte dei consumatori. Abbiamo evitato lo strillo e cer-

cato sempre l'approfondimento, il confronto a più voci perché il lettore potesse avere - nella stessa testata - più punti di vista. Abbiamo promosso, per quel che ci competeva ed era possibile, una società più responsabile. Ma questa nostra esperienza, non dimentichiamolo, è stata possibile grazie a *Vita*, il principale magazine del non profit in Italia. Condividevamo già da prima l'esperienza del Comitato editoriale, siamo cresciuti con *Vita* sui temi della solidarietà, sulla consapevolezza di essere parte di un mondo ampio, vivo, a volte confuso, spesso incomprenduto ma insostituibile, che è il terzo settore. Siamo cresciuti noi, è cresciuta *Vita*, sono cresciute le rispettive testate. E non sempre gli spazi poi sono sufficienti, vale anche per quelli cartacei. Movimento Consumatori continuerà a condividere il progetto di *Vita* dall'interno del Comitato editoriale, ma dal prossimo numero *Consumers' Magazine* non sarà più allegato al giornale. Sarà potenziata la distribuzione agli associati e la testata sarà anche aperta a tutti, on line sul sito www.consumersmagazine.it.

Lorenzo Miozzi

VACANZE&DIRITTI

Meno viaggi, ma più disagi

a cura di Maurizio Regosa

Non fosse stato per Babbo Natale, il 2009 sarebbe davvero uno dei peggiori anni per il turismo italiano, che fino a novembre aveva dovuto registrare un pesantissimo meno 7% di presenze (nostrane e straniere). Per fortuna, ha poi fatto capolino il cappuccio rosso con barba bianca ed ecco che la lancetta ha cambiato direzione: nelle ultime settimane di dicembre, il numero di italiani in viaggio ha fatto registrare un +20%. Gli operatori hanno tirato un sospiro di sollievo. Il Pil ha ringraziato. Ma i sussulti di fine anno non sono stati in grado di trasformare il 2009 in un anno positivo. Hanno pareggiato un po' i conti. Una «crescita tecnica» l'ha definita Federalberghi: ha semplicemente bilanciato il crollo avvenuto a fine 2008.

L'ombra della crisi mondiale ha infatti avviluppato le vie del turismo. E lo ha fatto in maniera diretta e indiretta. Aggiungendo al danno la beffa. Giacché mentre è diminuito il numero dei viaggiatori (in particolare al Sud), sono aumentate le situazioni di disagio, più o meno ordinario, subite dai turisti-consumatori. Lo rivela lo sportello Sos Turista: nel 2009 oltre 3.500 segnalazioni, un record per i dodici anni di attività. Oltre 9mila persone si sono rivolte al servizio lamentando nel 45% dei casi guai con il trasporto aereo (1.633 segnalazioni), nel 44,8 con il pacchetto turistico che avevano acquistato. Un risultato che sfiora il 90% delle lamentele e che va collegato alle difficoltà dei tour operator e delle compagnie aeree (per quanto riguarda queste ultime la nettissima prevalenza dei casi, l'80%, riguarda fallimenti, seguiti dalla

Nel 2009 oltre 3.500 segnalazioni allo sportello Sos Turista. Nel 45% dei casi si tratta di guai con il trasporto aereo (1.633 segnalazioni), nel 44,8 con il pacchetto turistico. La crisi taglia le gambe a un settore vitale della nostra economia e aumenta i cronici problemi di chi fa le valigie

cancellazione dei voli, da danni o ritardi ai bagagli). Giacché il 2009 è stato uno stillicidio continuo: sono fallite Teorema e Todomondo, sono stati annullati per problemi finanziari diversi viaggi del Ventaglio e di Eurotravel, mentre numerose compagnie low cost hanno cominciato ad annaspire (la slovacca Sky Europe è fallita, l'italiana My Air ha dichiarato la propria insolvenza).

Guai globali che però pesano particolarmente sul Belpaese. Perché su esso le contingenze si aggravigliano con trend di lungo corso sicuramente non positivi. Il Country Brand Index del 2009, al proposito, la dice lunga. L'Italia, che complessivamente ha perso due punti rispetto all'indagine condotta nel 2008 (è pas-



sata dal quarto al sesto posto), è sì al primo posto nella sezione Arte e cultura - qui giochiamo in casa - ma scivola indietro in altre e rilevanti categorie. Non siamo tra i primi dieci posti né per ospitalità (occupiamo la 48esima posizione, su 102 Paesi), né per facilità di viaggio né per sicurezza. Ancora peggio va se si guarda al rapporto tra qualità e prezzo (siamo scivolati al 56° posto) e all'ambiente (52°). Come a dire: cavalchiamo ancora risultati antichi e non sappiamo tenerci al passo delle sfide moderne. Avranno sì, e come, pesato i rifiuti napoletani, gli scandali, forse anche gli allarmi sicurezza chissà quanto fondati, ma tutto ciò non spiega il peggioramento anche in aree tradizionalmente forti come la cucina

(anche lì siamo scesi). «L'impressione è che il Paese soffra di una "stagnazione di pensiero" che investe quasi tutti i settori. È come se si vivesse sugli allori del passato senza mai rinnovarsi, mentre il resto del mondo viaggia a ben altre velocità», ha commentato Susanna Bellandi, amministratore delegato di FutureBrand.

È la preoccupazione anche delle associazioni dei consumatori (Federconsumatori, Movimento Consumatori) che avanzano alcune proposte concrete (vedi articolo sotto), sottolineando che a poco, pochissimo servono quelli che definiscono «annunci di facciata» come quello, diverse volte reiterato dal ministro senza portafoglio, Michela Brambilla, che pensa a un dl in 19 articoli per rilanciare il Belpaese. Tra le opportunità che sarebbero introdotte, un call center multilingue, la possibilità di aprire sale da gioco all'interno degli alberghi e di effettuare, da parte delle agenzie che vendono pacchetti turistici, il prelievo delle imposte e dell'Iva all'inizio del viaggio o del soggiorno. Il ministro pensa anche di istituire una polizia turistica da attivare sul fronte della sicurezza, del controllo sull'accoglienza e della vigilanza contro possibili frodi. Proposte «bizzarre e di difficile praticabilità», ribattono le associazioni (che in particolare non credono nella dea bendata e forse ritengono che una polizia turistica municipale potrebbe sovrapporsi alle altre forze dell'ordine). Molto più utile, a loro giudizio, sarebbe una strategia di intervento che qualifichi l'offerta e risolva i nodi critici, partendo dalle infrastrutture per arrivare al Mezzogiorno, le cui potenzialità turistiche rimangono inespresse.

LE PROPOSTE

Muoversi tutelati si può. Ecco come

Una carta dei diritti. Più poteri all'Enac, una nuova authority, protocolli di conciliazione

Meno proclami e più strategia, mandano a dire a Michela Brambilla Federconsumatori e Movimento Consumatori, che chiedono al ministro di aprire un confronto sulla tutela del turista, aggiungendo però una premessa ed alcune proposte concrete.

La premessa è di metodo: è sempre più necessario, sostengono, un rapporto collaborativo fra governo e Regioni, per investire nella rete aeroportuale secondo una prospettiva di efficienza e di sviluppo sostenibile. Perciò chiedono un rafforzamento dei poteri dell'Enac (per far rispettare lo standard dei servizi aeroportuali previsto dalle certificazioni Iso 9001) e al contempo l'istituzione di una authority: dovrebbe svolgere una funzione di supporto nei confronti dei consumatori contribuendo ad affermare la logica secondo la quale i reclami, le indicazioni e i suggerimenti degli utenti sono un importante strumento per combattere le disfunzioni.

