

Assicurazioni

Il caro polizze sotto la lente di **Mister Prezzi**
Pag. 5

Trasporti

Pendolari italiani, **forzati dell'auto**
Pag. 6

Acquisti

Pane, la vera concorrenza è l'ingrediente che manca
Pag. 7

Le rubriche

Notizie, **campagne**, informazioni utili
Pag. 8/11

Consumers' magazine

il mensile dei consumatori

aprile 2008



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

CONSUMO CRITICO

L'ALTRA SPESA VA A TUTTO GAS

Un fenomeno in crescita, che prova a uscire dalla nicchia.

Cosa sono e come funzionano i Gruppi di acquisto solidale

A leggerle online - nei siti, sui blog - sono comunicazioni un po' gergali ma molto, molto concrete. «Quando ci vediamo per fare il prossimo ordine?»... Sono i messaggi che si scambiano in rete i partecipanti dei Gas, un fenomeno che negli ultimi due anni ha avuto un exploit impressionante (raggiungendo quota 400, con 25mila famiglie coinvolte). Come funzionano, quanti consumatori coinvolgono, che obiettivi si propongono, quali sono le esperienze più significative, quali i possibili scenari del futuro? Vi proponiamo la fotografia dell'ultima frontiera del consumo critico. Un soft power che sta maturando una consapevolezza, all'insegna della solidarietà, del mutualismo, del rispetto dell'ambiente e della biodiversità. Come ci racconta Lorenzo Guadagnucci nell'intervista del mese.

dossier
da pagina 2 a pagina 4



una buona notizia...

Aria pulita, l'Europa ci riprova

La Ue ha adottato una direttiva che stabilisce nuovi standard per la concentrazione di sostanze inquinanti nell'atmosfera, in particolare per le famigerate polveri sottili: dovranno scendere, entro il 2020, sotto quote di tolleranza molto più basse di quelle attuali. Compito molto arduo per l'Italia, che ha un problema enorme chiamato Val Padana, una delle zone più inquinate del Vecchio continente. Ce la faremo?

...e una cattiva

Rottamazione con beffa

Chi ha rottamato la sua auto senza comprarne una nuova, grazie alle due ultime Finanziarie, avrebbe dovuto avere un abbonamento gratis per i mezzi pubblici e rimborsi per il car sharing. Ma la procedura si è inceppata a causa della ritardata emanazione dei decreti attuativi. Finora, è stato emanato solo quello relativo al 2007. E gli enti che dovrebbero provvedere ai rimborsi ancora non sono stati scelti. A piedi. E beffati.



L'intervista
Lorenzo Guadagnucci

giornalista e scrittore
sul commercio equo
a pagina 4

editoriale

Elezioni, **quattro segnali** da cogliere

di **Lorenzo Miozzi***

Credo che di questo voto se ne parlerà. Per vari motivi: primo su tutti la semplificazione del quadro che ha ridotto non solo i gruppi parlamentari ma reso inutili tanti piccoli partiti. Senza una nuova legge elettorale, e a dir la verità per coraggio di Veltroni, il proporzionale corretto ha fatto effetto. Se ne parlerà ma il rischio è che ne parlino solo coloro che hanno perso o non hanno vinto. Berlusconi & company non credo che si dilungheranno più di tanto in riflessioni e in analisi a posteriori. Tuttavia fondamentali. Da parte mia alcune considerazioni devono essere fatte.

*presidente del Movimento Consumatori

IL GRILLO DEL MESE

www.beppegrillo.it



Il mostro che divora

Nessuno ha mai calcolato il **COSTO** del Pil. I danni dei capannoni vuoti, delle merci inutili, dei camion che girano vuoti come insetti impazziti, della distruzione del pianeta. Nessuno ha mai stimato il valore del tempo perduto per le code, per gli anni sprecati a lavorare per produrre oggetti

inutili. Per gli anni buttati per comprare oggetti inutili creati dalla pubblicità. Il tempo, la Terra, la vita, la famiglia (gli unici importanti) sono concetti troppo semplici per il Pil. Un mostro che divora il mondo. Lo mangia e lo accumula. Lo digerisce e lo trasforma in nulla.

Beppe Grillo
www.beppegrillo.it

segue a pagina 4



di Maurizio Regosa

Sarà anche soft ma ormai è sempre più power. Nel senso che il movimento dei Gruppi d'acquisto solidali - pur essendo un modo "morbido" di cambiare le cose - ha ormai dalla sua il potere dell'economia. Piccoli numeri, certo. Ma in costante crescita. Se nel 2005 si sono contati 146 gruppi d'acquisto, appena tre anni dopo si sfiora quota 400, sempre più spesso in rete fra loro. Si stima che le famiglie coinvolte siano complessivamente 25mila. E certo è un apprezzamento per difetto: sono sempre di più le persone che vogliono sapere cosa mangiano...

