

## Energia

Solare termico, storia di un'occasione mancata  
Pag. 5

## Liberalizzazioni

Luci e ombre sotto le lenzuolate  
Pag. 6

## Acquisti

La spesa al tempo dei Farmer's market  
Pag. 7

## Le rubriche

Notizie, campagne, informazioni utili  
Pag. 8/11

# Consumers'

il mensile dei consumatori

# magazine

maggio 2007



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

## GUIDA ALL'ACQUISTO

# CASA DOLCE CASA, QUANTO MI COSTI?

Dall'agenzia al rogito: un percorso irto di ostacoli e costi più o meno

occulti. Vi spieghiamo come attrezzarsi per evitare brutte sorprese

**C**aparre, provvigioni, imposte varie, certificati di sicurezza: un salasso pari al 15% del valore dell'alloggio. Intermediari ingombranti e costosi, una burocrazia molto spesso opprimente. E molte anomalie tutte italiane. Nonostante la fine del grande boom che aveva portato alle stelle le quotazioni immobiliari, l'acquisto di una casa rimane un'esperienza che può risultare molto stressante, oltretutto costosa. Arrivare preparati al momento dell'acquisto allora è un segreto fondamentale per evitare brutte sorprese. Il dossier di *Consumers' Magazine* ripercorre tutte le tappe che portano al sospirato rogito, passando per intermediazioni, visite all'appartamento, contratti preliminari. E vi fornisce una guida in 14 punti compilata dai nostri esperti per un acquisto consapevole.

dossier  
da pagina 2 a pagina 4



Imageconomica

## una buona notizia... L'informatica contro il caro libri

Edizioni multimediali, con possibilità di aggiornamenti dei libri di testo scaricabili da internet. Liste online per la scelta dei testi da parte degli insegnanti, con confronti trasparenti sui prezzi. Sviluppo di forme alternative all'acquisto, come il noleggio, il comodato e l'usato. Si chiude con un accordo che farà bene alle tasche di studenti e genitori l'istruttoria avviata dall'Antitrust contro l'Aie - Associazione italiana editori.

## ...e una cattiva Prosciutto poco made in Italy

Secondo la Cia - Confederazione italiana agricoltori, tre prosciutti (cotti e crudi) su quattro in commercio in Italia sono ormai stranieri. Nel 2007 sono arrivati da oltre frontiera oltre 60 milioni di prodotti con nomi di fantasia come "prosciutto del contadino", "prosciutto nostrano"... Il rischio è la scomparsa dalle tavole degli italiani di ben 16 Dop, come il Prosciutto di Parma, il San Daniele, il Culatello di Zibello.



L'intervista  
**Corrado Sforza Fogliani**  
Presidente di Confedilizia  
a pagina 4

## editoriale

Servizi pubblici, ora tocca a noi

di Lorenzo Miozzi\*

**V**arato il nuovo governo, tutti siamo in attesa di capire se la nuova compagine che guiderà l'Italia intraprenderà da subito azioni riformatrici anche coraggiose oppure segnerà il passo, magari dopo alcuni effetti annunciati. L'atmosfera strana che si respira è che le effettive emergenze che attanagliano l'Italia abbiano dato una spazzata su tutto quanto è stato fatto in questi anni, dimenticando anche i percorsi positivi avviati e che, come consumatori, chiediamo al nuovo governo di rafforzare. L'ultima Finanziaria, per esempio, ha visto approvati almeno quattro importanti provvedimenti.

\*presidente Movimento Consumatori

## IL GRILLO DEL MESE

www.beppegrillo.it



### Macchine e poveri

**I**l costo del grano, del riso, della soia sta crescendo. Il valore delle azioni delle aziende che producono biocarburanti aumenta. I campi producono etanolo al posto del pane. Il cibo crea energia meccanica, non più umana. Le macchine vengono sfamate, i poveri del mondo tirano la cinghia.

*Il biocarburante genera un surplus azionario per le aziende dell'energia. L'assenza di cibo crea invece i morti di fame.*

*Giro, girotondo, cade il mondo, cade la terra, salgono i dazi, cresce la fame, l'azione si impenna. Tutti giù per terra.*

Beppe Grillo  
www.beppegrillo.it

segue a pagina 4



## MERCATO IMMOBILIARE

# Dall'agenzia al notaio Il costoso viaggio verso una nuova casa

Un salasso pari al 15% del valore dell'alloggio, composto di caparre, provvigioni, imposte varie, certificati di sicurezza. Con intermediari ingombranti e onerosi. E molte anomalie tutte italiane

di Christian Benna

**N**on verseranno lacrime per la scomparsa - tutt'altro che prematura - dell'Ici. Ma gli italiani continueranno a piangere amaro sul bollettino delle spese per l'acquisto di un alloggio. Perché, anche se la tassa sulla casa sarà abolita, il mattone tricolore resterà comunque il più caro d'Europa. E questa volta non c'entrano i prezzi al metro quadro (gonfiati da anni di speculazione, ora in pieno sboom) e dai rialzi dei tassi di interesse sui mutui decisi dalla Banca centrale europea. Il conto salato sta a monte. O meglio, matura lungo la filiera dell'acquisto che, tra firme e timbri, ad ogni passaggio impone un dazio, uno scotto in denaro sonante per procedere oltre e finalmente mettere piede nel nido domestico.

### Agenzie pigliatutto

Vuoi l'appartamento di proprietà? Allora preparati a sborsare fino al 15% del valore dell'alloggio. Un salasso - rendicontato al dettaglio dall'ufficio studi di Arpe - Federproprietà e Confappi - che ha molte voci in rubrica, dalla caparra al rogito fino ai nuovi certificati sull'energia e sulla sicurezza. Già in partenza bisogna mettere mano al portafoglio e impegnarsi a remunerare generosamente chi fa da tramite tra la casa dei sogni, compratore e venditore. Protagoniste del mercato sono le agenzie immobiliari, imprese che nel panorama cittadino contendono agli sportelli bancari il primato delle insegne, a garanzia di un business facile e lucrativo. Il perché è presto detto. Al professionista delle compravendite spetta una percentuale che ruota intorno al 3 - 4% (+ Iva) per ogni transazione stipulata. Quota che raddoppia, perché prelevata sia dall'acquirente che dal venditore. «In pieno conflitti di interessi», sostiene **Mario Breglia**, presidente di Scenari Immobiliari, istituto indipendente di studi e ricerche sui mercati immobiliari,

«infatti, l'agenzia serve due clienti in una stessa trattativa. Come se un avvocato lavorasse per conto di due parti litiganti in uno stesso processo. Chi è più tutelato? Alla fine solo l'agente che guadagna sia a sinistra che a destra».

La giungla dell'intermediazione immobiliare è frutto della liberalizzazione del settore. Le tariffe massime per le commissioni sono state cancellate. Dovrebbe vincere il mercato libero, quindi la concorrenza e prezzi più bassi. «Succede invece il contrario, perché le commissioni sono lievitate imponendo un doppio onere per chi compra casa. Ora sarebbe meglio stabilire un tetto del 2% a transazione».

### Gabelle e notai

La casa dei sogni però è lì a portata di mano, le foto affisse in una vetrina del real estate nostrano, una visita che conquista. Gli aspiranti proprietari - non incontrando la soluzione, più economica ma talvolta più rischiosa, da privato a privato - tirano dritto e pagano pegno. Ma la babele delle tasse non finisce qui. Anzi, ingoiato il rospo dei costi per l'agenzia immobiliare, si entra nei gironi della burocrazia. Perché l'anomalia italiana è sempre una questione di imposte. Per la prima casa tocca sborsare il 4% sul valore dell'immobile, sulla seconda la gabella si impenna fino al 10%. L'Erario gongola. «Mentre deperisce il mercato degli affitti», continua Breglia, «questa disparità di trattamento va a colpire la prima casa. Chi compra la seconda abitazione ammortizzerà poi i costi delle tasse sulla locazione. A rimetterci non sono i ricchi, ma come al solito i meno abbienti».

Ecco che poi si arriva alle imposte di trasferimento dell'immobile: la tassa di registro vale il 3% dell'alloggio. Ci sono poi altre gabelle fisse ipotecaria e catastale (168 euro più rispettivamente 2% e 1% del valore dell'appartamento).

### Il libro

**D**ietro il boom della casa che cosa si nasconde? «Una truffa continuata», secondo Luca Leone, l'autore di *Sotto il mattone*, e l'agente immobiliare pentito intervistato in uno dei capitoli del lavoro, un reportage in uno dei buchi neri italiani che ogni anno ingoia sogni, speranze e risparmi di milioni di persone. Il racconto caustico e sarcastico di un'avventura al limite dell'impossibile in un gustoso e al contempo amaro slalom tra ampi saloni e tetti pericolanti, angoli cottura dagli spazi bizzarri e mostruosità edilizie, servitù di passaggio e cessi che scaricano nell'insalata piantata nel terreno altrui, il tutto per il coronamento di un sogno comune: un luogo gradevole in cui vivere. Ricco di aneddoti e suggerimenti per non incappare in trappole il libro è dedicato «a chi cerca casa e non trova pace».

**Luca Leone, Sotto il mattone - L'avventura di cercare casa. Infinito edizioni**

A contratto chiuso, caparra depositata, saldati i conti con Fisco e Catasto, non resta che l'ultimo passaggio, quello del rogito, da registrare, previo appuntamento, presso la scrivania del notaio, il professionista che certifica - a tariffa variabile, tanto che non ci sono stime precise sui costi - la transazione avvenuta. Spiega Mario Breglia: «Nei Paesi anglosassoni questo ruolo non è appannaggio dei soli notai. Ma qualunque funzionario può esercitare questa funzione, liberando il mercato di lacci e laccioli e ulteriori costi».

Chiavi in mano, pagato tutto il pagabile, al neo proprietario non resta che fare i conti con amministratore, spese di condominio, rifacimento della facciata dello stabile e degli impianti di sicurezza.

segue a **pagina 4**

## +il mercato

### Sipario sul grande boom, ora anche i prezzi cominciano a scendere

**C**rolla la casa, tempo di comprare. In pieno sboom del mercato immobiliare si comincia a trovare qualche affare sotto la selva di cartelli vendesi che tappezzano gli stabili italiani. Ma occorrono liquidi, e parecchi. O capacità di indebitarsi a fronte di un caro mutui che non la vuole smettere di vedere salire le sue rate. È la realtà a due facce del mattone Made in Italy, che, dopo una sbornia lunga sette anni di super compravendite e prezzi all'insù, tira bruscamente il freno a mano.