Troppo spesso infatti le compagnie aeree non risarciscono per i disservizi subiti, non rispettano il regolamento comunitario CE 261/04 (necessità ribadita anche da una sentenza della

Corte di giustizia europea del novembre scorso, secondo cui il ritardo superiore a tre ore deve essere compensato con un indennizzo analogo a quello previsto in caso di cancellazione del volo). È necessario, secondo le associazioni, definire anche con le compagnie aeree protocolli di conciliazione extragiudiziale ed estendere l'attuale Fondo di Garanzia nazionale previsto all'art. 100 del Codice del Consumo, non solo ai casi di insolvenza dei tour operator o agenzie di viaggi, ma anche all'insolvenza delle compagnie aeree.

Chiedono inoltre al ministro e alle Regioni di essere coinvolte per ogni provvedimento legislativo che riguardi il turismo attraverso adeguate forme di consultazione ed auspicano che il ministero giunga finalmente al varo della Carta dei diritti del turista, elaborata con il concorso di Regioni, associazioni di categoria e associazioni dei consumatori, prevista già dal 2001. Infine, si propongono di realizzare anche con le organizzazioni degli operatori campagne informative sui diritti e doveri del turista, assieme a protocolli di conciliazione extragiudiziale sulla gestione delle controversie.

Nel futuro

Senza ponti un anno in salita

«Il turismo nel 2010 non beneficerà di alcuni tra i ponti di maggiore valenza economica»: è l'allarme lanciato da Bernabò Bocca, presidente di Federalberghi-Confturismo, sul calendario delle ferie relative al nuovo anno. Le difficoltà economiche affrontate nel 2009 potrebbero aggravarsi in primavera: il 25 aprile (che cadrà di domenica) e il 1° maggio (sabato) faranno mancare il loro apporto economico al settore. «I ponti turistici del 25 aprile, 1° maggio, 2 giugno, 1° novembre e 8 dicembre», spiega Bocca, «muovono ogni anno complessivamente circa 28 milioni di vacanzieri italiani verso mete per lo più domestiche, attivando così un giro d'affari vicino ai 7 miliardi. Il 25 aprile e il 1° maggio muovono da soli circa 10 milioni di italiani con una spesa complessiva di circa 3,2 milioni di euro e valgono quasi il 50% del totale».



L'ESPERIENZA

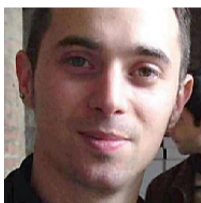
Faccio causa a Trenitalia perché le ferrovie hanno peggiorato la mia vita

Costantemente in ritardo alle lezioni, esami saltati, attese al freddo, viaggi in condizioni proibitive. Uno studente veneto racconta la sua esperienza. E spiega perché ha deciso di ricorrere alle vie legali

di Angela Carta

Un pendolare come tanti, Nicola Mason. E come tutti quelli che ogni giorno si servono del treno per andare al lavoro o a scuola aveva come prima necessità quella di arrivare puntuale. Originario di Resana, 27 anni ed ex studente di Pianificazione territoriale allo Iuav di Venezia, Mason ha per sette anni subito sulla sua pelle i ritardi della linea Venezia-Bassano, tristemente nota per la lentezza dei tempi di percorrenza dei treni che vi transitano. È di pochi mesi fa l'inchiesta che ha sottolineato come attualmente i treni che da Bassano conducono a Venezia siano più lenti di quelli del 1933. Ormai laureato e libero dalla necessità di fare il pendolare, Mason ha avuto il tempo di chiedere sostegno legale al Movimento Consumatori e di intraprendere la prima azione legale nei confronti di Trenitalia.

Consumers' Magazine: Perché si è rivolto all'associazione?



Nicola Mason: Mi sono rivolto al Movimento Consumatori perché offriva supporto in caso di un'eventuale causa contro Trenitalia. Per anni ho subito ripetuti disservizi che hanno inciso sulla qualità della mia vita di

studente pendolare. Nel marzo scorso ho letto un invito dell'associazione a raccontare la propria esperienza di pendolare, presentando gli abbonamenti. Così ho fatto. Le multe contro Trenitalia c'erano già state da parte della Regione, ma il tutto non si era rivelato sufficiente. Abbiamo deciso, quindi, di percorrere la via legale. Numerosissimi sono gli studenti che si trovano nella con-

dizione che ho vissuto anch'io ed è giunto il momento di dire basta. La causa che stiamo portando avanti spero possa servire a tutti i pendolari veneti e non che tutti i giorni fanno i conti con le inefficienze di una azienda che non fa investimenti nelle brevi tratte e nel trasporto locale. Non abbiamo giustizia per i disservizi e per i disagi che affrontiamo quotidianamente. Se un treno viene soppresso, a chi possiamo rivolgerci? Se arriva con un'ora di ritardo, chi ci ripaga del tempo perduto? La risposta è scontata: nessuno. La gente non ha più intenzione di stare zitta e grazie alla mia iniziativa ne sono nate altre che stanno andando avanti; mi riferisco, ad esempio, ai numerosi gruppi aperti su Facebook.

CM: Il disservizio era quotidiano?

Mason: Sì, un giorno sì e l'altro pure. In sette lunghi anni il servizio non è migliorato, anzi.

CM: Quali danni le ha causato?

Mason: Disagi causati da Trenitalia hanno comportato lo stravolgimento del mio stile di vita. Ero sempre in ritardo alle lezioni o addirittura agli esami. Qualche sessione l'ho addirittura saltata perché il treno non è proprio arrivato. Per evitare queste situazioni a un certo punto ho anticipato le mie partenze, prendendo il treno dell'ora prima. Mi svegliavo all'alba, arrivavo a Venezia in anticipo, il tutto pagando l'abbonamento mensile.

CM: Quali altri disservizi è stato costretto a subire viaggiando sul treno ogni giorno?

Mason: Una volta saliti sul treno, lo stress era inevitabile. Sporczia, sovraffollamento, spesso si viaggiava in piedi, appiccicati agli altri fino all'arrivo, che diventava per tutti una liberazione. Alcuni viaggi sono stati alluci-

nanti. Impossibile ripassare o cercare di rilassarsi prima di un esame. D'inverno era una vera tragedia perché spesso in treno il riscaldamento non funzionava. Prima l'attesa al freddo in stazione, poi il viaggio a temperature polari. Quando succede qualcosa, poi, non riesci a trovare il controllore e quando lo trovi non ti dà retta. C'è davvero poca professionalità nel personale dei treni e delle stazioni ferroviarie.

CM: A che punto è la causa contro Trenitalia?

Mason: La prima udienza c'è stata a metà dicembre, la seconda, cui sarà presente anche il movimento pendolari della castellana, è prevista per il 15 febbraio prossimo. Insieme ai miei legali chiederemo un risarcimento soprattutto simbolico, non c'è stata per ora una quantificazione in denaro: vogliamo che venga affermato il diritto di avere un risarcimento qualora il servizio sia scadente. Qui non si tratta di una questione di soldi, ma di diritti.

La prima di una serie

Dopo aver ricevuto richieste di aiuto da molti pendolari, il Movimento Consumatori ha deciso di avviare alcune azioni pilota nei confronti di Trenitalia per chiedere il risarcimento dei danni subiti. La prima azione è quella di Mason. «Molti utenti», commenta Monica Multari, presidente del Movimento Consumatori Veneto, «ci inviano ogni settimana segnalazioni, lamentandosi dei disagi, spesso anche gravi, che sono costretti a subire sui treni. Un serio miglioramento del trasporto pubblico ferroviario non è più rinviabile, e pertanto, a questa prima azione risarcitoria ne seguiranno presto delle altre».