Una sensibilità postmoderna

Un aumento assai significativo per gruppi che su base volontaria e spesso con grande informalità si riuniscono per comperare all'ingrosso prodotti alimentari o di uso comune, all'insegna di una composita e articolata solidarietà. Che riguarda i piccoli produttori e la scelta di sostenerne l'impegno (appoggiandoli perché possano mantenere un buon livello qualitativo), si estende all'ambiente (a favore della biodiversità e per ridurre la filiera, il che equivale a contenere i trasporti e quindi a lottare contro l'inquinamento) e in generale si configura come un'azione critica verso il consumismo e l'economia della globalizzazione.

A muoverli un insieme di ragioni, come sempre avviene nelle sensibilità postmoderne. La componente mutualistica, il senso identitario, la gioia di trovarsi insieme e di auto-organizzarsi andando alla ricerca di produttori rispettosi dell'ambiente, il desiderio di consumare prodotti di qualità (magari biologici o che siano stati realizzati rispettando le condizioni di lavoro), tenendo il più possibile sotto controllo i costi.

«I Gruppi d'acquisto solidali», spiega **Lorenzo Guadagnucci**, esperto e "gasista" (vedi intervista a pagina 4), «sono formati da persone abbastanza giovani

IL TEMA DEL MESE

Gruppi d'acquisto, la soft economy che non conosce crisi

Piccoli numeri, ma in crescita costante. Sempre più consumatori danno vita ai Gas. A spingerli, il desiderio di consumare prodotti di qualità tenendo il più possibile sotto controllo i prezzi. Ma anche un forte spirito di auto-organizzazione nella ricerca di produttori rispettosi dell'ambiente. E la volontà di ristabilire un rapporto diretto con chi produce

Sul campo

Perle ai porci in Brianza

Un Gas in cui la spesa solidale diventa anche un momento di aggregazione reale. Succede l'ultimo venerdì del mese al gruppo d'acquisto popolare Le perle ai porci, una cinquantina di famiglie della Brianza che si riuniscono ad Arcore, ospitati dall'Arco locale, per un mercato vero e proprio dove ogni gasista, lista alla mano, ritira i prodotti ordinati qualche giorno prima via e-mail. Prodotti che vengono portati dagli stessi aderenti nel consueto stile Gas: un produttore a testa "in adozione". Le Perle sono attive su più fronti: una visita mensile di gruppo ai vari produttori, e la scelta annuale di un progetto di cooperazione da sostenere. Nel 2007, con i contributi raccolti, si è costruita una grossa cisterna per centinaia di famiglie di una zona rurale e povera del Nicaragua. (D.B.)

www.inventati.org/leperleaiporci

che hanno già famiglia. Quindi parliamo della fascia fra i 30 e i 40 anni».

Un fenomeno del Nord

Nonostante l'impressionante crescita, il fenomeno dei Gas continua ad avere una distribuzione territoriale non omogenea: se in Lombardia nel 2008 sono censiti 98 gruppi (a Milano, un gas in ogni quartiere), nelle Marche sono 17, nel Lazio 24. In generale il 66,3% dei Gas è nel Nord, il 24,4 al Centro, il 10,3 al Sud. «Sono particolarmente vivaci al Nord, per numero di persone coinvolte e quantità delle merci, ma è naturale», commenta **Tonino Perna**, docente di Sociologia economica a Messina, «visto che nascono anche dal bisogno di ricreare il legame fra città e campagne». Un legame saltato specialmente al Nord e ancora per molti aspetti vitale nel Meridione («dove hanno un valore più simbolico e rappresentano una certa volontà di non partecipare al consumismo acritico»).

È questo del resto il filo rosso che collega quest'esperienza a quella di fenomeni come Slow Food e il commercio equo e solidale: ristabilire un rapporto significativo e durevole fra luoghi di produzione e quelli del consumo vuol dire non solo aver accesso a prodotti di qualità ma anche recuperare una cultura e un sapere tradizionali che rischiano di andar smarriti sull'altare dell'hot dog. Complice una progressiva riduzione della quota alimentare del budget familiare: «Nel secolo scorso abbiamo assistito», ricorda Perna, «a una progressiva erosione di questa spesa. Rappresentava circa il 45% del reddito familiare nel 1950; ora è al 16/18%. È chiaro che i Gas tendono a riequilibrare, in nome della qualità, questa situazione».

E il futuro?