Il tonfo è certificato dall'Agenzia del territorio, che nell'Osservatorio 2007 registra compravendite in calo del 7,1% contro il +1,3% del 2006. Dall'Agenzia fanno notare che sul comparto pe-

sano «fattori strutturali legati al ciclo immobiliare, che è evidentemente arrivato alla sua fase conclusiva. Tra questi i tassi di interesse per i mutui, passati mediamente dal 3,5% del 2003 al 5,3% del 2007, e il livello raggiunto dal prezzo degli immobili». Su quest'ultimo punto dall'Agenzia sottolineano che i prezzi del residenziale sono saliti nei grandi Comuni in media del 35% negli ultimi tre anni. Ora però il fiato corto del mercato incomincia a limare i prezzi. Che iniziano lentamente a scendere. O meglio si muovono al ritmo dell'inflazione in centro città, mentre tendono addirittura a svalutarsi nelle periferie. Gli speculatori si fregano le mani. Il piccolo proprietario con un bel gruzzolo può av-

vicinarsi al sogno di una casa senza rimetterci una fortuna.

Il consuntivo dell'anno 2007 evidenzia che nel segmento residenziale le compravendite sono scese del 4,6% con 806.225 transazioni contro le 845.051 del 2006, ma dando un occhio agli andamenti semestrali la discesa è più marcata nell'ultima parte dell'anno: -5,8% con 393.450 compravendite nel secondo semestre 2007. Il calo più consistente si è registrato al Sud (5,2%), seguito dal Nord (-4,7%) mentre la discesa è stata più contenuta al Centro (-3,5%). «Negli ultimi anni si è assistito a un sensibile spostamento delle compravendite dalle città maggiori ai comuni minori», recita l'Osservato-

rio. «Nel 2007, invece, pur confermandosi una miglior tenuta del mercato nei comuni minori, si verifica, per la prima volta dal 2001, un sensibile calo delle compravendite, pari al -5,8%, anche nei comuni non capoluogo». I cali più consistenti nel numero di compravendite si sono registrati a Napoli (-16,2%), Milano (-11,8% a livello annuale, con una discesa ridimensionata rispetto al -13,5% del primo semestre dell'anno) e Palermo (-12,4%). E i prezzi? Secondo l'Agenzia del Territorio il prezzo medio al mq è pari a 1.557 euro (+2,6% rispetto al semestre precedente e +5,5% su base annua), con una crescita però dei prezzi rallentata rispetto a quella registrata nel semestre precedente. (C.B.)

## LE PRINCIPALI SPESE ED IMPOSTE SUI TRASFERIMENTI IMMOBILIARI IN EUROPA

(valori percentuali)

Paese	SPESE D'ACQUISTO		IMPOSTE Imposta di trasferimento
	Agenzie immobiliari	Altre spese (perito, avvocato, notaio...)	
Austria	6,0	1,6	3,5
Belgio	3,0	0,8	11,5
Rep Ceca	3,0	0,1	0,0
Danimarca	2,7	0,8	0,0
Inghilterra	1,4	0,3	3,0
Finlandia	3,1	0,0	4,0
Francia	6,0	1,0	5,1
Germania	4,0	0,7	3,5
Grecia	4,0	2,8	11,3
Ungheria	3,0	0,6	5,9
Irlanda	1,3	0,9	7,5
Italia	4,0	1,0	10,0°
Olanda	1,9	0,3	6,0
Polonia	1,3	0,4	10,0
Portogallo	3,8	0,1	0,8
Spagna	6,0	0,2	7,0
Svezia	2,6	0,0	1,5
Svizzera	3,5	0,7	0,0
Media	3,3	0,7	5,3
Usa (New York)*	0,0	1,0	1,0

## PREZZI MEDI DEGLI IMMOBILI DI ZONE CENTRALI OMOGENEE DI ALCUNE CITTÀ SPAGNOLE E ITALIANE

(euro/mq, aprile 2008, escluse le punte di mercato)

Città	Minimo	Massimo
Madrid	3.800	5.200
Barcellona	3.650	4.700
Saragozza	3.600	5.150
Ibiza	2.600	4.500
Marbella	2.650	4.100
Formentera	2.900	5.200
Milano	6.500	8.000
Roma	6.200	8.400
Argentario	5.000	7.500
Capri	8.500	12.000
Elba	3.000	4.500

° La percentuale si riduce al 4% se prima casa

\* Il fee dell'agenzia è interamente a carico del venditore

## IL TREND DEL MERCATO IMMOBILIARE NEGLI ULTIMI ANNI

ANNO	NUMERO COMPRAVENDITE DIFF.% ANNO PRECEDENTE
2007	-7,1%
2006	+1,3%
2005	+5,4%
2004	+6,9%
2003	-1,1%
2002	+14,0%
2001	+1,0%

## ANDAMENTO DELLE COMPRAVENDITE NEL SETTORE RESIDENZIALE DELLE PRINCIPALI CITTÀ NEL 2007

CITTÀ	NUMERO COMPRAVENDITE DIFF.% 2006-2007
Roma	-8,3%
Milano	-11,8%
Torino	-4,3%
Napoli	-16,2%
Genova	-10,3%
Palermo	-12,4%
Bologna	-2,8%
Firenze	-2,8%

Fonte: SCENARI IMMOBILIARI e AGENZIA DEL TERRITORIO

## +la guida

## Il mutuo senza segreti

**M**utuo Informato. Indicazioni a chi richiede un mutuo ipotecario, la prima guida per il cittadino realizzata dal Consiglio nazionale del notariato e dalle associazioni dei consumatori, tra cui il Movimento Consumatori, arriva alla seconda edizione. La nuova edizione illustra le novità introdotte in materia dalla legge 40/2007, meglio conosciuta come decreto Bersani-bis, e dalla legge finanziaria 2008. La pubblicazione informa i cittadini sui problemi più frequenti con cui si devono confrontare nella stipula di un mutuo per l'acquisto della casa, spiegando le tappe principali e aiutandoli ad evitare "passi falsi" o errori. [www.notarato.it](http://www.notarato.it)

## IL VADEMECUM DI MC

## Guida all'acquisto consapevole

*Agenzia, provvigione, compromesso, rogito. Orientarsi nel mondo delle compravendite immobiliari può essere spesso complicato. E all'interno della scarsa competenza degli acquirenti si possono nascondere trappole e costi occulti. Ecco una piccola guida all'acquisto, compilata dall'esperto del Movimento Consumatori, Roberto Barbieri. 14 punti per acquistare senza rischi. E senza salassi.*

## Agenzia immobiliare

**1.** Verificare che il mediatore immobiliare sia iscritto al ruolo degli Agenti d'affari in mediazione presso una Camera di commercio.

**2.** Ricordare che il diritto alla provvigione, a carico sia del venditore sia del compratore, matura al momento della conclusione dell'affare, e per il solo fatto che l'agente ha posto in relazione le parti, a prescindere dall'attività di assistenza svolta nella definizione degli accordi.

**3.** La proposta di acquisto che si sottoscrive presso l'agenzia rappresenta già un vero e proprio compromesso di compravendita: non vi saranno ulteriori successive possibilità di trattativa, né di ripensamento per l'acquirente e obbliga soltanto l'acquirente in modo irrevocabile nei confronti sia del venditore sia dell'agenzia.

**4.** Alla sottoscrizione della proposta d'acquisto non rilasciare mai un assegno intestato all'agente immobiliare, ma al proprietario con la clausola di non trasferibilità.

**5.** Tutti i moduli (incarico, proposta d'acquisto) devono essere letti attentamente prima della sottoscrizione. Richiedere la consegna del modulo prima della sottoscrizione, per poterlo verificare con calma. Tale possibilità sarà anche indice di serietà dell'agente immobiliare: diffidare delle agenzie che creano problemi sul punto.

Dal primo contratto con il mediatore alla firma del rogito notarile. 14 regole per affrontare la compravendita con il background necessario ad evitare brutte sorprese. E costi aggiuntivi

## Trattativa diretta

**6.** Nel caso di trattativa diretta tra venditore e acquirente si consiglia di rivolgersi ad un esperto (notaio, avvocato, altro professionista competente o associazioni dei consumatori) onde procedere alle necessarie verifiche prima di sottoscrivere il preliminare.

## Sempre

**7.** Dopo aver visitato l'immobile, pretendere di conoscere la condizione del bene relativamente sia alla intestazione di proprietà (presso la Conservatoria dei registri immobiliari) che alla situazione catastale e di regolarità sotto il profilo della concessione amministrativa (condoni, licenze, altro), chiedendo di poter visionare le planimetrie e la documentazione catastale.

**8.** Definire la ripartizione delle spese condominiali nel lasso di tempo preliminare di compravendita e rogito; delle spese di manutenzione straordinaria già deliberate e delle spese occorrenti per sanare eventuali abusi edilizi.

**9.** Occorre anche ricordare che, trattandosi di immobili, la legge esige che i re-

lativi contratti siano stipulati per iscritto a pena di nullità; una proposta di acquisto verbale non avrebbe alcun valore giuridico.

**10.** Dalla stipula del preliminare nascono tra le parti i diritti ed obblighi stabiliti dall'art. 2932 Codice civile: se una delle parti obbligate a concludere il futuro contratto si rende inadempiente, la controparte potrà ottenere dal giudice una sentenza che produca gli effetti del contratto definitivo non concluso.

**11.** Il contratto preliminare, in attesa del rogito, può essere trascritto presso la Conservatoria, purché stipulato con scrittura privata autenticata da notaio. La trascrizione rende pubblico il preliminare e tutela l'acquirente dalle conseguenze dannose per trascrizioni pregiudizievoli sull'immobile (pignoramenti, sequestri, altro), che potrebbero intervenire tra la stipula del preliminare e quella del contratto definitivo, o per fallimento del venditore. Le parti ovviamente indicheranno nel successivo rogito definitivo la medesima cifra indicata nel preliminare.

**12.** La trascrizione del preliminare ha un costo aggiuntivo di circa 1.000 euro ma è particolarmente consigliata: se il venditore è un imprenditore; se tra la stipula del contratto preliminare e quella del definitivo si devono eseguire lavori di ristrutturazione, chiedere concessioni, autorizzazioni o condoni, finanziamenti, altro; se tra il preliminare e il definitivo intercorre un lungo lasso di tempo; se viene versata una caparra di importo elevato.

**13.** In caso di inadempimento, la caparra funziona come garanzia per il risarcimento predeterminato del danno. Se la parte inadempiente è il soggetto che ha dato la caparra la perde; se invece è inadempiente chi ha ricevuto la caparra, dovrà restituire il doppio della stessa.

**14.** Il contratto definitivo (ossia il cosiddetto rogito notarile) è stilato dal notaio di fiducia del compratore e contiene tutti gli elementi necessari ad individuare l'immobile da trasferire. Il notaio deve procedere alla registrazione pagando le relative imposte per conto dell'acquirente.

In caso di acquisto di immobile da costruire, o non ancora ultimato, il decreto legislativo n. 122/2005 appronta concreti mezzi di protezione a favore dell'acquirente, nel caso in cui il costruttore si venga a trovare in una situazione di crisi, sia cioè sottoposto ad esproprio o fallimento.