+ Ferrovie news

Alta velocità virtuale, disagi dei pendolari reali

Vittoria di un pendolare e causa collettiva targata MC

Vittoria per un passeggero della linea ferroviaria Padova-Venezia, difeso dal Movimento Consumatori contro Trenitalia. Diretto a Venezia, si era recato in una stazione secondaria per acquistare il biglietto, trovando l'emettitrice automatica guasta e nessuno in biglietteria. Biglietti esauriti anche nel punto vendita più vicino. Sul treno si è rivolto al controllore per acquistare il biglietto: ha ricevuto per contro una sanzione di 50 euro. Il passeggero si è rifiutato di pagare la multa (diventata nel frattempo di 200 euro) e si è rivolto a MC. I legali dell'associazione hanno presentato ricorso, e il giudice di pace ha annullato la sanzione. Secondo Monica Multari, responsabile del settore Trasporti MC, «la sentenza del giudice di pace di Mestre ha ristabilito delle regole di buon

senso in un settore dove regna l'anarchia». MC ha anche già citato in giudizio Trenitalia con una azione collettiva per chiedere «la modifica di alcune condizioni contrattuali, fortemente inique che non prevedevano, in caso di disservizi, risarcimento per i pendolari, coloro che più risentono delle inadempienze».

Rfi-Trenitalia, segnalazione di MC all'Antitrust

Il 1° gennaio è partita la liberalizzazione dei servizi ferroviari in Europa. In Italia, 27 imprese hanno la licenza di operatore ferroviario, rilasciata dal ministero dei Trasporti, e il certificato di sicurezza dell'Agenzia per la sicurezza ferroviaria: 18 sono autorizzate al trasporto passeggeri. Il Movimento Consumatori ha presentato al Garante della concorrenza e del mercato una segnalazione sulla direttiva del presi-

dente del Consiglio dei ministri del 7 luglio 2009. La direttiva prevede il passaggio di assets importanti da Rete Ferroviaria Italiana a Trenitalia, che così «rischia di essere posta in una posizione di vantaggio a scapito dei concorrenti». Maggiori garanzie per l'accesso alle infrastrutture ferroviarie per le imprese entranti: questa la richiesta di MC, per garantire, come spiega il presidente Lorenzo Miozzi, «un'effettiva liberalizzazione, a vantaggio dei passeggeri e delle imprese che potranno scegliere tra più operatori».

Frecciarossa, «l'ennesima promessa mancata»

«**C**ollegamenti comodi, frequenti e veloci tra alcuni dei principali capoluoghi del Paese»: così FS annuncia il Frecciarossa. Roma-Milano in meno di tre ore, due ore e 45 minuti

da Tiburtina a Rogoredo. Roma e Torino «mai così vicine», in 4 ore e 10, Milano-Napoli in 4 ore, Bologna-Firenze in 37 minuti. Ma anche costi aumentati del 20% sui biglietti di seconda classe Roma-Milano, e +5% circa per la prima. Un'Italia più cara ma più vicina? Non esattamente. A dicembre i centralini del Movimento Consumatori sono andati in tilt per le segnalazioni dei ritardi dei Frecciarossa: in media, più di mezz'ora. «Trenitalia faccia al più presto chiarezza e, in caso, modifichi gli orari», dichiara Lorenzo Miozzi, presidente dell'associazione. «Chiediamo che vengano abbassati i prezzi di un servizio che non ha mantenuto le promesse iniziali. Inoltre deve essere subito ripristinato il lasso di tempo per la richiesta del bonus che da 26 minuti è passato a un'ora».

INFLUENZA A

Paura e business, che contagio

di Rossella Miracapillo*

I numeri ormai sono noti. Alcuni, gli ultimi sono stati pubblicati proprio recentemente. Stiamo parlando dell'influenza A H1N1: 24 milioni di dosi di vaccino acquistate in Italia, 50 in Germania, 89 milioni in Francia. Ma molte di queste dosi non sono state mai utilizzate: nel nostro Paese solo 820mila persone si sono vaccinate contro quell'influenza che era stata presentata come la più terribile di tutti i tempi, e che invece è risultata essere tra le più leggere.

Che ci fosse qualcosa di strano in tutta la vicenda lo abbiamo sempre sostenuto come Osservatorio Farmaci & Salute. Nell'aria c'era qualcosa che fin da subito non ci ha convinti. Prima di tutto, la concentrazione dell'interesse dei media sul tema, che pareva replicare allarmi già lanciati in passato e poi caduti nel vuoto. Ma anche l'enorme confusione dei dati. In particolare il concetto di "vittime", intese come "contagiati" e che venivano, ad arte o involontariamente, lasciate intendere come "morti". Titoloni dedicati ai decessi: morti che solo in seconda battuta venivano chiarite come collegate dell'influenza A come concausa. Un fattore aggiunto che spesso si era accidentalmente inserito su patologie molto più gravi, che probabilmente avrebbero determinato il decesso dell'individuo solo con una tempistica differente.

Se si fosse proceduto allo stesso modo nel sottolineare le morti che nello stesso periodo sono avvenute a causa di incidenti stradali, o nella stagione invernale precedente a causa dell'influenza stagionale (sempre come concausa), i cittadini avrebbero certamente avuto una diversa percezione.

Anche il susseguirsi delle scadenze non lasciava tranquilli. Il 22 aprile veni-

Dall'allarme ai vaccini ai contratti milionari. Cronistoria di un'escalation. Che fa venire più di un sospetto



va dato per la prima volta l'annuncio della scoperta del nuovo virus influenzale, e all'inizio di maggio si segnalavano i primi morti in Messico. Cresceva la pressione mediatica, e di pari passo crescevano le paure dei cittadini: salivano così le pressioni sui governi di tutto il mondo, affinché proteggessero le popolazioni da questa catastrofe mondiale. E in men che non si dica le aziende farmaceutiche trovavano il vaccino. Peraltro con un artificio, riutilizzando in modo assolutamente provvidenziale il vaccino studiato per l'avaria, mai utilizzato. Dopo meno di due mesi, a luglio, tutti i Paesi europei firmavano contratti milionari di fornitura con le aziende produttrici di vaccini.

Il mistero, non tanto misterioso, è costituito però da questi famosi contratti. Di quello italiano, tra la Novartis e il

ministero della Salute, si sa che è blindato. Su di esso, l'Ufficio di controllo di legittimità su atti dei ministeri ha sollevato una serie di eccezioni. Infine va sottolineato che con il contratto di fornitura - 24 milioni di dosi solo per l'Italia - non vuol dire che la consegna sia già avvenuta. Ci risulta, infatti, che a dicembre era stata consegnata solo meno della metà delle dosi. A questo si aggiunga che la popolazione ha ritenuto non opportuno vaccinarsi: alla fine solo il 3,5% di quanto ordinato (e pagato) è stato effettivamente utilizzato.

Un grande danno economico, insomma. Dall'intera situazione qualcuno, però, ci ha guadagnato: le aziende farmaceutiche. Prendiamo il caso di Novavax (vedi box accanto). Meno eclatanti ma più costanti sono stati i rialzi delle Big Pharma, che hanno seguito con tempismo straordinario l'evolversi del clima tra i consumatori con annunci di progressivi passi in avanti nelle ricerche.

Impariamo dalla storia recente: dell'influenza aviaria e dei suoi rischi si è parlato per la prima volta in un megaconvegno a Malta in cui, a parte grandi scienziati del settore, era stato invitato il fior fiore dei giornalisti del settore salute delle maggiori testate. L'influenza aviaria tenne banco per mesi, ma non si è fatto in tempo a produrre i vaccini e vendere farmaci. Sarebbe a questo punto interessante sapere se anche sull'influenza suina, sui suoi rischi, ma soprattutto sui suoi possibili rimedi ci sia stato lo stesso un convegno. Perché, al momento, non ci si spiega la tempistica "mondiale" mediatica dell'evento, che così pesantemente ha inciso sulle economie di intere nazioni.