Il 2008 non è stato solo l'anno dell'exploit. È stato anche quello del riconoscimento ufficiale. La Finanziaria 2008, ai commi 266-268, ha infatti riconosciuto i Gas come «soggetti associativi senza scopo di lucro», per i quali sono state anche introdotte disposizioni fiscali di favore (con un piccolissimo fondo, però...).

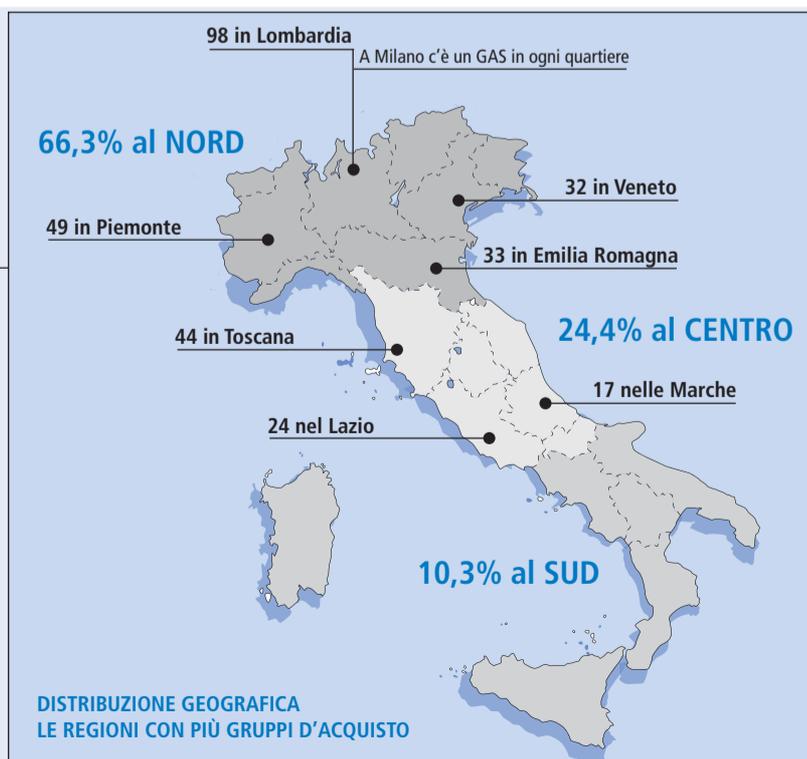
GRUPPI DI ACQUISTO SOLIDALE

146 nel 2005

395 nel 2008

almeno 25mila

famiglie fanno parte di un GAS



LE ESPERIENZE

Si parte dal risparmio Si approda alla qualità

di Piero Pacchioli

Qualità, filiera corta e risparmio. Queste, in sintesi, le ragioni del successo che ha accompagnato la nascita dei primi gruppi d'acquisto solidali istituiti all'interno delle sezioni del Movimento Consumatori.

L'occasione per trasformare un'idea singolare in un progetto di consumo concreto fu l'insofferenza dei consumatori verso il cartello delle multinazionali sui prodotti per l'infanzia. Prezzi alle stelle, nessuna concorrenza. Soprattutto in Italia. Su tutti, i pannolini e il latte in polvere, le cui quote di mercato sono quasi totalmente nelle mani delle multinazionali. Era il 2004 quando si costituì nella sezione MC di Milano il Gruppo d'acquisto Lattemiele. L'idea alla base era semplice: unirsi per comprare dove costa meno abbattendo le spese. Per un solo consumatore, infatti, andare a comprare i pannolini in Austria dove arrivavano a costare la metà rispetto all'Italia, non sarebbe economico. Lattemiele ha consentito ai consumatori di unirsi e,

Nati per abbattere i costi dei prodotti per l'infanzia, i collettivi del Movimento Consumatori di Milano e Torino hanno allargato oggi i loro confini, scommettendo su tipicità e filiera corta

con un solo ordine, effettuare acquisti oltre confine dividendo le spese. Lattemiele ha riscosso in pochi mesi un successo enorme. «Il nostro gruppo», racconta **Cristiano Maccabruni**, responsabile di Lattemiele Milano, «è arrivato a contare più di mille famiglie. Ha rappresentato una svolta per il panorama consumeristico lombardo. In maniera concreta si consentiva ai consumatori di risparmiare e di mettere pressione alle grandi multinazionali. A pochi anni dalla costitu-

zione di Lattemiele, la grande distribuzione ha recepito il messaggio e ha abbassato drasticamente i prezzi. Lattemiele continua nella sua opera per quelle famiglie che ancora trovano conveniente acquistare in modo collettivo».