## +canali alternativi

## Intermediazione online

**L**a Rete continua a guadagnare spazio nella vita degli italiani e anche uno degli ambiti fino ad oggi tabù, quello della ricerca di un appartamento, si sta poco a poco trasferendo sul web. A rivelarlo è, un'indagine condotta per conto del sito eBayCase.it da Ipsos. Un italiano su 4 dichiara che in futuro si servirà del web per vendere o comprare una casa. Già oggi lo hanno fatto in 1,5 milioni e l'87% di loro, indipendentemente dall'aver poi acquistato o affittato un immobile trovato sul web, lo ha ritenuto un canale molto utile. Secondo i dati diffusi da eBayCase e Ipsos, l'indicazione chiara del prezzo e la presenza di immagini (fotografie o piantina dell'immobile) e in particolare la loro qualità, sono i criteri principali della ricerca online di un immobile (rispettivamente 64%, 51% e 39%).

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



## INTERVISTA AL PRESIDENTE DI CONFEDILIZIA

# Bollini e certificati Una giungla che pesa sulle nostre tasche

**M**ille bolli - verdi, blu, rossi e azzurri - sulla casa. Una pletora di tasse indirette, dall'impiantistica al condominio fino all'energia e alla sicurezza degli ascensori, che fa felici enti certificatori e artigiani ma rischia di mettere all'angolo i consumatori, strangolati dalle super spese dell'alloggio. Sul tavolo di **Corrado Sforza Fogliani**, presidente di Confedilizia, si affastellano a dismisura codici e normative che impacchettano l'alloggio come un prodotto alimentare, garantito a cinque stelle ma salatissimo. «Si tratta di imposte indirette, sollecitate dalle corporazioni, tuttavia ben più esose che nel resto d'Europa», dice Sforza Fogliani. «Al nuovo governo chiediamo di porre un freno a tutti questi certificati. E soprattutto spingiamo per una riforma del Catasto in senso reddituale e non patrimoniale, come ipotizzato dal precedente esecutivo».

**Consumers' Magazine:** Presidente Sforza, perché puntate tanto su questa riforma?

**Corrado Sforza Fogliani:** L'imposta erariale sul patrimonio di un alloggio è ingiusta e penalizza i contribuenti meno abbienti. È molto più equo orientare il fisco sui redditi effettivi delle persone. Altrimenti una famiglia non potrebbe permettersi neppure di ereditare o di acquistare a rate un alloggio di valore. La patrimoniale sugli immobili è una forma di ghettizzazione sociale. Un riforma che

«Si tratta di imposte indirette: il nuovo governo dovrà mettere ordine». Parola di Corrado Sforza Fogliani, rappresentante dei proprietari. Che aggiunge: «Non mandiamo in soffitta la riforma del catasto»

## Chi è

**C**orrado Sforza Fogliani, classe 1938, è presidente di Confedilizia, l'associazione di secondo grado che riunisce le organizzazioni territoriali a tutela dei proprietari di un appartamento, articolata



sull'intero territorio nazionale in oltre 200 sedi. Avvocato, autore di numerose pubblicazioni giuridiche (fra le quali *Il Codice della banca*, *Il nuovissimo Codice delle locazioni* e *Il Codice del condominio*), dirige anche l'Archivio delle locazioni e del condominio. È fondatore e tuttora consigliere della sezione piacentina di Italia Nostra. [www.confedilizia.it](http://www.confedilizia.it)

potrebbe dare slancio al mercato immobiliare, oggi ingessato da un'infinità di balzelli, dando impulso alle contrattazioni e moderando pure i prezzi.

**CM:** Un'altra battaglia, che vi vede al momento vincitori, è quella sul "libretto sulla casa", analogo a quello dell'automobile. È un provvedimento così terribile?

**Sforza:** Il Consiglio di Stato, dopo un nostro esposto, ha bloccato l'obbligo di fare una radiografia completa dell'immobile. L'ipotesi prendeva in considerazione un check up delle strutture portanti, da aggiornare ogni otto anni per garantire la salubrità dell'immobile, che se non effettuata, al costo superiore a 200 euro per screening, avrebbe limitato le attività di ristrutturazione. Questo libretto avrebbe dovuto fornire un elenco degli impianti tecnici contenuti nel fabbricato, lo stato degli impianti di raccolta delle acque, gli antincendio, gli impianti elettrici e di messa a terra; persino i sistemi d'allarme. Tutte spese che avrebbero dovuto affrontare i proprietari su consulenza di professionisti. Bisogna smetterla di considerare le case degli italiani come un salvadanaio a cui tutti, dallo Stato alle imprese, possono attingere in continuazione.

**CM:** Restano i certificati sull'energia, la sicurezza, gli impianti...

**Sforza:** La fucina normativa sforna regole senza soste. Il risultato è che in Italia

si sborsa più che altrove. Nessuno mette in discussione l'importanza delle norme di garanzia, anche se gli incidenti di natura domestica sono molto bassi. Ma mi domando come sia possibile che i certificati sugli ascensori superino i livelli di sicurezza dettati dall'Unione Europea. In realtà si tratta della pressione delle corporazioni per poter installare e effettuare manutenzioni sulle nostre case. Negli ultimi anni il ministero è stato largo di mano con le facilitazioni.

**CM:** Perché non la convince il bollino di efficienza energetica? Impone bassi consumi, soluzioni di riscaldamento sostenibile e minori costi.

**Sforza:** Questa certificazione in sé non è un male. Il problema sono i dopponi. Oggi, allo studio, anche se manca ancora il decreto attuativo, ci sono anche i bollini regionali che presto supereranno quelli statali. Una confusione che avrà come unico merito di farci rimpiangere l'Ici.

**CM:** E sul fronte affitti, cosa chiedete al nuovo governo?

**Sforza:** Ci aspettiamo un forte rilancio dell'affitto, anche attraverso la ristrutturazione di immobili inabitabili dei centri storici piuttosto che attraverso la costruzione di nuove case. Occorre un segnale forte, a cominciare dalla tassazione separata dei redditi da locazione perlomeno per i contratti a canone stabilito dalla contrattazione coi sindacati inquilini.

segue da **pagina 2**

## Management dell'immobile

Qui, tra le difficoltà, si nascondono anche alcune opportunità. Come quella di far crescere il valore del proprio immobile. Molto dipende dal piano urbanistico, dallo sviluppo del quartiere. Ma rendere la propria casa un alloggio a 5 stelle è una sfida che può essere vinta anche dal proprietario.

Per questa ragione nasce una nuova figura del mercato, quella del professionista che si occupa di management del patrimonio immobiliare. La Saa - Scuola di amministrazione aziendale di Torino ha creato un corso per sfornare questi operatori in grado di supportare l'intero ciclo di vita dell'immobile. Dice **Antonella Raimondo**, responsabile del master: «La piccola e media proprietà, ovvero il 98% del mercato italiano, non ha strumenti e figure professionali formate per poter essere di supporto al momento dell'acquisto o della vendita di un bene e tantomeno nella valorizzazione degli asset di uno stabile. Il nostro obiettivo è far nascere veri e propri manager del condominio, non più semplici amministratori delle spese, ma persone capaci di far crescere il valore della casa».

Christian Benna

## editoriale

### Servizi pubblici, ora tocca a noi

segue dalla **prima**

Ricordiamo l'azione collettiva risarcitoria, il garante per la sorveglianza dei prezzi, la regolamentazione fiscale sui gruppi d'acquisto. Ma soprattutto la previsione per le associazioni dei consumatori di un ruolo partecipativo, consultivo e di controllo in relazione alla determinazione e al rispetto degli standard qualitativi del servizio pubblico locale stabiliti nelle Carte dei servizi e nei Contratti di servizio.

La portata della norma non sembra essere stata colta nella reale potenzialità e forse è passata addirittura inosservata alla maggior parte degli enti locali, che tuttora tenderebbero a non applicarla. In particolare l'art. 2 prescrive l'osservanza di una serie di disposizioni che il soggetto erogatore del servizio pubblico locale è tenuto a rispettare, a tutela dei diritti dei consumatori ed al fine di garantire la qualità, l'universalità, e l'economicità dei servizi pubblici locali. L'ente locale competente, in virtù del principio di sussidiarietà, è tenuto a garantire l'applicazione di tali disposizioni in sede di stipula dei contratti di servizio.

Il contratto di servizio deve contenere la previsione dell'obbligo di emanare una "Carta della qualità dei servizi", redatta e pubblicizzata in conformità ad intese con le associazioni dei consumatori, nella quale vanno riportati gli standard di qualità e di quantità relativi al servizio così come determinati nel contratto di servizio. Inoltre, nella Carta dei servizi debbono essere previste le modalità di proposizione del reclamo, le vie conciliative e giurisdiziarie, nonché le modalità di ristoro dell'utenza.

Secondo la norma, il contratto di servizio deve prevedere un sistema di monitoraggio permanente del rispetto dei parametri stabiliti dal contratto stesso, a cui partecipano le associazioni dei consumatori, che si configurano anche come tramite per la ricezione di reclami, osservazioni e proposte da parte dei cittadini in relazione all'attività di monitoraggio.

Un'ulteriore barriera ai diritti di cittadinanza è stata abbattuta e un nuovo fronte di impegno e partecipazione civica si apre per le organizzazioni dei consumatori.

Lorenzo Miozzi

## IL CASO

# Solare termico, storia di un'occasione mancata

di Francesco Dente

In teoria avrebbero dovuto scaldare acqua per riscaldare ambienti e piscine. In pratica, come succede spesso nel Belpaese, hanno bruciato soprattutto una buona occasione. Per ridurre le emissioni di gas serra, per avvicinare l'Italia agli obiettivi fissati dal Protocollo di Kyoto, per responsabilizzare gli enti locali sul tema del risparmio energetico, per dar vita, infine, a cooperative e micro imprese ambientali.

Sotto la lente della Corte dei Conti sono finiti i pannelli solari per la produzione di energia previsti dal progetto *Solare termico* del ministero dell'Ambiente. Impianti che avrebbero dovuto essere in funzione già da tempo e che dieci anni dopo l'avvio delle procedure sono, invece, per poco meno della metà ancora sulla carta.

## Inefficienze a catena

La storia che la magistratura contabile ha ricostruito nell'indagine depositata a metà aprile è, tuttavia, una storia di inefficienze più che di sprechi. Buona parte delle risorse a disposizione, infatti, sono ancora in cassa e attendono soltanto d'essere spese. Inefficienze che bruciano ancor di più se si considera che laddove i pannelli sono stati realizzati si è prodotto una riduzione dei livelli di inquinamento. Tutto ha inizio a ottobre 1997 quando il ministero dell'Ambiente presenta al ministero del Lavoro il progetto *Comune solarizzato* finalizzato alla creazione di piccole imprese per l'installazione e la manutenzione di impianti solari termici. Il progetto, aperto ai Comuni e alle aziende distributrici di gas, punta a dar lavoro per 12 mesi a 400 lavoratori di pubblica utilità. Al progetto sono allegate le lettere di adesione di 30 enti locali.