*segretario generale
Movimento Consumatori

Il caso

Il boom di Novavax

Novavax è una piccola società farmaceutica del Maryland: in una sola seduta, quella del 24 aprile (all'indomani dell'annuncio della nuova influenza), la società ha visto moltiplicare per quattro il suo valore di Borsa, da 0,83 a 3,5 euro. Il suo merito è stato quello di aver comunicato per prima i progressi fatti sulla strada del vaccino. La corsa è proseguita fino a 7 euro, a fine luglio, al top del panico. Poi le quotazioni hanno imboccato la discesa, ma i titolari di grossi pacchetti azionari ne avevano già approfittato per vendere e portare a casa i guadagni.

SANITÀ E ABUSI

Puglia, il pasticcio dei ticket

Vittoria di MC, che ottiene la restituzione di somme indebitamente chieste ai pazienti del pronto soccorso

L'esempio degli scempi della politica da quando ha messo le mani sulla sanità. Un anno fa il Movimento Consumatori Andria fu coinvolto da un gruppo di cittadini che si erano visti recapitare dopo mesi da una prestazione al pronto soccorso la richiesta di riscossione di ticket, anche molto consistenti, da parte dell'Asl Bat.

Le ricerche normative evidenziarono subito che a gennaio 2007 era entrata in vigore una norma che finalmente chiariva sul territorio nazionale le condizioni per accedere al pronto soccorso e pagare il ticket relativo.

La norma nazionale teneva tuttavia conto che fosse possibile derogare in caso di normative regionali differenti. Mentre alcune Regioni, in seguito, si erano adoperate a ciò, la Puglia non aveva mai adottato una legge in contrasto con la norma nazionale.

Tuttavia i funzionari regionali dell'Ufficio preposto, per superficialità o eccessiva burocrazia, non hanno mai inviato una circolare esplicativa che chiarisse le condizioni. Anzi, le circolari inviate sul tema infarcite di citazioni di precedenti circolari regionali non hanno fatto altro che complicare i concetti. Da uno screening effettuato dalle sezioni pugliesi si è visto come ogni Asl (una per provincia) applicasse in modo differente i criteri dei ticket. Accadeva così che la Asl Bat facesse pagare su codici triage bianchi, verdi, gialli e anche rossi, se il paziente aveva rifiutato il ricovero. La Asl TA e la FG i codici bianchi e verdi, mentre la Asl BA applicava correttamente la norma nazionale facendo pagare solo per i bianchi.

Una confusione massima, fino a che, su sollecitazione dell'assessore regionale alla Salute da parte di MC, è stata emessa una circolare esplicativa finalmente inequi-

vocabile, affinché il diritto dei cittadini alla salute fosse uniforme in tutta la regione. Recentemente il Movimento Consumatori ha ottenuto la restituzione dei primi ticket indebitamente versati da parte della Asl Bat.

La vicenda ha fatto tanto clamore da indurre l'onorevole Pdl Benedetto Fucci, componente della commissione parlamentare di inchiesta sulla sanità, a presentare un'interrogazione a risposta al ministro della Salute il 15 dicembre 2009. L'onorevole Fucci ha ribadito quanto la norma di riferimento sia chiarissima e che, a legislazione vigente, quanti si presentano nei pronto soccorso con codici verde, giallo e rosso non devono pagare il ticket. Si attende ora la risposta del ministro, nella speranza che metta fine all'incresciosa vicenda che lede il diritto dei cittadini alla chiara applicazione della legge. (R.M.)

Consumers' approfondimenti

PARLIAMONE

Bonus ai manager, stipendi bassi ai promotori La miscela esplosiva che ha fatto flop

di Gustavo Ghidini*

Manager che fanno fallire la propria società e che, sempre per il medesimo risultato, a fine anno intascano un bonus milionario. Notizie del genere rimbalzano periodicamente sugli organi di stampa e fanno indignare l'opinione pubblica.

Si ritiene, addirittura, che una delle cause dell'attuale crisi finanziaria sia da ricercare proprio nella dimensione spropositata dei superbonus. Come affrontare, dunque, il problema? Tra i governi, sembra affermarsi la soluzione più ragionevole. Non un tetto ai bonus, che rappresenterebbe un non senso economico. La soluzione più probabile dovrebbe essere quella di cercare di correlare ai risultati di medio o lungo periodo dell'impresa, il bonus per il manager. La correlazione del bonus a eventuali risultati del breve periodo, non sarebbe invece una soluzione proponibile. Il miraggio del bonus potrebbe portare i manager a cercare di aumentare ad ogni costo gli utili, entrando presumibilmente in conflitto con gli interessi dei clienti. Si pensi al collocamento di titoli cosiddetti tossici.

La soluzione indicata, quindi, è assolutamente condivisibile tanto da chiedersi come mai non sia stata adottata da tempo. Sembra però che in questo modo si ponga rimedio solo a metà del problema. Già, perché non sono i manager che collocano materialmente i titoli tossici, sono le reti di pro-



motori ad avere il contatto con il consumatore. Sono sempre queste reti a soffrire di un egual conflitto di interessi. Maggior rischio del prodotto collocato, maggiore commissione. Legge di mercato né buona né cattiva in sé purché si possa contare sulla professionalità e "imparzialità" del promotore. Garantire questa professionalità e imparzialità è compito delle reti. Il problema è che alcune direzioni di reti di promotori, nei fatti, sembrano incentivare una diversa strada. Una strada che porta verso l'acuirsi di quel conflitto tra operatore e consumatore. Come altro descrivere la prassi di riconoscere una remunerazione di "base" ridotta ai minimi termini ai promotori lasciando così alla spasmodica ricerca della provvigione più elevata la possibilità di raggiungere a fine mese uno "stipendio" dignitoso? A cosa porta una realtà di questo tipo? Al collocamento di prodotti rischiosi (ma

più remunerativi per chi li colloca) anche a quei risparmiatori che tali prodotti non vogliono e non cercano.

Dopo aver curato la testa, quindi, sarebbe opportuno intervenire anche sulle braccia, altrimenti si rischia di aver fatto un intervento di facciata che, alla fine dei conti, non ha affatto curato il problema.

Il sistema deve essere ripensato in tutte le sue componenti, dai livelli dirigenziali a quelli operativi, avendo però sempre come riferimento la tutela del consumatore/investitore.

*presidente onorario Movimento Consumatori

+ConsumerWeb

Una web tv dedicata ai consumatori. «Il Mondo dei Consumatori» è disponibile in rete all'indirizzo www.ilmondodeiconsumatori.tv. Ad oggi sono on line le prime sei puntate incentrate su diversi argomenti inerenti l'economia e il com-

mercio: mutui, prestiti personali, carte di credito, prodotti finanziari e assicurativi, investimenti, la finanza dei nuovi cittadini. Il progetto è realizzato nell'ambito del Programma generale di intervento 2009 della Regione siciliana.