«Anche in Piemonte siamo partiti nel 2004», spiega **Alessandro Mostaccio**, presidente regionale di MC Piemonte, «con il gruppo di acquisto per le famiglie che devono ricorrere al latte in polvere per l'alimentazione dei propri figli. Abbiamo raggiunto più di 100 famiglie e lo strumento si è dimostrato particolarmente efficace. Spese di spedizione incluse, ogni famiglia riesce a risparmiare circa 80-90 euro al mese».

«L'esperienza maturata ci ha consentito di creare nel 2007 il gruppo d'acquisto Collettivo è meglio», racconta Mostaccio, «e di puntare sui prodotti biologici legati al territorio. Le ragioni di questa decisione sono molteplici: abbattimento dell'incidenza dei costi di trasporto sul prezzo finale delle merci; abbattimento del costo energetico e ambientale del trasporto; sviluppo delle coltivazioni tradizionali e dei prodotti tipici; sviluppo delle relazioni interpersonali tra i soggetti della filiera alimentare; rilancio di una dimensione collettiva dell'etica della responsabilità».

E chi pensa che a tavola ci si debba accontentare, sbaglia. La lista dei prodotti disponibili è ben congegnata e comprende, oltre ai classici pane, pasta, farina e tutta la frutta e la verdura di stagione, anche golosità come pane con cereali e patate, grissini di riso, miele di tiglio, cous cous integrale... La Provincia di Torino si è dimostrata sensibile al tema, finanziando il progetto.

A Torino si punta molto anche sulla

La nuova frontiera

Anche il cinema entra nel circuito

L'ultima frontiera dei Gas? È acquistare la possibilità di vedere un film. La casa di produzione Jolefilm, che fa capo a Marco Paolini, saltando il tradizionale meccanismo distributivo, intende rivolgersi direttamente al pubblico. Sarà il giudizio della platea a condizionare positivamente i distributori. Il primo esperimento sarà il docufilm *La Mal'ombra* di Andrea Segre e Francesco Cressati. Cliccando sul sito www.lamalombra.it, ciascuno potrà opzionare un biglietto per una proiezione del film nella città o nella provincia che preferisce. Radunato un numero di spettatori sufficiente, la Jolefilm busserà alla porta dei gestori di sala offrendo il "pacchetto completo": film con spettatori al seguito.

qualità e sulla fiducia, scegliendo con cura produttori e fornitori e garantendo controlli periodici sui prodotti venduti, a cura di MC. In nessun caso è stata riscontrata la presenza di pesticidi o diserbanti tossici. Il prodotto biologico di prossimità, inoltre, risente meno dell'inflazione. Il motivo? Se si pensa che i costi del carburante, dei prodotti chimici utilizzati in agricoltura (fertilizzanti, pesticidi...) sono i più soggetti alle speculazioni e quindi ai rincari, il conto è presto fatto. A giocare sul prezzo c'è anche la filiera decisamente più corta che abbate le spese intermedie. La richiesta crescente di pane, pasta e farina è il segno che gli stili di vita consapevoli stanno diventando - finalmente - un affare quotidiano.

il sito



La rete delle reti

«Un gruppo d'acquisto diventa solidale nel momento in cui decide di utilizzare il concetto di solidarietà come criterio guida nella scelta dei prodotti. Solidarietà che parte dai membri del gruppo e si estende ai piccoli produttori che forniscono i prodotti, al rispetto dell'ambiente,

ai popoli del Sud del mondo e a coloro che - a causa della ingiusta ripartizione delle ricchezze - subiscono le conseguenze inique di questo modello di sviluppo». Questa la definizione di Gas contenuta nel sito www.retegas.org, il sito della rete dei Gas italiani con tutte le informazioni (la loro storia, i principi, come fondarne uno, le notizie, i documenti utili da scaricare, ecc) e, soprattutto, la mappa dei soggetti su tutto il territorio italiano. www.retegas.org

I CONSIGLI

L'identikit del perfetto "gasista"

I gas sono strutture autonome, libere di scegliersi la propria organizzazione. Non esistono regole. Ciò detto, ecco alcuni suggerimenti, che arrivano da Franco Battaini dell'Intergas Milano.

1. Parametri definiti e chiari. Mettersi d'accordo sui criteri d'azione del costituendo Gas è il primo passo. Non è necessario scegliere necessariamente biologico, ma senza dubbio fondamentale è la qualità dei prodotti, unita alla pratica di solidarietà nei confronti del produttore (con un occhio anche ai modi della produzione e

Divisione dei compiti, scelta dei prodotti e dei produttori, trattativa sui prezzi, gestione degli ordini: ecco il vademecum di un esperto per chi vuole puntare sugli acquisti solidali

ai rapporti di lavoro instaurati da ciascun produttore). Fra i parametri di adesione, oltre alla tipologia degli acquisti e al numero di ordini (il meno possibile, per ridurre gli spostamenti delle merci e dunque inquinare meno), si può decidere di mettere la residenza: se coloro che partecipano al gruppo vivono molto lontani gli uni dagli altri, è possibile incontrare difficoltà organizzative supplementari.