Due anni dopo, nel '99, viene siglato il protocollo d'intesa tra ministero dell'Ambiente, del Lavoro e l'Enea (che cura l'assistenza tecnica) per l'attuazione del progetto. Passano altri due anni e nel 2001 il ministero dell'Ambiente sollecita una serie di enti a confermare l'adesione al progetto e a inviare i documenti che attestano l'impegno di spesa (finanziamento del 50% del progetto).

Qui iniziano i problemi: soltanto 13 enti locali, che in seguito si riducono a 8, dicono sì. Il motivo? Le mu-

Un programma statale ambizioso, con un bilancio poco confortante: poco più di metà degli impianti realizzati, finanziamenti inutilizzati, scarsi risultati economici



nicipalità non hanno le risorse per cofinanziare. Gli otto Comuni in lizza intanto ricevono 3,5 milioni di euro. In cassa ci sono ancora 5,7 milioni di euro.

Che fare? Il ministero dell'Ambiente, a distanza peraltro di due anni dalla prima concessione dei contributi, nel dicembre 2004 amplia il ventaglio dei possibili beneficiari del programma estendendolo alle altre amministrazioni pubbliche. Il progetto intanto viene ribattezzato: non più *Comune solarizzato* ma *Solare termico*.

In particolare, coglie l'occasione per dare attuazione a un Protocollo di intesa del 2001 con il ministero della Giustizia che prevede l'installazione di 5 mila metri quadri di pannelli solari termici negli istituti penitenziari. Costo del programma, 2,5 milioni di euro che il ministero dell'Ambiente finanzia per il 30% (774 mila euro). Gli istituti che parteciperanno al progetto vengono individuati però solo a fine 2007 (solo Rebibbia di Roma parte prima con un'iniziativa pilota).

## Quel che resta di una buona idea

Questa dunque la storia ripercorsa dalla Corte dei Conti. I risultati? Buoni dal punto di vista ambientale, magri dal punto di vista economico e sociale. Per quanto riguarda *Comune solarizzato*, a febbraio 2008 (sei anni dopo l'erogazione dei soldi) sono stati realizzati solo sei impianti solari (quattro collaudati) mentre due enti locali restanti concluderanno le opere entro il 2008. Per l'esattezza sono stati posti in essere l'83% dei pannelli solari con una riduzione dell'effetto serra in termini di anidride carbonica pari a 4.012 ton/CO2 anno. Modesti, invece, gli obiettivi raggiunti in campo economico: avviate solo otto imprese ambientali e impiegati 87 lavoratori di pubblica utilità sui 400 previsti. Lo stato di avanzamento delle opere di *Solare termico* è stato pari invece al 58,6%: 88 impianti solari realizzati di cui 87 collaudati (emissioni risparmiate pari a 1.670 ton/anno), mentre 59 impianti sono in fase di realizzazione.

## + il commento

### Il buon esempio che arriva da Bolzano

La relazione della Corte dei Conti in merito al *Programma Solare termico* mette in evidenza un dato preoccupante, che va al di là dei risultati raggiunti, dichiarati modesti dalla stessa Corte. Con il progetto *Comuni solarizzati*, destinato al Centro-Sud, si sono realizzati poco più di 9 mila metri quadrati di pannelli solari contro gli 11 mila programmati, ma - quel che è peggio - si è riusciti a creare soltanto 8 piccole iniziative imprenditoriali che occupano 87 persone contro le 400 previste. Unico "vantaggio": si è speso circa un terzo di quanto era stato messo a bilancio.

Peggio ancora è andato con il più generale progetto *Solare termico*, che non aveva limitazioni geografiche: poco meno di 4 mila metri quadrati contro i 6.500 previsti, per l'incapacità delle strutture pubbliche locali, cui i fondi erano destinati, di anticipare il 50% dell'investimento (il progetto prevedeva la copertura totale dei finanziamenti ammissibili, ma suddivisa in due scaglioni: il 50% subito e il 50% a fine lavori.).

Mentre per la generazione elettrica da fonti rinnovabili i risultati si cominciano a vedere (oramai siamo sui mille MW di eolico all'anno, per citare il comparto più avanti), per gli usi termici siamo quasi all'anno zero, né si può semplicemente lamentare la scarsità dei finanziamenti: rispetto ai quasi 17 milioni di euro complessivamente stanziati dal *Programma Solare termico* ne sono stati spesi poco più di 5.

Quali le ragioni di questo sostanziale fallimento? Diffondere collettori solari termici è compito più difficile che installare pannelli fotovoltaici: nel secondo caso l'entità dell'investimento (e i ritorni resi possibili dal conto energia) hanno mobilitato sia imprese di dimensioni significative sia banche. Si è così messo in moto un'offerta tecnica e finanziaria che si è preoccupata di raggiungere e stimolare il potenziale utilizzatore.

Nel caso del solare termico le dimensioni medie dell'investimento non rendono il processo così automatico. Nell'illusione di trovare la scorciatoia di interlocutori finali più facili, si è puntato su-

gli enti pubblici locali, che non solo hanno le note difficoltà finanziarie, ma sono privi delle competenze necessarie per attuare qualsiasi iniziativa che fuoriesca dalla normale amministrazione.

Il successo raggiunto in materia dalla Provincia di Bolzano suggerisce che la soluzione può essere trovata impegnandosi innanzitutto nella qualificazione del più efficace intermediario, l'installatore di impianti termoidraulici. In pratica nella provincia di Bolzano l'intera categoria ha seguito corsi di formazione, dove non solo ha imparato a installare impianti solari termici, ma anche a offrire al cliente il servizio completo, incluso l'espletamento delle pratiche per ottenere il contributo pubblico (pratiche, oltre tutto, semplificate). Diventati per convenienza propria promotori della tecnologia, il successo è prontamente arrivato.

Gian Battista Zorzoli  
vicepresidente Ises Italia  
[www.isesitalia.it](http://www.isesitalia.it)



di Piero Pacchioli

**A** due anni dalle prime liberalizzazioni volute dall'ex ministro Bersani, la generale percezione di operatori e cittadini è di un miglioramento (seppure lento) di alcuni settori commerciali interessati. Anche se permangono delle zone d'ombra.

In crescita offerta (ampiezza e qualità), iniziative di comunicazione e orari di servizio/apertura. Più o meno stabili trasparenza e customer care, mentre per i prezzi la percezione è di un moderato peggioramento complessivo.

Banche e farmaci evidenziano una percezione di miglioramento sia in termini di trasparenza che di livello complessivo. Al contrario, il settore agroalimentare e distribuzione pane sembrano risultare più penalizzati dall'ambito tariffario.

È quanto emerge dai dati del monitoraggio condotto da Ipsos, svolto intervistando alcune categorie professionali su dieci settori interessati dalle liberalizzazioni. «Il monitoraggio», spiega Gabriella Scarcella, responsabile della ricerca per conto di Ipsos, «fornisce una panoramica iniziale sull'impatto delle "lenzuolate", utile come spunto per una successiva riflessione. Abbiamo intervistato un campione di 2.440 soggetti divisi tra esponenti delle categorie coinvolte dalle liberalizzazioni e soggetti che, pur appartenendo a categorie professionali diverse da quelle interessate dalle liberalizzazioni, ne hanno potuto constatare gli effetti da una prospettiva differente».

Gli ambiti professionali interessati dal monitoraggio, come detto, sono i servizi professionali, la distribuzione commerciale, la produzione pane, la distribuzione dei farmaci al pubblico, il servizio taxi, i passaggi di proprietà, la responsabilità civile auto, i prodotti agro-alimentari, il settore bancario e creditizio, il trasporto comunale e intercomunale.

Entriamo nel dettaglio, esaminando le diverse voci sulle quali sono stati intervistati gli operatori: qualità e ampiezza dell'offerta, trasparenza e livello dei prezzi, iniziative di comunicazione, customer care, orari.

La qualità dell'offerta generalmente viene avvertita come sostanzialmente invariata, mentre notiamo che migliora la percezione su farmaci, sui passaggi di proprietà e sulle banche e restano invariati i trasporti e taxi. Peggiorano invece le offerte dei servizi delle libere professioni,

## BILANCI

# Luci e ombre sotto le lenzuolate

Promozione a pieni voti per banche e farmaci. Bocciatura sulla trasparenza delle offerte, sull'Rc auto e, soprattutto, sui prezzi. Alimentari in testa. Ecco come gli italiani giudicano i decreti voluti dall'ex ministro Bersani

Rca e l'agroalimentare. Un po' meglio va la percezione dell'ampiezza dell'offerta, dove migliorano farmaci, passaggi di proprietà, banche e trasporti.

La maglia nera dei prezzi percepiti va all'agroalimentare, seguito dal pane. I prezzi dei farmaci vedono migliorata la loro trasparenza insieme alle informazioni date dalle banche che hanno sensibilmente aumentato, secondo l'opinione degli intervistati, anche il volume della loro pubblicità e comunicazione.

Per quanto riguarda gli orari, l'unico cambiamento sensibile nell'opinione degli utenti è quello relativo ai trasporti e ai taxi. L'ultimo punto preso in esame dall'Ipsos riguarda la gestione dei reclami. Sostanzialmente invariata per tutte le categorie commerciali con un piccolo positivo per gli istituti bancari e negativo per pane e agroalimentare.

### Operazione consapevolezza

Del resto la voglia di informazione e chiarezza sul fronte della concorrenza e delle liberalizzazioni da parte dei cittadini è emersa con vigore anche dai 14 mesi del progetto *Più Concorrenza + Diritti* il cui obiettivo era quello di informare i cittadini dei loro diritti per essere in grado di esercitarli.

## IL COMMENTO

# Le lobby cercano la rivincita

di Lorenzo Miozzi

**C**on i decreti Bersani l'Italia ha intrapreso un percorso di liberalizzazioni che ci auguriamo possa continuare. I provvedimenti emanati dal passato governo hanno inciso non poco sulla vita dei cittadini consumatori ma è necessario proseguire con l'impegno di questi anni. Per questo la strada delle liberalizzazioni non deve essere abbandonata dal nuovo governo, ma deve essere valorizzata perché non siano vanificati i benefici che i cittadini hanno ottenuto con queste riforme. Nei numerosi eventi che hanno contraddistinto il progetto *Più Concorrenza + Diritti* abbiamo avuto modo

«Il governo deve proseguire sulla strada intrapresa da Bersani. E resistere alle pressioni degli interessi corporativi che puntano a far tornare indietro le lancette dell'orologio della tutela dei cittadini»

di verificare direttamente dai consumatori quanto sia alto l'interesse per i provvedimenti. Il motivo è facilmente intuibile: le liberalizzazioni incidono direttamente sulla loro vita quotidiana, eliminando corporazioni e rendite di posizione che stanno diventando sempre meno tollerate. Il lavoro del governo nella fase di emanazione e quello delle associazioni nella fase di informazione e controllo dell'applicazione sono stati apprezzati e hanno prodotto dei risultati inaspettati fino a soli tre anni fa.