+ConsumerEuropa

Eurotopten, shopping intelligente

Una chance in più per un acquisto intelligente. Tutti i consumatori che si trovano a dover acquistare un frigorifero, un televisore o una lavatrice nuova, e vogliono risparmiare energia e rispettare l'ambiente, possono servirsi della Rete e visitare la nuova versione di Topten, www.eurotopten.it, un sito che aiuta nella scelta degli elettrodomestici, confrontando tutti i tipi di apparecchi che consumano energia. Nel sito è possibile anche individuare i dieci migliori articoli in commercio per ogni categoria. Topten fa parte del progetto europeo Euro-Top-ten Plus, avviato nel dicembre 2008 da 15 Paesi europei e cui partecipano esperti nel settore energetico, associazioni di consumatori e organizzazioni come il WWF. Sul sito vengono indicate le funzioni principali, il costo, la marca, la classe di efficienza energetica, i consumi di energia di ogni prodotto, quanto costeranno in bolletta nell'intero ciclo di vita e altri parametri come il consumo di acqua o la rumorosità, oltre ad altri utili "eco-consigli" su come e perché scegliere un elettrodomestico, come usarlo e come smaltirlo correttamente. È anche possibile confrontare gli articoli anche con un ipotetico prodotto inefficiente. Le valutazioni si basano su etichette e dichiarazioni standard, test neutrali e analisi realizzate da organismi indipendenti, garantendo l'indipendenza dai produttori e dai distributori commerciali. Le informazioni sono aggiornate almeno ogni sei mesi per aderire il più possibile alla realtà del mercato e sono quindi affidabili, trasparenti ed aggiornate. Inoltre il sito prevede anche una sezione rivolta al settore dell'automobile, responsabile del 28% delle emissioni di CO2, di cui il 92% attribuibile al trasporto su gomma. Topten rappresenta quindi un buon punto di partenza per ulteriori iniziative volte a promuovere la diffusione di apparecchi efficienti e a sensibilizzare le autorità affinché elaborino politiche efficaci per diffondere tali prodotti.

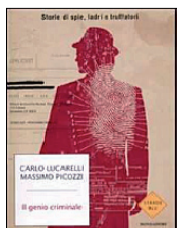
Sonia Chilà
www.eurotopten.it

tra le righe di Lorenzo Miozzi

Storie di delitti e di moneta sonante

GENIALITÀ AL SERVIZIO DEL MALE

Quando c'è di mezzo il crimine, pensiamo a storie efferate, intessute di crudeltà e di sangue. Ma il crimine non è fatto solo di violenza e paura, spesso le imprese dei suoi protagonisti stupiscono per intelligenza, talento creativo e, talvolta, guizzi di vera e propria genialità. Dopo aver indagato la mente degli assassini seriali nei suoi aspetti più perversi e spaventosi e dopo aver svelato i metodi e le tecniche scientifiche con cui le polizie di tutto il mondo hanno saputo gettare luce sui più efferati omicidi della storia, Carlo Lucarelli e Massimo Picozzi ripercorrono le incredibili vicende di quanti della propria attività criminale sono riusciti a fare "un'arte". Da Amleto Vespa, finito a far la spia in Mancinuria tra la prima e la seconda guerra mondiale, a Vincenzo Peruggia, che un giorno del 1911 si mise sotto il braccio la Gioconda di Leonardo e se ne andò indisturbato dall'uscita di servizio del Louvre. Storie di genialità in cui c'è sempre qualcosa di straordinario, qualcosa che fa dimenticare che, in fondo, stiamo parlando di criminali.



Carlo Lucarelli - Massimo Picozzi
Il genio criminale
Mondadori
202 pagine - 17,00 euro

C'ERA UNA VOLTA LA PECUNIA

Soldi, denaro, pecunia, schei, baiocchi, contanti, liquidi: comunque la si chiami, la moneta è di primaria importanza per qualsiasi forma di relazione umana. Per i cristiani è la radice di tutti i mali; per i generali, il nerbo della guerra; per i rivoluzionari, la catena che aggioia i lavoratori. Per lo storico Niall Ferguson, invece, la moneta è fondamento del progresso, e la storia finanziaria è l'ossatura imprescindibile delle vicende umane, politiche e sociali. L'evoluzione del credito e del debito ha contribuito quanto l'innovazione tecnologica al successo di ogni civiltà, dall'antica Babilonia all'attuale Hong Kong. Le banche hanno fornito il presupposto dello splendore del Rinascimento e i mercati obbligazionari sono stati fattori decisivi nell'espansione o nella flessione economico-culturale di tutte le nazioni. Con la consueta chiarezza e il piacevole stile narrativo, Ferguson racconta dell'ascesa della moneta e illustra le tappe salienti dell'evoluzione della finanza e del suo intrecciarsi con gli eventi politici, militari e socioeconomici.



Niall Ferguson
Ascesa e declino del denaro
Mondadori
306 pagine - 30,00 euro

Consumers' notizie

RISPARMIO

Famiglie sempre più attente al bilancio La crisi aumenta le competenze finanziarie

È il modello familiare il vettore di riequilibrio e di spinta nei momenti di difficoltà sia sul piano affettivo sia su quello economico a cui si affidano i cittadini italiani. È questa la tendenza principale delineata dalla ricerca «Educare alla pianificazione finanziaria» condotta dalla Fondazione Censis per il consorzio PattiChiari. Controllare, monitorare e guidare il proprio bilancio familiare sta diventando parte fondamentale di una cultura finanziaria cresciuta nel tempo; basti pensare che se in passato la pianificazione finanziaria era adottata dal 38,3% degli italiani, oggi questa percentuale sale ben al 63,6% della popolazione. Una necessità avvertita soprattutto dalle coppie con più figli che, oltre ad adottare comportamenti attivi (39,3% del campione, a fronte del 26,9% del passato) capaci di alleviare o contrastare le conseguenze negative della crisi, di fronte ad una congiuntura economica sfavorevole hanno abbandonato l'atteggiamento passivo del

“non fare nulla” (dal 35,1% del passato al 6,2% degli intervistati di oggi). I risultati della ricerca rivelano inoltre che, in presenza di una crisi economica, il 48,2% ritiene utile per affrontarla, poter aumentare le proprie competenze finanziarie.

Dall'analisi dei dati è possibile evidenziare che:

- in momenti di difficoltà congiunturali, il 39,5% delle famiglie adotta comportamenti pro-attivi, che denotano una capacità di reazione ed una volontà di pianificare in modo costante e strutturato le proprie risorse finanziarie;

- il profilo socio-economico delle persone che pianificano costantemente il proprio bilancio familiare corrisponde ad una fascia di reddito medio-alta (il 50% di chi dichiara tra i 2mila e i 4mila euro netti al mese) e con un elevato grado di istruzione (il 55,7% di chi possiede una laurea ricorre alla pianificazione del bilancio familiare).

www.pattichiari.it

Agli italiani piace il conto deposito

Sono sempre di più i consumatori che si interessano ai conti deposito, o conti risparmio, che sono generalmente a costo zero, non soggetti ai rischi del sistema finanziario, e gli interessi percepiti sono tassati con un'aliquota del 27%. Lo scrive in una nota il Ctcu - Centro tutela consumatori utenti di Bolzano, che presenta un riepilogo delle più importanti offerte di conti deposito, sul mercato italiano al 10 gennaio 2010. Il conto deposito non è un classico conto bancario su cui si possono fare

pagamenti e ricevere accrediti da terzi, ma è un conto sul quale si effettua il deposito di una certa somma di denaro. Su tale deposito si matura un interesse mediamente più elevato di quello percepito attraverso un normale conto corrente bancario.

www.centroconsumatori.it

Energia, il piano dell'Autorità

Tutelare i consumatori promuovendo lo sviluppo di mercati concorrenziali, l'economicità e la qualità dei servizi; favorire l'uso razionale dell'energia e l'adozione di tecnolo-

gie rispettose dell'ambiente; rendere sempre più chiaro, trasparente ed affidabile il quadro regolatorio. Sono queste le linee guida dell'azione dell'Autorità per l'energia elettrica e il gas nel prossimo triennio, pubblicate nel Piano strategico 2010-2012.

www.autorita.energia.it

Veneto, via libera al km zero

La legge regionale del “km zero”, approvata dalla Regione Veneto su iniziativa della Coldiretti che ha raccolto le firme in suo sostegno, è finalmente

operativa in quanto compatibile con le norme comunitarie. La normativa sarà applicabile a tutti gli effetti autorizzando anche gli enti locali a promuovere l'orientamento del consumo dei prodotti di provenienza regionale in mense pubbliche, nella ristorazione collettiva e in tutti i supermercati. Il testo introduce per la prima volta la definizione di “prodotti agricoli a km zero” individuando caratteristiche precise ed essenziali quali: stagionalità, sostenibilità ambientale, qualità organolettiche e legame con la tradizione culinaria veneta.