2. Una chiara divisione dei compiti. Ciascuno deve avere il suo ruolo: il Gas non può diventare un supermercato infor-

male e a domicilio, grazie al quale qualcuno riceve a casa gli acquisti fatti da un altro. Tutto va condiviso: è utile individuare per ciascun prodotto uno o più referenti. Saranno loro - tramite mail - a organizzare un ordine, a gestirne la logistica e il pagamento. Naturalmente è sempre meglio saldare subito il produttore. Per farlo senza che nessuno anticipi del denaro, si può aprire un conto corrente nel quale ciascun "gasista" versa la propria quota.

3. Il produttore. Vascelto con molta cura. Andando a trovarlo

sul posto per vedere chi è e come lavora, provando i suoi prodotti e soprattutto mantenendo i rapporti nel tempo. Ci può essere una piccola trattativa sui prezzi, ma va mantenuta entro limiti ragionevoli. Fra i criteri con i quali si può selezionare il fornitore si possono individuare la chiarezza dei prezzi e degli aumenti («la tariffa è salita perché...») e la trasparenza nella fornitura: in genere, nessuno coltiva tutto, è importante che il produttore dica cosa è frutto del suo lavoro e cosa proviene da agricoltori a lui collegati.



INTERVISTA A LORENZO GUADAGNUCCI

Quelle minoranze sensibili che si fanno le domande giuste

di Maurizio Regosa

Un nuovo mutualismo per fondare un modo diverso di vivere insieme. Che dia il giusto spazio a un'idea antica e insieme molto moderna, la sobrietà: «Oggi è rifiutata perché ci viene presentata una perfetta coincidenza fra benessere e consumo, ma questa sovrapposizione non è più così accettata». Così **Lorenzo Guadagnucci** spiega il titolo del suo ultimo libro *Il nuovo mutualismo. Sobrietà, stili di vita ed esperienze di un'altra società*, appena uscito da Feltrinelli. Un saggio denso in cui è analizzato il filo rosso che congiunge tante sperimentazioni condotte, come si dice, dal basso. «Il modello consumista ha il fiato corto. È sempre più condivisa l'idea che il benessere ha molte altre componenti. Mi rendo conto che parliamo di pratiche ed esperienze che riguardano piccole minoranze, ma il potenziale è ampio.

Consumers' Magazine: Non viviamo in tempi sobri...

Lorenzo Guadagnucci: Lo so, è una scelta controcorrente, ma la sobrietà è moderna, ha più futuro, pur avendo appunto radici antiche.

CM: In questo senso i Gas sono un'evoluzione delle cooperative di consumo?

Guadagnucci: Non esattamente. Il primo mutualismo è nato in un contesto diverso. Li accomuna però la dimensione collettiva, la riscoperta del gesto del consumo con finalità di tipo sociale, la

«Nei Gas si riconosce una componente di società che ha il ruolo di sperimentazione attiva e di costruzione di una realtà diversa. Per dirla con Alex Langer, "fondamentalisti buoni"»

Chi è

Lorenzo Guadagnucci è giornalista al *Resto del Carlino* e scrittore. Ha



raccontato i terribili giorni del G8 di Genova in *Noi della Diaz* e in *Distratti dalla Libertà* (2001 e

2003). È fra gli animatori del comitato Verità e giustizia per Genova. Assieme a Fabio Gavelli, ha scritto *La crisi di crescita. Le prospettive del commercio equo e solidale* (Feltrinelli, 2004).

condivisione di una visione del mondo.

CM: Per ora temi di pochi...

Guadagnucci: Penso avesse ragione Alex Langer quando parlava dei «fonda-

mentalisti buoni», alludendo a quella componente della società che ha il ruolo di sperimentazione attiva e di costruzione di una realtà diversa: vedo nei Gas l'ambizione di immaginare e praticare una società diversa. Sono vettori di cambiamento.

CM: La componente identitaria è significativa...

Guadagnucci: Chi sceglie un Gas ha due motivazioni. Vuole praticare un modo diverso di stare nella società attraverso il consumo e condivide una critica al sistema e al consumo. La seconda: vuole far le cose insieme agli altri. Lo so per esperienza diretta...

CM: La critica al consumismo sta crescendo...

Guadagnucci: Oggi si riflette di più sul ruolo passivo che ciascuno ha nella società dei consumi; parallelamente c'è una consapevolezza diversa sulla qualità dei prodotti e sul fatto che non è possibile trascurare il proprio stile di vita, magari essendo impegnati in un altro ambito. Quindi si arriva a una visione più globale...