C'è ancora molto da fare e aspettiamo di conoscere le intenzioni del nuovo esecutivo. Tuttavia, la strada intra-

commerciale (14%) ma anche assicurazioni (9%), farmaci (7%). I cittadini più interessati alle liberalizzazioni sono maschi (62%) e abitano nel Centro (37%) e nel Nord (36%) Italia. Tra le iniziative del progetto anche il sito [www.concorrenzaediritti.it](http://www.concorrenzaediritti.it), che contiene tutto il materiale disponibile sulle liberalizzazioni diviso per settori, la prima web radio nata per i consumatori e la prima Giornata nazionale delle liberalizzazioni, che ha coinvolto oltre cento piazze italiane.

presa dall'ex ministro Bersani non consente di tornare indietro. Le sei associazioni che hanno partecipato al progetto - Assoutenti, Cittadinanzattiva, Confconsumatori, Movimento Consumatori, Movimento Difesa del cittadino, Unione nazionale consumatori - hanno concordato, nel comunicato congiunto di chiusura, su un punto fondamentale: «Il pericolo saranno le pressioni delle corporazioni. Per questo chiediamo che il nuovo governo non ceda alle resistenze e agli interessi corporativi di alcune lobby, che rappresentano un grave passo indietro verso la strada della tutela dei diritti dei cittadini».

### I giudizi

I risultati del monitoraggio Ipsos: i colori indicano i giudizi, dal molto buono (verde) all'insufficiente (rosso)

PUBBLICITÀ	BANCHE TRASPORTI D.COMM.	PASS.PROPR.	FARMACI AGRO ALIM.	RCA TAXI	SERVIZI PROF. PANE
OFFERTA	BANCHE PASSAGGI PROP. FARMACI	TRASPORTI D.COMM.		RCA AGRO ALIM. TAXI	SERV. PROF. PANE
ORARI		D.COMM. TAXI TRASPORTI FARMACI	PANE PASSAGGI PROP. AGRO ALIM.	SERVIZI PROF. RCA BANCHE	
CONTRATTI	BANCHE FARMACI PASSAGGI PROP.	RCA TRASPORTI	TRASPORTI	SERVIZI PROF. TAXI D.COMM.	PANE AGRO ALIM.
TRASPARENZA	BANCHE FARMACI PASSAGGI PROP.	RCA	TAXI TRASPORTI SERVIZI PROF.	SERV. PROF.	D.COMM. PANE AGRO ALIM.
CUSTOMER CARE	BANCHE PASSAGGI PROP.	FARMACI RCA	TAXI TRASPORTI	D.COMM. SERVIZI PROF.	PANE AGRO ALIM.
PREZZI	FARMACI BANCHE		TAXI PASSAGGI PROP. RCA	SERVIZI PROF. TRASPORTI	D.COMM. PANE AGRO ALIM.

Secondo il bilancio delle associazioni, fatto analizzando i motivi delle chiamate al numero verde 800.913514 messo a disposizione durante il progetto, il 30% si è informato sulle liberalizzazioni in materia bancaria e creditizia: dall'abolizione delle spese di chiusura dei conti correnti bancari ai costi per la portabilità dei mutui. Tra le tematiche "calde" ci sono stati i servizi professionali come ad esempio passaggi di proprietà di beni mobili registrati (15%), la concorrenza nel settore

## LA BATTAGLIA DELLA FILIERA CORTA

## Il cibo girovago? Inquina e costa

**P**rimo: riso degli Stati Uniti. Secondo: filetto argentino o brasiliano con vino australiano. Frutta: mango del Perù, uva del Sud Africa o anguria di Panama. Eccovi servito il menù più sprecone (e costoso) che ci sia. Quello che, a causa del trasporto necessario per essere servito sulle tavole italiane, emette gas a effetto serra in grandi quantità. Parola di Col-diretti, che ha stilato la classifica dei cibi meno "sostenibili" d'Italia all'ultimo forum sull'energia a Venezia. Cibi che devono farsi lunghissimi viaggi, anche 10mila chilometri, prima di arrivare da noi, passando da

Riso americano, filetto argentino, vino australiano. Le nostre tavole sono l'ultima tappa di lunghi viaggi dei prodotti.

Ma c'è chi prova a invertire la rotta

un frigorifero all'altro e subendo vari imballaggi. E pensare che molte di queste leccornie si trovano facilmente anche da noi. Meno male che, da qualche

anno, nel Belpaese c'è chi sta cercando di mettere qualcosa anche sull'altro piatto della bilancia: sono i pionieri del chilometro zero, altrimenti detto filiera corta. Da una parte produttori locali di piccola-media portata che si riuniscono in consorzio sperimentando nuove forme di vendita diretta, come i sempre più celebri farmer's market (*vedi sotto*), riconosciuti a livello legislativo proprio a inizio 2008. Dall'altra, persone spesso legate ai Gas (Gruppi di acquisto solidale) che uniscono le forze creando una rete locale per far fare meno "strada" possibile a un prodotto, dalla sua

nascita al consumo.

Oggi le esperienze a chilometri zero che funzionano sono molte, la maggior parte delle quali nell'Italia settentrionale. Ecco tre esempi virtuosi: *Spi-ga&madia*, il progetto della Retina di Gas della Brianza, che permette la coltivazione, produzione e vendita (alle 500 famiglie dei 20 Gas brianzoli) di farina e pane, il tutto in 50 chilometri di raggio. *Bio nustran*, la filiera corta di prodotti biologici nata a Cremona dal febbraio 2007, che arriva nel farmer's market cittadino, in alcune mense scolastiche e ristoranti della zona. Infine, dal 2005 è at-

tivo *Tra passata e futuro*, lo storico progetto del Des (Distretto di economia solidale) di Trentino Arcobaleno, gruppo di volontari trentini: almeno 200 quintali all'anno di pomodori bio commissionati agli agricoltori locali, prima della loro semina, da centinaia di persone della zona. Pane, pomodori e altri prodotti che arrivano sulla tavola anche con il 50% di costo in meno del "normale", per non parlare della qualità. A questo punto, sentite del peso sullo stomaco? Niente allarmismi. È la lunga digestione della carne brasiliana.

(D.B.)



## DAL VIVO

## Farmer's market, la spesa a misura d'uomo

di Daniele Biella

**Q**uella del chilometro zero è una scommessa. Vincente. In tempi in cui la globalizzazione delle merci ha raggiunto i massimi storici e i portafogli di gran parte della popolazione mondiale non sono mai stati così vuoti, in Italia c'è chi osa invertire la rotta e punta su qualità e produzione locale. Roba da pochi matti? Se la pensate così è perché non avete mai avuto l'occasione di entrare in un farmer's market, il mercato del contadino. In Italia, solo negli ultimi tre anni, ne sono nati una cinquantina. E che il boom era solo agli inizi se n'è accorto anche il precedente governo: un decreto legislativo in vigore dal primo gennaio 2008, infatti, ne incentiva l'apertura di nuovi, con l'obiettivo di arrivare a 100 entro la fine del 2008 e a otto volte tanto (!) a fine 2010.

## A misura d'uomo

Per tastare con mano quella che sembra essere la nuova frontiera degli stili di vita sostenibili, *Vita* è andata direttamente sul campo e ha passato un sabato mattina di maggio nel farmer's market della provincia di Lecco, che ha sede a Osnago ed è stato uno dei primi ad aprire i battenti, nel 2005. Che si tratti di un luogo speciale lo si capisce dal primo incontro: un gruppetto di bambini che scorrazza libero all'interno dell'area del mercato (situata al coperto in uno dei padiglioni della fiera cittadina) con i genitori in paziente attesa davanti al bancone della verdura. «Qui i rapporti umani vengono prima di tutto», anticipa la domanda **Maria Biffi**,

Prodotti genuini, a chilometri zero, rapporti diretti tra chi produce e risparmia. Qualche coda, ma molto risparmio. Vi raccontiamo una giornata nel mercato degli agricoltori di Osnago, in Brianza. 13 banconi per altrettante aziende agricole che fanno vendita diretta. E una schiera di 600 fedelissimi clienti

titolare dell'omonima azienda agricola con sede a Galbiate. È dietro uno dei 13 banconi del farmer's market, quello di formaggi e salami nostrani. Al momento ha un attimo di tregua e può introdursi alle dinamiche del mercato. «Qui le persone vogliono prima conoscerti, poi comprano i prodotti. Li colpisce la genuinità e il fatto che vengano davvero dai campi e dalla stalle qui attorno», continua la signora Biffi, «infatti siamo tutti produttori diretti, la filiera è corta, senza intermediari: tutte le mie vacche, ad esempio, hanno un nome».

Qualità garantita, quindi. Ma i prezzi? «Non si possono paragonare ai discount, ma sulla base del rapporto qualità-costi ci difendiamo bene. Un esem-

pio, il taleggio da noi lo trovi a 10 euro al chilo, al supermercato è almeno a 13», precisa, prima di lasciarti, indicando la coda che nel frattempo si è formata.

Le sue parole trovano conferma pressoché per ogni prodotto, dalla verdura alla frutta, persino alla carne: per alcuni prodotti il risparmio arriva al 30%, come nel caso di braciole, costine e salami dell'azienda agricola Dell'Adda di Brivio. «La strada che fa il prodotto finito è poca e quindi lo è la spesa per il carburante, inoltre passa pochi frigoriferi, con un risparmio energetico e una freschezza notevole», motiva **Ernesto Besana**, direttore tecnico dell'azienda agricola, il cui bancone è preso d'assalto per tutto il tempo della nostra visita, con le cinque persone al lavoro che non abbandonano un attimo i coltelli. « Succede sempre così, fino a quando, a una certa ora, quasi tutti i prodotti finiscono», rivela Besana, «anzi, a quest'ora filetto e altri pezzi scelti sono già finiti da tempo». L'orologio segna le 11 e 20. E un rifornimento non si può fare? «Troppo costoso, e poi non sarebbe sostenibile per un'azienda a conduzione familiare come la nostra».

È una lieta sorpresa scoprire che il guadagno, anche nell'operosa Brianza, non è tutto. «Di certo una priorità dei produttori del mercato è fare profitto, per alcuni come noi il farmer's market è l'unico momento di vendita diretta», continua Besana, «ma senza perdere di vista le relazioni umane». Relazioni che, all'inizio, ha dovuto tessere **Corrado Toscani**, direttore del Consorzio agricolo Terre al-tate, composto dai 13 produttori (si vende

pesce di lago, carni, frutta e verdura, latte e derivati, vino, miele e fiori) del mercato di Osnago. «Non è stato facile partire, soprattutto all'inizio quando non erano molti i produttori disposti a rischiare», racconta, «solo dopo qualche tempo, con il passaparola e il continuo aumento di clienti, si è arrivati a regime, il che oggi significa almeno 20mila euro di fatturato totale ogni sabato e un flusso medio di 600 persone».