www.coldiretti.it

Shopping online? Serve più interattività

I consumatori pretendono che i negozi online siano più interattivi e che offrano un maggior numero di informazioni mirate. Lo rivela una nuova ricerca IBM condotta su 32mila utenti di shopping online. Il 75% si aspetta dettagli e informazioni anche via mobile, e la possibilità di conoscere i rivenditori più vicini per acquistare i prodotti. Il 68% sente la necessità di conoscere la disponibilità dei prodotti mentre il 79% desidera stampare i coupon visualizzati nelle pagine Web.

www.ibm.com

dalle sezioni

Forlì

Buco della Asl, l'appello di MC

Concertante quanto rivelato dal nuovo direttore generale dell'Asl di Forlì, Licia Petropulacos: il bilancio 2008 dell'azienda sanitaria locale presenta un buco di 34 milioni di euro. Il nuovo direttore annuncia di dover mettere in campo un immediato piano di rientro dal deficit e dichiara di voler monitorare soprattutto due campi che presentano particolari criticità: la spesa farmaceutica e quella relativa alla diagnostica. «Movimento Consumatori», ha spiegato **Anna Barbi**, presidente della sezione MC di Forlì, «chiede che le azioni che deciderà di mettere in campo l'azienda siano realmente mirate e condotte con senso di responsabilità, partendo peraltro dall'individuazione chiara di ciò che è all'origine del maxi deficit. Ciò a garanzia di trasparenza e di tutela del fondamentale diritto di ciascuno alla salute. Non vogliamo che sia il cittadino a pagare gli errori della precedente gestione con tagli indiscriminati ai servizi».

forli@movimentoconsumatori.it

Foggia/ San Severo

Autovelox, come fare ricorso

Continua la battaglia di MC Foggia - San Severo contro gli autovelox irregolari. «Da una approfondita analisi della relativa documentazione (ottenuta con regolare richiesta di accesso agli atti presso il Comune di Apricena)», spiega **Bruno Maizzi**, presidente della sezione MC, «segnaliamo la possibile sussistenza di irregolarità sull'intero sistema degli autovelox. Come sempre più spesso capita, infatti, queste apparecchiature vengono utilizzate non solo per prevenzione». La sezione rende noto che intende intraprendere azioni per l'annullamento dei verbali recapitati ai consumatori. Si invitano tutti i cittadini/automobilisti interessati a prendere contatto con la sede di San Severo telefonando al 338.7979600 o con lo Sportello di Foggia, 389 4217051. Oppure via email ai seguenti indirizzi:

sansevero@movimentoconsumatori.it
foggia@movimentoconsumatori.it

Livorno

Sportello al Dopolavoro

Aperto lo sportello del Movimento Consumatori di Livorno presso il Dopolavoro ferroviario. Grazie all'impegno dei volontari dell'associazione, in particolare Roberto Lo Schiavo ed Enrico Giusti, la sezione livornese è riuscita a decentrare la propria attività all'interno di uno dei più importanti Cral aziendali della città. Il Dlf associa alcune centinaia di dipendenti del gruppo FS ed ha collaborato attivamente nel percorso di informazione dei cittadini sulle questioni dei diritti in campo economico e sociale distribuendo la tessera della nostra associazione e consentendo ai propri soci di accedere all'assicurazione compresa nella tessera stessa. Inoltre è prevista per il mese di febbraio una grande assemblea sui diritti alla quale parteciperanno i legali dell'associazione e i cui lavori saranno conclusi dal presidente regionale del MC Toscana, Benedetto Tuci.

livorno@movimentoconsumatori.it

Consumers' iniziative



IL PROGETTO

Consumatore informato, mezzo salvato Così si diventa cittadini consapevoli

«Consumatore informato, Mezzo salvato»: una formula che potrebbe cambiare la cronaca di tutti i giorni, fatta di truffe e insidie. Non sempre la comunicazione di un prodotto, dei suoi pro ma soprattutto dei suoi contro, viene data dalle aziende in maniera chiara e trasparente: ecco allora il nuovo progetto, al via da febbraio, del Movimento Consumatori, per fornire al cittadino-consumatore un'autotutela necessaria e affatto irraggiungibile.

Nelle sedi territoriali dell'associazione arrivano ogni giorno segnalazioni di problemi con banche, assicurazioni e prodotti dalle controindicazioni più o meno note. Situazioni cui i cittadini potrebbero rispondere grazie alla giusta conoscenza. Il progetto «Consumatore informato, Mezzo salvato» ha ottenuto il finanziamento del ministero del Lavoro, della Salute e delle Politiche sociali: si basa sul fornire messaggi informativi ai soci per una più autonoma tutela dei propri interessi e diritti come consumatori. Il progetto verterà su: credito e risparmio (strumenti finanziari, vulnerabilità creditizia e gestione del bilancio familiare), telefonia (rapporto con i gestori telefonici e diritti degli utenti), assicurazioni (informazioni su rc auto e altre polizze), e consumo consapevole e sostenibile (per esprimere le proprie scelte attraverso il potere d'acquisto).

Un percorso educativo divertente e interattivo, nel quale i cittadini-consumatori saranno guidati da Betty: una casalinga saggia e ormai esperta dopo anni di conti, scotti, bollette che non tornano e consumi quotidiani finalmente consapevoli. Un progetto di formazione/informazione rivolto ai

Nel dettaglio

Online da febbraio

«Consumatore informato, Mezzo salvato» è un progetto promosso da Movimento Consumatori e finanziato dal ministero del Lavoro, della Salute e delle Politiche sociali. Il progetto interattivo sarà attivo sul sito web dell'associazione, all'indirizzo www.movimentoconsumatori.it, a partire da febbraio 2010. La formazione/informazione verterà su temi di sicuro e quotidiano interesse dei consumatori: banche, assicurazioni, telefonia e consumo sostenibile.

consumatori, con la volontà di instaurare un rapporto più stretto e un maggiore coinvolgimento tra MC e i propri soci. Si parte dai problemi di tutti i giorni, attraverso una presa di coscienza dei doveri, passando attraverso una maggiore integrazione nel tessuto associativo. La formazione verrà portata avanti in modalità e-learning, e in vostro aiuto accorrerà la simpatica guida, "virtuale" ma così reale, per informare i soci in maniera proattiva, coinvolgerli anche a distanza e favorire la conoscenza di interessi.

La newsletter settimanale targata MC, *Consumers' news*, con aggiornamenti puntuali sulle attività dell'associazione, le ultime news sui consumi e le promozioni, le convenzioni e i servizi offerti sarà uno strumento prezioso del progetto. Qui su *Consumers' Magazine* potrete poi trovare approfondimenti, pagine stampa e articoli tematici, e aggiornamenti sempre puntuali, con una pagina dedicata a partire da febbraio, saranno presenti sul sito www.movimentoconsumatori.it (30mila contatti unici al mese). E non mancheranno campagne di direct mailing, per una comunicazione ad hoc rivolta ai circa 41 mila soci di MC, che potranno così essere costantemente e comodamente aggiornati sulla formazione nell'ambito del progetto. Un apposito test a conclusione dei moduli formativi sarà il prezioso strumento per valutare il grado di consapevolezza acquisita grazie al percorso educativo intrapreso. «Un consumatore informato è un consumatore tutelato»: ed è anche un cittadino prezioso e coinvolto nelle attività di un'associazione sempre in crescita grazie soprattutto ai propri associati.