CM: Se tutti gli aspetti dell'esistenza sono collegati, è necessario un grande rigore...

Guadagnucci: Quando ci si pone in modo critico verso la società si è coinvolti totalmente. È giusto che sia così. Ciò non toglie che abbiamo tutti le nostre contraddizioni, viviamo in un sistema

che risponde alle sue logiche rispetto alle quali ognuno deve individuare la propria collocazione, il proprio equilibrio. In questa fase, per coloro che si riconoscono nel consumo critico è importante non cadere nel tranello secondo cui ci si salva facendo certe scelte di vita. Ci si deve collocare in una dimensione di cambiamento radicale, che può avvenire attraverso le singole sperimentazioni.

CM: Sperimentazioni che devono crescere...

Guadagnucci: È un passaggio necessario, ma va pensato e organizzato, non arriverà da sé. Tutte le pratiche di cui parlo nel libro, fra cui appunto i Gas, vanno nella stessa direzione, cercano d'immaginare una società che riconosce la limitatezza delle risorse, la priorità da dare alla dignità di tutti, il fatto che non è possibile accettare che metà dell'umanità sia esclusa. Parliamo di minoranze sensibili, che si pongono però le domande giuste. Il cambiamento sarà praticabile se queste sperimentazioni sapranno intercettare i bisogni di molte persone.

CM: E qual è il ruolo del terzo settore?

Guadagnucci: Nel libro l'ho solo accennato, ma mi pare che sia rimasto un po' subalterno all'attuale sistema dominante e abbia stentato a proporre qualcosa di radicalmente diverso. Urge uno scatto non solo organizzativo ma soprattutto culturale: occorre costruire una società che esca dagli schemi attuali.

segue da pagina 2

Un passo verso l'istituzionalizzazione, dagli osservatori in qualche modo auspicata e temuta. Giacché da un lato potrebbe consentire un'ulteriore affermazione di questo modo di acquistare e di gestire il consumo (magari facilitando la strada a un soggetto istituzionale). Dall'altro il timore è che comporti effetti imprevedibili e non positivi. Così è accaduto in Francia: una legge a firma di Mitterand ha istituito i Gas ma nel momento in cui si è deciso il riconoscimento statale, con una conseguente standardizzazione dei comportamenti, il fenomeno è crollato. Insomma, sono esperienze informali che vanno trattate e rispettate come tali. Altro discorso invece è la crisi economica, l'aumento dei prezzi alimentari, la possibilità che il fenomeno sia condizionato da una situazione congiunturale non favorevole. Fino a che punto l'appiattimento salariale consentirà di scegliere questa forma d'acquisto? «Mi sembra che le tendenze plausibili possano essere due», prevede Perna. «Nella prima ipotesi, la crisi economica potrebbe deprimere i Gas, com'è successo con il commercio equo e solidale, depresso dalla stagnazione in corso. Nella seconda, la preoccupazione salutista farà sì che la spesa solidale non subirà contrazioni».

Maurizio Regosa

editoriale

Elezioni, quattro segnali da cogliere

segue dalla prima

1. Personalmente non ho vinto, ma il voto di oggi è fondamentalmente un voto in cui sono stati sconfitti gli ideologismi. Sono estremamente convinto in un travaso di voti dalla Sinistra alla Lega. Del resto, non tutti stanno a ragionare sui sistemi economici di un capitalismo in crisi, sul rapporto tra nord e sud, ecc. ecc. E non possono certo aspettare che qualcuno trovi la magica ricetta. Molti, infatti, non sanno più come vivere e devono fare i conti con questo.

2. La gran parte di coloro che hanno votato il 13 e il 14 aprile scorsi non hanno la benché minima idea di come si attui uno stato federalista e non gliene frega nemmeno nulla di architetture costituzionali e cose simili. Forse sono solo stanchi che per accendere il riscaldamento a Milano debbano attendere una sorta di intervento centrale che regoli la data di avvio del riscaldamento in tutta Italia. Oggi è così e non è nemmeno questo il peggio.

3. La questione sicurezza non va sottovalutata e io per primo entro in contraddizione con me stesso. Non vo-

glio essere provocatorio, ma o il problema non c'è, e allora alla gente occorre spiegarcelo, o se c'è va affrontato pragmaticamente.