## Promossi a pieni voti

E i clienti? «Soddisfattissimi», dice l'anziana signora seduta su una sedia in attesa del suo turno al bancone della frutta, l'unico prodotto non totalmente locale («Da noi crescono mele, kiwi e poco altro, il resto arriva comunque da produttori che conosciamo per bene», spiega il direttore del Consorzio).

Ogni anno è previsto un momento di valutazione: «Nei 152 questionari pervenuti nel 2007, il 98% ci ha dato il voto massimo», riprende Toscani. «Prima la gente veniva per "spendere poco", ma ora se ne va con i sacchetti pieni», sorride. Qualcosa da migliorare? «I tempi di attesa per essere serviti, a volte un po' lunghi». Ci si guarda attorno. Effettivamente, le code ci sono. Ma di sbuffi o brontolii, neanche l'ombra. «Quando entri qui, il bancone e le casse affollate del supermercato sono solo un brutto ricordo», dice il 18enne **Alain Corti**, figlio del titolare dell'azienda Leccolatte, «per questo vengono volentieri a dare una mano: mi piace il rapporto umano».

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

# Consumers' approfondimenti

## PARLIAMONE

### Carovita, per i prezzi dei servizi la concorrenza non basta

di **Gustavo Ghidini\***

Quante banche e compagnie di assicurazioni operano in Italia? Decine e decine. Quindi vi è un mercato altamente pluralistico, la condizione primaria per una effettiva concorrenza. E non ci insegna la teoria classica che la concorrenza fa abbassare i prezzi? Bella teoria, sicuramente, ma come rispondo alla domanda: «Allora, perché in Italia i costi dei servizi bancari e assicurativi sono tra i più alti in Europa?», seguita da un'altra: «In Italia, operano diverse banche e assicurazioni straniere. Come mai qui i loro prezzi sono assai più alti che nel loro Paese d'origine, ad esempio in Inghilterra?». Difficile rispondere, ma si può tentare, anzitutto con tre tipi di iniziativa.

**1.** La trasparenza, che il regolatore (Bankitalia e Isvap) deve accogliere ed imporre, va estesa ai costi - e non solo ai prezzi. Così come i consumatori vogliono sapere e chiedono a Mister Prezzi di accertare quanto incidono i diversi passaggi dal produttore ai grossisti e da questi al dettagliante e da questi ultimi infine ai consumatori, le banche dovrebbero rendere "visibile" - e comprensibile - il meccanismo del costo "industriale" dei servizi bancari e assicurativi offerti, almeno di quelli fondamentali. Questa è una richiesta fondamentale, che l'associazionismo dei consumatori dovrebbe, il più unitariamente possibile, rivolgere a Bankitalia e Isvap.

**2.** Accertato questo dato fondamentale, toccherà all'Antitru-

st verificare se non vi siano "allineamenti" sospetti che facciano pensare a cartelli, anche taciti, e su questi ovviamente indagare con tutti gli strumenti, anche ispettivi, che ha a disposizione. Ricordo che proprio questo tipo di allineamenti dei costi di gestione delle polizze (i cd caricamenti) portò anni fa a scoprire e sanzionare una intesa fra compagnie assicurative.

**3.** Nell'ambito della sua verifica, e avendo a disposizione la "radiografia" delle dinamiche dei costi, l'Autorità della concorrenza ben potrà confrontare i costi e i prezzi italiani con quelli degli altri Paesi dell'UE. E ove verificasse - e spesso lo verificherebbe - netti scostamenti fra i prezzi italiani e le "migliori pratiche" europee, ben potrebbe presumere un accordo teso a limitare la concorrenza di prezzo e chiamare le imprese bancarie e assicurative che praticano i prezzi più alti, a giustificare specificamente quel livello abnorme. E

questo l'Autorità può fare, in applicazione della norma sugli abusi di posizione dominante, che vietano, fra l'altro, l'applicazione di prezzi ingiustificatamente gravosi. Norma che si applica anche quando la posizione dominante sia detenuta non da una sola impresa, bensì "congiuntamente" da una pluralità di imprese che sul mercato si presentino come un "fronte" comune fondato appunto su una politica sostanzialmente omogenea di prezzi alti.

(II - continua)

\*presidente onorario del Movimento Consumatori



## +ConsumerWeb

In attesa dell'avvio di nuovi servizi come *Scrivi alle aziende* per inoltrare reclami e *Assistenza online* per chiedere una consulenza allo staff legale, è già online da qualche tempo il nuovo sito internet del Movimento Difesa del cittadino,

Nell'home page, oltre a un *Primo piano* con la notizia sul mondo dei consumatori di più stretta attualità, la possibilità di scaricare la newsletter *MDC News*, progetti e dossier e l'accesso a sette sezioni tematiche. [www.mdc.it](http://www.mdc.it)

## +ConsumerEuropa

### Prodotti pericolosi, la Cina fa il record

È appena stata presentata dal commissario europeo per la Tutela dei consumatori, Kuneva la relazione annuale del Sistema di allarme rapido, che rivela che tra il 2006 e il 2007 il numero di prodotti ritirati dall'UE è cresciuto del 53%. Il Rapex è stato creato nel 2001 dalla Commissione in virtù della direttiva sulla sicurezza generale dei prodotti (2001/95/CE) e aiuta a individuare e segnalare beni commerciali non alimentari che possono esporre a rischi. Tramite Rapex la Commissione UE riceve le notifiche riguardanti i prodotti che rappresentano un pericolo per la salute e la sicurezza dei consumatori. Le informazioni sono poi trasmesse a tutte le autorità di sorveglianza in 30 Paesi europei. Alla fine, ovviamente, i prodotti incriminati vengono tolti dal mercato e ne viene vietata la vendita. Attualmente i Paesi che partecipano al Rapex sono 30, vale a dire i 27 Stati membri dell'Unione più l'Islanda, il Liechtenstein e la Norvegia. Sui 1.605 prodotti notificati nel 2007, ben 417 sono rappresentati da giocattoli, seguiti da veicoli a motore (15%) e apparecchiature elettroniche (12%). Insieme, queste tre categorie raggruppano oltre il 50% delle notifiche effettuate. Una simile crescita delle notifiche rivela che i meccanismi di sorveglianza nei singoli Paesi stanno migliorando sempre più. Sul versante europeo, la Germania si conferma il Paese con il maggior numero di segnalazioni (163 notifiche, circa il 12%), seguita da Grecia, Slovacchia, Ungheria e Spagna. L'Italia, con 43 prodotti notificati nel 2007, si posiziona in dodicesima posizione, lontano dalla media europea (53,5 notifiche), ma in ripresa rispetto al 2006 (soltanto 6 i prodotti ritirati l'anno scorso). La Cina è la principale esportatrice al mondo di prodotti pericolosi: 700 prodotti cinesi sono stati segnalati nell'ambito del Rapex. Oltre a carenze per quanto riguarda la qualità, la causa di questo primato sta anche nel sempre più cospicuo volume di importazioni cinesi nell'UE. Il picco è stato raggiunto proprio per i giocattoli (l'80% del totale).

Sonia Chilà

## tra le righe di Lorenzo Miozzi

### Raccontare (e immaginare) il pianeta

#### LA TRANSIZIONE POSSIBILE

Il linguaggio che utilizza l'autore funziona già da stimolo per una lettura immediata: semplice e diretto, non va mai a scapito però del necessario rigore scientifico dovuto all'argomento. L'autore, Leonardo Maugeri, direttore Strategie dell'Eni, illustra la difficile sfida energetica del nostro secolo: superare l'eccessiva dipendenza del nostro pianeta dalle fonti fossili (petrolio, carbone, gas, etc.) la cui combustione, è ormai certo, è causa primaria del grande inquinamento. Maugeri offre la sua visione di un ambientalismo razionale e positivo, lontano da ogni catastrofismo e suggerisce una articolata linea d'azione per raggiungere risultati importanti e duraturi entro il 2030. Quello che ci aspetta è un impegno difficile e di lungo periodo, i cui peggiori nemici sono l'isteria, l'indifferenza e l'ignoranza. Ma se una sana razionalità prevarrà sul resto, il ventunesimo secolo vedrà realizzarsi la tanto sospirata "transizione energetica" di cui l'umanità ha un vitale e immediato bisogno.



**Leonardo Maugeri**  
**Con tutta l'energia possibile**  
Sperling & Kupfer  
272 pagine - 20 euro

#### LA RIVINCITA DELLA NATURA

Come sarebbe la Terra senza la presenza dell'uomo? Prova ad immaginarlo Alain Weisman in questo libro, rimasto per mesi in vetta alle classifiche di vendita americane, che nasce da un'idea originale che solletica la curiosità dei lettori: raccontare un pianeta dove non c'è più traccia degli esseri umani. Secondo Weisman, dopo solo 48 ore le metropolitane sarebbero inondate, dopo un anno l'asfalto si spaccherebbe man mano che l'acqua nelle crepe si congela, dopo quattro anni il ciclo gelo-disgelo sgretolerebbe i palazzi non più riscaldati, dopo cinque basterebbe un fulmine a incendiare una città. Solo dopo 500 anni le foreste avanzerebbero, dopo 15mila il ghiaccio si estenderebbe fino a dare inizio a una nuova era glaciale, e dopo 10 milioni di anni sulla terra non ci sarebbe più testimonianza dell'umanità. Ma tra 5 miliardi di anni, quando il sole si espanderà in una stella infuocata inglobando tutti i pianeti del sistema, forse frammenti di Dna potrebbero muoversi nello spazio e generare un nuovo ciclo di vita.



**Alain Weisman**  
**Il mondo senza di noi**  
Einaudi  
376 pagine - 14,50 euro



# Consumers' notizie

## TELEVISIONE

### Rivista Sky a pagamento senza richiesta, il Tribunale dà ragione ai consumatori

Sky sconfitta in tribunale dai consumatori. È stato infatti riconosciuto dal Tribunale di Roma l'illecito collettivo commesso da Sky ai danni dei suoi abbonati nella distribuzione della rivista *SkyLife*. Con l'accoglimento delle domande proposte dal Movimento Consumatori, con l'intervento dell'Unione nazionale consumatori, il colosso della tv a pagamento è stato infatti condannato a restituire, a oltre quattro milioni di abbonati, i costi del mensile per un totale di 32 milioni di euro. La vicenda risale ai primi mesi di quest'anno quando, in una comunicazione inviata agli abbonati, nascosta all'interno dei magazine di gennaio e di febbraio, Sky aveva comunicato che, dal 1° marzo 2008, la rivista, in passato denominata *SkyMagazine* e inclusa nel pacchetto abbonamento, avrebbe comportato un ulteriore costo di 0,40 o 0,90 euro a numero per tutti gli utenti che non avessero disdetto il servizio. L'Unione consumatori denunciò immedia-

tamente l'iniziativa all'autorità Antitrust considerandola una pratica commerciale illecita.