FOCUS FAIRTRADE

Luis e gli altri, quelli che insieme alla canna di zucchero coltivano lo sviluppo

Luis, 48 anni, vive in Paraguay. Ha coltivato canna da zucchero per tutta la vita e la sua terra è appartenuta alla sua famiglia per generazioni. Da bambino guardava il padre lavorare nei campi e quando è cresciuto lo ha aiutato. Oltre alla canna da zucchero coltiva anche fagioli, frumento, yucca, ananas e arachidi. Per riuscire a mandare a scuola tutti i suoi quattro figli, il padre lavorava come muratore e la madre come sarta.

Quando il padre si è ammalato durante il primo anno di università di Luis, è stato lui a occuparsi dei campi. C'erano periodi in cui la canna non produceva abbastanza reddito, così Luis ha imparato a fare il calzolaio e a lavorare la pelle; oggi ha un piccolo negozio di fianco a casa di cui si occupano i suoi figli, quando possono. Sua moglie lavora co-

me insegnante, così il denaro che guadagnano è sufficiente a mandare tutti e quattro i loro figli a scuola.

Luis è entrato a far parte della cooperativa Manduvirá nel 1980. È sempre stato un membro attivo, prestando servizio in diverse commissioni ed è stato eletto presidente tre anni fa. La cooperativa Manduvirá ora ha 31 anni. Ad un certo punto il numero di membri è sceso a 190, ma l'attenzione nella produzione di canna da zucchero e gli sviluppi del commercio equo hanno ravvivato l'interesse con un aumento degli associati dai 300 nel 2003 ai 1.200 di oggi.

Manduvirá ha ottenuto la certificazione da Fairtrade Labelling Organisation International (FLO) nel 1999 e un paio d'anni dopo ha cominciato a vendere al circuito del commercio equo. «Il 50% del premium è attualmente distri-

buito sotto forma di denaro contante ai produttori e molti di loro lo usano per ristrutturare le loro case e installare l'impianto per l'acqua corrente», racconta Luis. «Altri lo usano per comprare testi scolastici e uniformi per i loro figli, perché, anche se la scuola è gratuita, l'essenziale, però non lo è». Il rimanente 50% del premium è usato per progetti come il centro sanitario, attrezzature per la coltivazione e formazione.

L'aumento del raccolto, la comprensione dei meccanismi del commercio equo e la consapevolezza di cosa significa essere una cooperativa stanno spronando i produttori a fare sempre di più. «Grazie a Fairtrade il prezzo della produzione è sufficiente a far rimanere i coltivatori nelle loro terre invece che essere costretti a spostarsi verso la capitale».

www.equoinc.it

Dire, fare, riciclare

Tra Natale e Carnevale la carta vale

Il Natale è ormai alle spalle e, oltre ai doni ricevuti, è molto probabile che vi ritroviate in casa anche della carta da regalo usata di cui non sapete bene cosa fare. Avete confezionato i vostri regali in modo alternativo ed ecosostenibile, ma nonostante tutto l'impegno che ci avete messo, qualche foglio di carta colorata e decorata ha comunque fatto capolino sotto il vostro albero natalizio. E allora?



Se per quella strapata, rovinata o inutilizzabile non resta che la raccolta differenziata, la carta usata ma ancora in buone condizioni si può riutilizzare.

La si può conservare con cura per le ricorrenze future: un modo semplice ed immediato per contenere gli sprechi, rispettare l'ambiente e fare anche un po' di economia!

Altrimenti, nel caso abbiate voglia di sperimentare qualcosa di più originale, mettete in moto la fantasia e coinvolgendo i vostri figli o i vostri nipotini potete utilizzare la vecchia carta da regalo per provare a realizzare delle maschere in cartapesta: certo, bisogna avere un po' di tempo da dedicare all'opera ed essere abili nei lavori manuali, ma le soddisfazioni non mancheranno.

Il riuso della carta da regalo si trasformerà in una bella occasione di gioco e di divertimento per voi e per i vostri figli. Cosa desiderare di più? Tanto più che il Carnevale si avvicina...

Per consigli e suggerimenti per la realizzazione di maschere non mancate di visitare il nostro sito

www.comieco.org/lab

Cos'è

Comieco è il Consorzio nazionale recupero e riciclo degli imballaggi a base cellulosica. La sua finalità è il riciclo e il recupero degli imballaggi di origine cellulosica. I consorziati di Comieco sono produttori, importatori e trasformatori di materiale e di imballaggi cellulosici.

Possono aderire anche i recuperatori. Il Consorzio stipula con le amministrazioni locali convenzioni per la raccolta differenziata, e tramite questi soggetti gestisce volontariamente, d'intesa con Conai, il sistema della raccolta e dell'avvio a riciclo dei rifiuti di carta e cartone provenienti dalla raccolta comunale.

www.comieco.org

il mensile dei consumatori
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
Coordinamento redazionale: Silvano Rubino
Progetto grafico: Antonio Mola
Stampa: CSQ - Centro Stampa Quotidiani
via dell'Industria, 50 - 25030 Erbusco (BS)

Consumers' insieme



MOVIMENTO CONSUMATORI

Insieme per una società responsabile

Il Movimento Consumatori è un'associazione autonoma ed indipendente senza fini di lucro, nata nel 1985 per iniziativa di un gruppo di cittadini e di esperti, sollecitato dall'esigenza di tutelare i diritti dei consumatori.

Tutti i cittadini sono soprattutto consumatori.
Tutti i consumatori hanno diritti.

Il Movimento si propone di offrire ai cittadini migliori condizioni di consumo, cercando di influenzare le controparti istituzionali e private affinché forniscano servizi e prodotti adatti alle esigenze degli utenti.

Il Movimento Consumatori aiuta, segue e consiglia i propri soci con servizi di consulenza specializzati, li rappresenta presso organismi pubblici e privati, erogatori di servizi e fornitori di beni, e li sollecita a prendere coscienza dei propri diritti e delle proprie responsabilità.

I perché di una scelta

Elemento distintivo dell'associazione è l'attenzione nei confronti dei problemi pratici che il consumatore si trova a dover affrontare nella vita quotidiana.

Questa attenzione si traduce nell'attività delle circa cinquanta sedi locali MC, distribuite su tutto il territorio nazionale, che erogano sia un servizio di informazione e orientamento sui diritti dei cittadini consumatori, sia un servizio di consulenza e tutela legale ex-post, attività centrale della nostra associazione. Il Movimento Consumatori mette inoltre a disposizione dei cittadini una procedura di conciliazione (procedura di risoluzione stragiudiziale) per le seguenti realtà: Telecom, Tim, Wind, H3g, Ania, Enel, Banca Intesa, Banco Posta e Poste Italiane, Capitalia. Questa attenzione si traduce anche nell'attività istituzionale del Movimento Consumatori, ovvero nel dialogo costante con tutte

le controparti, istituzioni, aziende, associazioni di categoria, media, per indirizzare preventivamente le decisioni in favore di una maggiore tutela del cittadino-consumatore e per realizzare insieme a queste realtà iniziative di educazione a un corretto e consapevole stile di consumo.

MC lavora anche insieme ai cittadini-consumatori: infatti, sin dalla nascita, MC ha ritenuto prioritario impegnarsi in azioni che contribuissero alla presa di coscienza non solo dei diritti, ma anche delle responsabilità individuali da parte dei cittadini. Ecco perché MC collabora, sostiene ed è socio di tante realtà impegnate trasversalmente su temi fondamentali come la tutela dei minori, l'ambiente, la promozione della cultura e della solidarietà, il consumo critico e il commercio equo-solidale, per citarne alcuni.