4. Il voto nel suo complesso è stato un voto che ha visto i cittadini voler semplificare il quadro delle dinamiche politiche italiane; certo, se Walter Veltroni non avesse avuto il coraggio di presentarsi da solo, saremmo tutti allo stadio di prima. Oggi qualcuno ha perso, altri hanno vinto, ma il nuovo quadro semplificato deriva da una precisa volontà degli elettori. E questo non può essere sottovalutato. Se queste sono le indicazioni, sono gli altri soggetti - partiti e società civile - a dover comprendere cosa è accaduto o cosa necessita per il futuro.

Ecco perché è importante cogliere questi segnali, traducendoli in politiche che, al contrario di voti anche istintivi, colgano dalle istanze individuali le azioni di governo delle comunità, nell'interesse collettivo. Ecco perché auspico che la situazione odierna possa essere il punto di partenza per un percorso di riflessione, di costruzione, di rivincita.

Lorenzo Miozzi

+premi& dintorni

Salasso per centauri

Tempi duri per i motociclisti! Dopo la tregua del 2007 le polizze "tornano a volare". È quanto emerge dalla terza edizione del «Libretto rosso delle assicurazioni moto» di *Due ruote* che, per il dirigente 50enne in nona classe di merito proprietario di una BMW 1200 GS, ha registrato a Bologna una crescita del premio migliore addirittura del 71%. Gli aumenti per lo stesso motociclista sono sostanziosi anche a Firenze (+45%), Roma (+34%) e Milano (+22%). Diminuiscono invece in città poco a rischio, come Biella o Pordenone. La figura più penalizzata è anche quest'anno la donna alla guida di una moto di elevata cilindrata. La città

più cara è invece Napoli. In conclusione, è confermato l'aumento medio, che l'Isvap ha da poco stimato in circa l'8%.

Risparmiare online

Con circa due milioni di clienti e una quota di mercato intorno al 5%, le assicurazioni dirette in Italia sono un fenomeno in pieno fermento. Che non farà molto piacere agli agenti assicurativi, ma sembra garantire qualche risparmio al consumatore. Il ramo auto guida la corsa del comparto con sconti fino al 30-40% rispetto al costo medio di una polizza. Il 2007 è stato poi l'anno più dei preventivi online, cresciuti di circa il 60%, a testimonianza che il

consumatore più attento vuole vederci chiaro sulle offerte, provando diverse soluzioni grazie all'utilizzo del web. Per raccolta premi la numero uno è Genertel (con 235 milioni di euro), seguita da Direct Line e Genialloyd.

Rc auto all'hard discount

La grande distribuzione "low cost" entra nel mondo dell'auto. Dopo i veicoli in vendita al supermercato, è la volta dei servizi per gli automobilisti a prezzi scontati che entrano nel carnet dei benefit riservati ai possessori della Lidl Card. La Lidl Italia infatti ha appena lanciato il Club del Low Cost che, fedele alla filosofia del marchio, propone una serie di servizi accessori

a prezzi "stracciati". Così, grazie alla collaborazione con partner specializzati come Genertel (assicurazioni), Auto Europa (autonoleggio) e Park to Fly (network gestione parcheggi aeroporti), la casa fornisce al consumatore un valore aggiunto attraverso prodotti e servizi legati al mondo dell'auto, con sconti riservati ai titolari della carta di credito targata Lidl. La Genertel, l'assicurazione online del gruppo Generali, ad esempio, offre cospicui sconti sulle polizze Rca: scegliendo la polizza con franchigia Low Cost Lidl, sarà possibile arrivare a risparmiare fino al 50% su una polizza di tipo tradizionale.

www.isvap.it

RC AUTO

Il caro polizze sotto la lente di Mister Prezzi

di Christian Benna

Guidare con prudenza. Oltre a salvare la pelle, l'invito è d'obbligo per la tutela del portafogli. Perché anche un piccolo incidente fa schizzare i prezzi - già in salita per contro proprio - dell'assicurazione sull'auto. E quel che è peggio è che il meccanismo bonus-malus, se funziona "benissimo" stangando gli spericolati al volante, fa invece cilecca per gli automobilisti virtuosi.

Dati alla mano. Antonio Lirosi, garante per la sorveglianza dei prezzi, ha dimostrato che circa il 45% di italiani al volante che viaggiano in prima classe di merito non risparmiamo il becco di un quattrino, perché gli aumenti delle polizze compensano il risparmio di una buona guida. Ora Mr Prezzi vuole vederci chiaro. E perciò, invitando le compagnie a ridurre le tariffe, ha chiesto la collaborazione dell'Isvap per ottenere un quadro trasparente delle offerte che renda possibile un confronto su Internet.

Scendono o salgono?

Intanto si consuma la guerra delle cifre. Secondo l'Ania, l'associazione delle società assicurative, le tariffe sarebbero in calo del 2%. Di pare opposto l'Istat che, solo a gennaio, ha registrato scatti per il 2,5% e così l'Isvap, che nello stesso periodo segnala rincari per il 2,3%. Un salasso che arriva fino all'11,3% per i neopatentati e i conducenti di moto.