Il Tribunale di Roma ha ora stabilito che si tratta di un comportamento illegittimo che «integra incontestabilmente gli estremi di una pratica commerciale ingannevole» sia per gli addebiti relativi alla nuova rivista *SkyLife*, sia per gli addebiti del precedente *SkyMagazine*.

D'ora in poi riceverà la rivista *SkyLife* solo l'abbonato che ne farà esplicita richiesta.

Inoltre, chi ha subito passivamente il prelievo per *SkyLife* otterrà il riaccredito (interessi legali compresi) di quanto ingiustamente pagato a Sky. Movimento Consumatori e l'Unione nazionale consumatori invitano i consumatori a verificare la fattura Sky di giugno segnalando l'eventuale omissione del riaccredito.

[azioni.collettive@movimentoconsumatori.it](mailto:azioni.collettive@movimentoconsumatori.it)

### Auto: Esc/Esp, questi sconosciuti

I sistemi elettronici di controllo della stabilità delle automobili (Esc/Esp) sono sconosciuti agli italiani. Eppure, se tutte le automobili circolanti ne fossero dotate, gli incidenti dovuti a sbandata si ridurrebbero dell'80% e sulle strade italiane si registrerebbe una riduzione del 10,4% dei morti. Ma un italiano su tre non sa a cosa serve; il 59% non è interessato a comprarlo; il 34% crede che faccia consumare più benzina e il 21% non è disposto a pagare un extraprezzo per averlo. Questi i dati di un sondaggio

online promosso dall'Ac - Automobilm club italiano, nell'ambito di una campagna promossa dalla Fia.

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

### Nasce la finestra dell'energia

È online sul sito dell'Autorità per l'energia la «Finestra del consumatore», uno spazio per capire che cosa cambia con la liberalizzazione dell'energia elettrica e del gas e come scegliere al meglio un eventuale nuovo fornitore. È anche disponibile il numero verde sulle liberalizzazioni (800.166654).

[www.autorita.energia.it](http://www.autorita.energia.it)

### Diete miracolose, interviene l'Antitrust

Dimagrire in modo miracoloso? È pubblicità ingannevole. Lo stabilisce l'Antitrust, che ha infatti sanzionato la società Zermat Limited per tre messaggi pubblicitari ritenuti ingannevoli che reclamizzavano rispettivamente il trattamento Xtra slim, i prodotti dimagranti Zactol e Hca dimagrante. Tutti promettevano di perdere peso in modo veloce e senza sforzo. Per ognuno dei trattamenti, l'Antitrust ha deliberato una sanzione amministrativa pecuniaria di 37.500 euro e la pubblicazione di ap-

posite rettifiche sugli organi di stampa.

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

### Tariffe aeree sul web piene di trappole

Compagnie aeree, quanta confusione su Internet. Soprattutto per i consumatori. E l'Europa interviene: per un terzo dei siti delle compagnie aeree la Commissione ha messo in campo interventi coercitivi per violazione delle norme a tutela dei consumatori. Prezzi ingannevoli e irregolarità nei termini contrattuali emergono nei risultati intermedi di un'indagine promossa dal commis-

sario Ue responsabile dei consumatori, Meglena Kuneva. Sotto la lente della Commissione 386 portali del settore del trasporto aereo. Di questi un terzo, 137, sono stati sottoposti a provvedimenti coercitivi negli ultimi sette mesi. I siti indisciplinati rappresentano circa 80 compagnie tra quelle più rinomate e piccoli vettori. La violazione principale è quella dell'ingannevolezza dei prezzi, riscontrata nel 58% dei casi. Segue l'irregolarità dei termini contrattuali (49%) e la mancata disponibilità di un'offerta pubblicizzata (15%).

<http://ec.europa.eu>

## i conti in tasca

### Se il ristorante diventa un lusso

Oltre un terzo degli italiani (37%), per un totale di 18,5 milioni di persone, non è mai andato a cena fuori nel 2007. È quanto emerge da una analisi della Coldiretti sulla base dei dati Ismea Nielsen. I 31,2 milioni di italiani (il 63% del totale) che invece qualche pasto fuori se lo concedono, lo fanno soprattutto in pizzeria (il luogo preferito dal 79%). Solamente una minoranza consuma al ristorante un pasto completo (34%). La spesa media per persona nel 2007 è stata pari a 18,8 euro, in calo rispetto ai 19,1 euro dell'anno precedente, anche per effetto della preferenza accordata alle pizzerie rispetto ai ristoranti. Si mangia meno fuori per piacere, più per dovere. Aumenta infatti, secondo lo stesso studio, il popolo di chi pranza fuori per lavoro o per studio: oltre 3,7 milioni di italiani lo fanno almeno cinque volte alla settimana. Ben 21 milioni di persone, il 42% della popolazione adulta, hanno dichiarato di aver consumato almeno una volta un pranzo funzionale fuori casa. Il luogo più gettonato, con il 31% delle preferenze, è il bar. La spesa media è stata di 9,42 euro.

## Dalle sezioni

### Venezia

#### Operazione ascolto

Movimento Consumatori di Venezia ha partecipato all'iniziativa *L'Arte del... Consumatore*, promossa dall'assessore alla Tutela dei diritti dei consumatori del Comune di Venezia, con il supporto organizzativo del Servizio per la tutela dell'utente e del consumatore e la collaborazione di numerose associazioni dei consumatori. L'iniziativa, al suo secondo anno, prevede un ciclo di conferenze sulle principali tematiche di interesse per i consumatori. MC Venezia ha organizzato una giornata dal titolo *SOS Salute. I diritti del malato* durante la quale Marco Benzone, legale della sezione di Venezia, ha risposto alle domande del pubblico e ha cercato di chiarire le problematiche principali relative alla materia. «L'intenzione di queste giornate è proprio questa», spiega Benzone, «ascoltare le problematiche dei cittadini e mettere a disposizione i consigli dei nostri esperti sui problemi che quotidianamente devono affrontare. Non una semplice lezione, quindi, ma un momento di interazione e di confronto per aiutare i consumatori e per crescere come associazione»

[veneziamovimentoconsumatori.it](mailto:veneziamovimentoconsumatori.it)

### Livorno

#### Contro il caro spiaggia

Si avvicina l'estate e, come al solito, c'è chi approfitta della bella stagione per fare cassa. Succede a Livorno dove il Movimento Consumatori ha già iniziato a contrastare i "furbetti" della spiaggia. Dalle tariffe esose al ticket per l'accesso, sono tante le questioni da controllare. «Le tariffe, ad esempio, sono già state decise e rese note ma nessuno ha interpellato le associazioni dei consumatori», afferma il presidente della sezione di Livorno Benedetto Tuci. «In questo modo non abbiamo potuto esprimere le nostre ragioni e ci ritroviamo una situazione nettamente peggiorata rispetto alla scorsa stagione». MC Livorno, infatti, ha pubblicato uno studio in cui sono stati comparati i prezzi del 2007 con quelli del 2008 per provare, numeri alla mano, l'impennata dei prezzi. «Solo un tavolo di confronto con le associazioni permetterebbe di tenere sotto controllo questo fenomeno», ha spiegato Tuci. Tra gli altri problemi riscontrati, quello più allarmante è il problema degli accessi al mare. Sono sempre pochi quelli gratuiti e quelli a pagamento sono aumentati del 10-15% rispetto all'anno scorso. [livornomovimentoconsumatori.it](mailto:livornomovimentoconsumatori.it)

### Palermo

#### Diritti in piazza

Per due mesi MC Palermo sarà presente in piazza per promuovere campagne informative e per dare supporto e assistenza sulle tematiche consumeriste. «L'iniziativa ha avuto inizio il 12 aprile e ha riscosso subito un grande successo tra i consumatori, che si sono mostrati interessati alle nostre attività al di là di ogni previsione», ha dichiarato il presidente della sezione di Palermo, Carlo Lo Verde. «Porteremo il nostro gazebo in piazza fino al 15 giugno», ultima data prevista. L'attività si svolge prevalentemente nel cuore di Palermo, tra piazza Mondello e i Giardini inglesi. «L'idea è quella di stabilire sempre di più un contatto diretto con i consumatori e di diffondere le attività che si stanno portando avanti sia a livello locale sia a livello nazionale». Per questo al gazebo di MC Palermo sono reperibili tutte le informazioni sull'associazione, sulle campagne e sulle iniziative. «Solo informando i consumatori sui loro diritti e sulle nostre attività riusciamo a far capire l'importanza del nostro lavoro», conclude Lo Verde. «Una delle iniziative è stata effettuata in concomitanza con l'arrivo della staffetta *Diritti sui binari* (12 e 13 maggio)» [palermomovimentoconsumatori.it](mailto:palermomovimentoconsumatori.it)

# Consumers' iniziative



## SMS CONSUMATORI

### Ok, il prezzo è giusto Te lo dice il telefonino

Un'iniziativa moderna, veloce e gratuita, pensata per tutti i consumatori e che li aiuta a fare una spesa intelligente e consapevole. È il servizio *Sms Consumatori*, promosso dal ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali e realizzato in collaborazione con otto associazioni dei consumatori (Acu, Adiconsum, Adoc, Adusbef, Codacons, Federconsumatori, Movimento Consumatori, Movimento Difesa del cittadino) e con l'Ismea - Istituto di servizi per il mercato agricolo alimentare.

*Sms Consumatori* informa sui prezzi dei principali prodotti agroalimentari. È uno strumento che, in tempo reale, aggiorna sui costi medi all'origine, all'ingrosso e al dettaglio di 84 prodotti: frutta, ortaggi, latte e latticini, carne, pesce, pane, pasta, etc.

Ma come funziona? Semplice. Inviando un sms completamente gratuito al numero 47947, unico per tutti i gestori telefonici, e digitando solo il nome del prodotto agro-alimentare di cui

si vuole conoscere il prezzo, l'utente riceverà le informazioni sulle singole varietà del prodotto, e precisamente: prezzo medio nazionale all'origine e all'ingrosso, aggiornato con cadenza settimanale, e prezzo medio di vendita macro regionale (Nord, Centro e Sud), rilevato giornalmente. L'invio di una richiesta prezzo per un prodotto agro-alimentare presente nel paniere con 2 o 3 varietà, determina la ricezione, rispettivamente, di 2 o 3 messaggi con i relativi dati. I prezzi al dettaglio,

#### Nel dettaglio

#### I promotori

Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali

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

ACU

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

Adiconsum

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

Adoc

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

Adusbef

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

Codacons

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

Federconsumatori

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

Movimento Consumatori

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

MDC

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

Ismea

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

renzo Miozzi, presidente del Movimento Consumatori ha commentato così l'iniziativa: «Siamo di fronte ad un servizio sicuramente innovativo e, nello stesso tempo, semplice da utilizzare che offre trasparenza ai cittadini e dà loro la possibilità di segnalare eventuali irregolarità. Il consumatore acquista così un ruolo da protagonista nella lotta al caro prezzi e alle speculazioni».