Settori di attività

Il Movimento Consumatori in specifico opera nei seguenti settori:

Sicurezza alimentare; Ambiente ed energia; Assicurazioni; Casa e condominio; Commercio; Comunicazioni; Concorrenza e liberalizzazione; Banche, credito e risparmio; Farmaci e salute; Giustizia; Diritti dei cittadini migranti; Minori; Prezzi e tariffe; Pubblica amministrazione; Pubblicità ingannevole; Responsabilità sociale; Trasporti e turismo.

MC si è anche battuto per la riduzione del prezzo del latte in polvere per neonati. Numerose famiglie risparmiano sui prodotti per neonati grazie ai Gruppi d'acquisto MC.

Grazie all'attività degli osservatori Farmaci & Salute, Credito & Risparmio e Pubblicità ingannevole, MC ha promosso negli anni importanti campagne di informazione e educazione a favore dei consumatori, tutelato migliaia di cittadini risparmiatori, vagliato centinaia di pubblicità verificandone la fondatezza e la non ingannevolezza.

Info: www.movimentoconsumatori.it

diventa socio

Il Movimento Consumatori si finanzia attraverso la partecipazione a progetti assegnatigli dalle pubbliche istituzioni e attraverso le quote associative.

Con MC puoi iscriverti e assicurarti gratuitamente, per un intero anno, con una polizza assicurativa di tutela legale. Movimento Consumatori e D.A.S. Assicurazioni S.p.A. hanno stipulato una convenzione esclusiva per i soci del Movimento Consumatori, che potranno scegliere la polizza "Contratto Protetto" o "Vita Privata" per ogni controversia futura alla data di iscrizione al Movimento Consumatori.

Perché prevenire ti permette di far valere i tuoi diritti con ancora più forza!

Leggi le condizioni complete sul sito www.movimentoconsumatori.it o scrivi a info@movimentoconsumatori.it; oppure telefona allo 06-48.800.53 o rivolgiti alla sede MC più vicina.

Puoi diventare:

Socio simpatizzante – quota 15 euro: iscritto al Movimento Consumatori con diritto all'abbonamento al mensile Consumers' magazine e alla polizza assicurativa di tutela legale "Contratto protetto", per un anno.

Socio ordinario – quota 35 euro: iscritto al Movimento Consumatori con diritto alla consulenza legale per un anno, all'abbonamento al mensile Consumers' magazine e alla polizza assicurativa di tutela legale "Contratto protetto", per un anno.

Socio Sostenitore – quota 50 euro: iscritto al Movimento Consumatori con diritto alla consulenza legale per un anno, all'abbonamento al mensile Consumers' magazine e alla polizza di tutela legale "Vita privata", per un anno.

Puoi versare la quota associativa tramite **bollettino postale** c/c n° 66.700.709 o bonifico bancario BANCOPOSTA - IBAN: IT 36 N 07601 03200 0000 66700709 intestato a Movimento Consumatori Sede Nazionale - via Piemonte, 39/A - 00187 Roma.

Puoi utilizzare anche la **carta di credito**, pagando on line (<http://www.movimentoconsumatori.it/associarsi.php>).

Per attivare il prima possibile il sistema di tesseramento invia una e-mail confermando i tuoi dati a tesseramento@movimentoconsumatori.it oppure invia un fax allo 06-48.20.227 all'attenzione dell'ufficio tesseramento MC. informazioni: tel. 06-48.800.53

Contatti

Sezioni e sportelli Ecco la rete territoriale

Il Movimento Consumatori conta attualmente circa 50 tra sezioni e sportelli, operanti in tutta Italia. Per usufruire del servizio di consulenza legale cercate la sede locale del Movimento Consumatori a voi più vicina. Gli indirizzi delle sedi MC si trovano sul sito nazionale

www.movimentoconsumatori.it

ABRUZZO

Vasto 0873/370783

CALABRIA

Cosenza, Tel. 0984/437781

Reggio Calabria, Tel. 0965/33051

CAMPANIA

Benevento, Tel. 0824/944500

Caserta, Tel. 0823/220742

Napoli, Tel. 081/4976238

EMILIA ROMAGNA

Forlì, Tel. 0543/36327

Modena, Tel. 059/3367171

Parma, Tel. 0541/7062

LAZIO

Roma, Tel. 06/39735013

Roma Casilino Tel. 06/83088020

Tivoli (RM), Tel. 0774/334270

LIGURIA

Genova, Tel. 010/2471188

Sanremo (IM), Tel. 0184/597675

LOMBARDIA

Bergamo, Tel. 035239565

Brescia, Tel. 030/2427872

Lecco, Tel. 0341/365555

Milano, Tel. 02/80583136

Pavia, Tel. 0382/22772

Varese, Tel. 0332/810569

MOLISE

Campobasso, Tel. 0874/411086

PIEMONTE

Bra, Tel. 0172/431281

Ciriè, Tel. 011/9214938

Cuneo, Tel. 0171/602221

Torino, 011/5069546

PUGLIA

Andria, Tel. 0883/591030

Bari, Tel. 080/5227965

Foggia, Tel. 338 7979600

Molfetta (BA), Tel. 080/3354776

Noci (BA), Tel. 080/4978650

Ostuni (BR), Tel. 0831/305991

San Severo (FG), Tel. 0882/376032

Taranto, Tel. 099/7324647

Trani, Tel. 0883/591932

SARDEGNA

Cagliari, Tel. 070/8567594

Sestu (CA) Tel. 347 577904

SICILIA

Catania, Tel. 095/7128729

Messina, Tel. 090/2924994

Palermo, Tel. 091/6373538

Siracusa, 333 4111233

Trapani, Tel. 0923/712879

TOSCANA

Cecina (LI), Tel. 0586/754504

Firenze Nord, Tel. 055/4250239

Livorno, Tel. 0586/892984

Lucca Tel. 0583/490004

Massa Carrara, Tel. 0585 75275

Pistoia Tel. 0573/946482

Pontedera-Valdera (PI), Tel. 0587/57467

Prato, Tel. 0574/635298-546130

Versilia (LU), Tel. 0584/31811

Piombino, Tel. 348 8974227

UMBRIA

Perugia, Tel. 075/5731074

Foligno, Tel. 0742 344889

VENETO

Dolo (VE), tel

Padova, Tel. 049/8071318

Treviso, Tel. 0422/545000

Venezia-Mestre, Tel. 041 5318393

Verona, Tel. 045/595210

Vicenza, Tel. 0444/1832641

Se sei interessato ad aprire una sede nella tua città scrivi all'indirizzo

affiliazione@movimentoconsumatori.it

newsletter

Iscriviti alla Newsletter elettronica del Movimento **Consumers' news**. Riceverai ogni settimana aggiornamenti puntuali

Consumers' news

LE NOTIZIE DEI CONSUMATORI

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

**Sulla bolletta
i conti non tornano...
chiedi aiuto
a Betty!**



un consumatore

informato

Betty, dopo anni di esperienza con acquisti e bollette, è diventata una consumatrice esperta!

I suoi saggi consigli ti possono aiutare a diventare più attento e consapevole nelle scelte di consumo quotidiane.

Vieni a conoscere **Betty** su:
www.movimentoconsumatori.it



è un consumatore

tutelato

Movimento Consumatori ha attivato sul sito www.movimentoconsumatori.it un servizio di informazione interattivo sui temi di interesse dei consumatori:

Banche, Assicurazioni, Telefonia e Consumo sostenibile.

Un consumatore informato è già mezzo salvato dalle truffe e dalle insidie sempre in agguato!



**MOVIMENTO
CONSUMATORI**
Insieme per una società responsabile

www.movimentoconsumatori.it



Iniziativa "Consumatore informato, mezzo salvato" finanziata dal Ministero del Lavoro, della Salute e delle Politiche Sociali ai sensi della lett. d) della L. 383/2000 – Direttiva annualità 2008