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

imputati da 44 rilevatori sparsi sul territorio nazionale, sono giornalieri e vengono rilevati il martedì, il mercoledì, il giovedì, il venerdì e il sabato, mentre per la domenica e il lunedì sono valide le imputazioni del sabato.

Gli esercizi coinvolti nella rilevazione dei prezzi sono circa 2.200 e prevedono categorie merceologiche diverse: discount, ipermercato, mercato, supermercato e negozi di ortofrutta, macellerie, pescherie e alimentari.

La disponibilità dei prezzi giornalieri avviene a partire dalle 13.30; prima di questo orario sono validi i prezzi del giorno precedente. L'utente potrà inoltre segnalare sul sito Internet un eventuale prezzo anomalo riscontrato o il non rispetto delle normative in materia di sicurezza alimentare, etichettatura dei prodotti e condizioni igienico-sanitarie del punto vendita, compilando un apposito formulario in home page. Tutte queste informazioni saranno inviate alle associazioni dei consumatori che partecipano al progetto. Lo-

(A.C.)

## LA CAMPAGNA

### Le associazioni si mettono in marcia per l'emergenza climatica

Movimento Consumatori aderisce alla manifestazione nazionale *In marcia per il clima*, che si terrà il 7 giugno 2008 a Milano. Promosso da Legambiente, in collaborazione con numerose associazioni italiane, l'evento nasce dalla forte preoccupazione per le condizioni in cui versa il nostro pianeta, preoccupazione alla quale nessuno ormai si può sottrarre. Il clima sulla Terra sta cambiando, ma tardano decisioni condivise ed efficaci della politica per contrastare questa emergenza planetaria.

«Spetta a noi, dunque, sollecitarle», dicono a Legambiente, «e soprattutto operare una conversione di civiltà che fermi la febbre del pianeta. Noi possiamo farlo ripensando il modo di produrre energia, di consumarla per muoverci, abitare, lavorare senza dilapidare

le risorse comuni quali l'acqua, l'aria, la vita sulla Terra». «Per questo», affermano dall'organizzazione, «abbiamo deciso di metterci in marcia per il clima, organizzando a Milano questo grande evento nazionale promosso da un'ampia alleanza di associazioni».

La direttiva europea cosiddetta del 20-20-20 (20% riduzione di emissioni di CO<sub>2</sub>, 20% incremento efficienza energetica, 20% incremento utilizzo fonti rinnovabili), insieme alle multe per i ritardi su Kyoto, disegna uno scenario che pone l'Italia di fronte ad una grande scelta, dello stesso spessore di quella che più di dieci anni fa fu fatta entrando nella moneta unica europea.

Oggi l'Italia rischia di essere collocata dagli stessi partner europei in una situazione marginale per quanto riguarda i processi di innovazione di pro-

cesso e di prodotto, imposti dalla crisi energetica e dalla necessità di ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub>.

«La marginalizzazione dell'Italia», aggiungono a Legambiente, «se dovesse avvenire, metterebbe in moto effetti economici, sociali e culturali che non si possono sottovalutare e che hanno a che fare direttamente con la coesione sociale del Paese e con le prospettive del suo sviluppo. A perdere non sarebbe solo la qualità ma tutto il sistema Italia. Per questo riteniamo importante la nostra manifestazione e invitiamo tutti a partecipare».

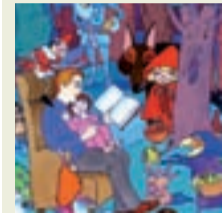
Per adesioni e per avere ulteriori informazioni si può contattare il numero **06.86268304** o scrivere all'indirizzo di posta elettronica [marcia.clima@legambiente.eu](mailto:marcia.clima@legambiente.eu).

(A.C.)

## leggere per crescere

### Quell'orecchio acerbo da proteggere

I grandi molto spesso si stupiscono della capacità che i bambini hanno, fin dai primi mesi di vita, di leggere in modo sempre nuovo e pieno di curiosità il libro della natura e degli uomini, guardando con gli «occhi della mente» il mondo che li circonda. Ricordando le parole dell'indimenticato Gianni Rodari, possiamo dire che i più piccoli possiedono «l'orecchio acerbo che serve per capire le voci che i grandi non stanno



mai a sentire» e costruirsi una loro originale e sempre diversa rappresentazione della realtà. Ma, a mano a mano che il bambino cresce, questa capacità

sembra svanire per lasciar posto, in età adulta, a rigidi schematismi mentali dettati da una vita preconfezionata. Fattori culturali e sociali contribuiscono a far sì che sempre più precocemente il bambino entri in stretto contatto con immagini stereotipate che influenzano, non certo positivamente, la sua mente e il suo modo di pensare.

È ampiamente dimostrato che i mezzi di comunicazione di massa, in primo luogo la televisione, limitano la sua fantasia e la sua creatività. La produzione editoriale per l'infanzia, da parte sua, proprio in virtù della fascinazione dello schermo televisivo e dei videogiochi, tende a ricalcare gli stessi uniformi canoni figurativi: Cenerentola è rappresentata, per lo più universalmente, in abiti principeschi e lunghi capelli biondi. Mamma e papà, d'altronde, cercano di soddisfare i desideri dei propri figli che chiedono loro di leggere favole e storie prevalentemente con le medesime rappresentazioni dei film o dei cartoni animati visti e rivisti in televisione. Da qui in poi, il passo è breve verso l'impoverimento della fantasia e della creatività.

Custodire e salvaguardare queste qualità è un compito che spetta innanzitutto ai genitori e, in collaborazione con questi, agli educatori. Alimentare e proteggere con libri buoni e adatti per età non è una scelta facile in un mercato ormai enorme, incalzante e spesso spregiudicato. Occorre una guida. Roberto Denti nel sito di *Leggere per crescere*, collabora a questa "impresa" con un catalogo ragionato e aggiornato di pubblicazioni per bambini nelle fasce di età comprese dalla nascita fino ai 6 anni.

Ilaria Piubelli

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

il mensile dei consumatori  
**Consumers'**  
magazine

Supplemento al numero di VITA di questa settimana

Reg. Trib. di Milano n. 397 dell'8 luglio 1994

Direttore responsabile: Giuseppe Frangi

Direttore editoriale: Riccardo Bonacina

Inserito a cura di:

Angela Carta e Piero Pacchioli

Coordinamento redazionale: Silvano Rubino

Progetto grafico: Antonio Mola

Stampa: CSQ - Centro Stampa Quotidiani via dell'Industria, 52 - 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](http://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](http://www.movimentoconsumatori.it) o scrivi a [info@movimentoconsumatori.it](mailto: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](mailto: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 60 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](http://www.movimentoconsumatori.it)

#### ABRUZZO

Vasto (0873/370783)

#### CALABRIA

Cosenza, (Tel. 06/4880053)

#### CAMPANIA

Avellino, Tel. 0825/22626  
Benevento, Tel. 0824/944500  
Caserta, Tel. 0823/220742  
Napoli, Tel. 081/5541452  
Salerno, Tel. 089/2580829

#### EMILIA ROMAGNA

Bologna, Tel. 051/271335  
Modena, Tel. 059/343756  
Parma, Tel. 0521/289951

#### LAZIO

Roma, Tel. 06/39735013  
Roma Centro, Tel. 06/45476910  
Latina, Tel. 0773/903961  
Tivoli (RM), Tel. 0774/334270

#### LIGURIA

Genova, Tel. 010/2471188  
La Spezia, Tel. 0187/501056  
Sanremo (IM), Tel. 0184/597675

#### LOMBARDIA

Brescia, Tel. 030/2427872  
Lecco, Tel. 0341/365555  
Milano, 02/80583136  
Pavia, 0382/22772  
Varese, 0332/810569

#### MOLISE

Campobasso, Tel. 0874/411086

#### PIEMONTE

Bra, Tel. 0172/431281  
Cuneo, Tel. 0171/602221  
Torino, 011/5069546

#### PUGLIA

Andria, Tel. 0883/591030  
Bari, Tel. 080/5227965  
Cerignola (FG), Tel. 0885/420637  
Galatina (LE), Tel. 0836/633411  
Lecce, Tel. 0832/1835339  
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

#### SICILIA

Biancavilla (CT), Tel. 338/6322345  
Catania, Tel. 095/7128729  
Messina, Tel. 090/2924994  
Palermo, Tel. 091/6373538  
Paternò (CT), Tel. 095/858449  
Siracusa, (Tel. 06/4880053)  
Trapani, Tel. 0923/712879

#### TOSCANA

Cecina (LI), Tel. 0586/754504  
Firenze, Tel. 055/243409  
Firenze Nord, Tel. 055/4250239  
Livorno, Tel. 0586/892984  
Lucca, Tel. 0583/490004  
Pistoia, Tel. 0573/946482  
Prato, Tel. 0574/635298-546130  
Pontedera-Valdera (PI), Tel. 0587/57467  
Versilia (LU), Tel. 0584/31811

#### UMBRIA

Perugia, 075/5731074

#### VENETO

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](mailto:affiliazione@movimentoconsumatori.it)

## newsletter

Iscriviti alla Newsletter elettronica del Movimento Consumatori **MC Notizie**. Riceverai ogni settimana aggiornamenti puntuali 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: [www.movimentoconsumatori.it/mcnews.php](http://www.movimentoconsumatori.it/mcnews.php). Iscrizione semplice e gratuita. E puoi decidere di cancellarti in ogni momento.





# in marcia per il clima 7 giugno milano



**FERMIAMO LA FEBBRE  
DEL PIANETA**

**MANIFESTAZIONE NAZIONALE  
ORE 15.00 PIAZZA SAN BABILA**

**- emissioni di CO<sub>2</sub>  
+ efficienza energetica  
+ energie rinnovabili**

**PROMOSSA DA:** Legambiente, Acli, Acli Ambiente – Anni Verdi, Adoc, AIAB, Altreconomia, Ambiente e Lavoro, Amici della Terra, Arci, Arcicaccia /CSAA, Arciragazzi, Arci Servizio Civile, Associazione Ong Italiane, Auser, Banca popolare Etica, CGIL, CIA, CISL, CittadinanzAttiva, Civitas, Coldiretti, Comitato Italiano Contratto Mondiale sull'Acqua, Comitato Italiano Sovranità Alimentare, Contratto Mondiale per l'Energia, Ctm, CTS, Ecologia e Lavoro, FAI, Fairtrade, Federazione nazionale Pro Natura, Federconsumatori, Federparchi, FIAB, FOCSIV, Forum Ambientalista, Forum Terzo Settore, Greenpeace, LAV, Lega Consumatori, Lega Pesca, Libera, LIPU, Lunaria, MCE, MDC, Medici per l'ambiente, Movimento Consumatori, Slow Food Italia, Tavola della Pace, Terre di mezzo, UIL, Uisp, Umanisti per l'ambiente, Unione degli Studenti, VAS, WWF.

Per informazioni e adesioni: tel. 06 86268304 - [marcia.clima@legambiente.eu](mailto:marcia.clima@legambiente.eu)