In mezzo al valzer delle statistiche il presidente dell'Antitrust è intervenuto in modo deciso sostenendo che l'Rc auto offerte dalle compagnie sono «tutte uguali, come le clausole vessatorie». Altro che concorrenza...

E che il mercato sia ingessato, malgrado le ripetute sferzate dei venti della liberalizzazioni (inclusa quella sugli

Patente a punti, indennizzo diretto, plurimandato degli agenti. Nonostante gli interventi normativi i premi non calano. Perché? E perché è così difficile confrontare le offerte?

agenti plurimandatari), lo dimostra il basso tasso di mobilità dei consumatori. Solo l'8% degli italiani ha cambiato compagnia nell'ultimo anno. Tartassati e contenti? Non proprio.

Del resto il settore è regolamentato per legge. Se si possiede un'auto non c'è via di uscita, la polizza è obbligatoria. E per i big delle assicurazioni, in agitazione per il calo del ramo vita e la tempesta finanziaria che ha investito le società quotate, cercano di irrobustirsi nella cassaforte Rc auto, che oggi vale complessivamente il 50% del ramo danni, pari a 18 miliardi di euro.

Dati contestati

Il problema non è di oggi. Un'indagine dell'Antitrust datata 2003 raccontava di un settore in ebollizione con consumatori tartassati che si trovavano a pagare fino 12 volte in più la polizza rispetto al passato. Stesse dinamiche oggi sull'onda di un caro assicurazione che colpisce di più i centauri (a Napoli i prezzi sono balzati del 16%). I dati dell'Isvap danno per tutti i profili tariffari segni di aumento.

L'Ania, dal canto suo, si difende con tabelle che dicono di prezzi più bassi in Europa e di strumenti come le polizze

online dove si possono risparmiare migliaia di euro. E non solo. L'associazione delle società assicurative, in via di fusione con la collega delle banche, l'Abi, sta studiando ipotesi di sconti per i giovani e nuove riduzione delle tariffe dopo il grande cambiamento dell'indennizzo diretto. E c'è spazio anche per una stoccata all'Erario a cui, a fronte di 100 euro di premio, l'assicurato ne deve versare altri 23 di tasse, un livello assai più elevato di quello medio europeo.

«I dati delle compagnie», mette in guardia **Lorenzo Miozzi**, presidente del Movimento Consumatori, «sono spesso faziosi. Perché, nonostante una serie di interventi normativi come quello sul plurimandato degli agenti, la patente a punti e l'indennizzo diretto, i premi non calano affatto. Con il malus il consumatore si accolla premi salatissimi, con il bonus invece non cambia nulla. Ora occorre una stretta per fare chiarezza sulla Rc, una macchina da utili per le compagnie che forse va riformata».

Rc all'ipermercato?

Altro punto in questione è il sistema di comparazione online. Il movimento consumatori si è dato da fare e ha sfornato un programma per il confronto delle offerte sul web. Ma il decreto Bersani imponeva quest'onere alle compagnie. «Oggi», continua Miozzi, «il consumatore non ha scelta. Ci sono 80 compagnie che lavorano sull'Rc auto. Un bazaar in cui è difficile districarsi. È sempre più urgente l'intervento del ministero in collaborazione con l'Isvap per creare meccanismi di confronto delle offerte. Per movimentare il mercato servono più canali distributivi. Le iniziative dei centri commerciali potrebbero sbloccare una situazione che è sempre più paralizzata».

+L'iniziativa



Preventivo? Il confronto è online

Si chiama *Rc auto per te* ed è un'iniziativa promossa dal Movimento Consumatori per calcolare e confrontare i preventivi delle varie polizze Rc auto.

Un servizio, cofinanziato dal Cncu - Consiglio nazionale consumatori e utenti, che sul sito www.movimentoconsumatori.it offre agli automobilisti la possibilità di calcolare gratuitamente il proprio preventivo online e avere a disposizione un numero verde per qualsiasi chiarimento. «Risulta spesso difficile individuare la tariffa migliore», spiega Lorenzo Miozzi, presidente dell'associazione, «sia per il numero elevato di compagnie assicuratrici, sia perché le informazioni offerte non sono sufficienti, sia per la non facile comparabilità delle offerte».

Per rispondere direttamente alle domande dei cittadini, Mc ha attivato il numero verde **800.774.770** (dal lunedì al venerdì dalle 14.30 alle 18.30). L'iniziativa prevede anche l'educazione stradale dei minori di età compresa tra gli 8 e i 12 anni attraverso un gioco interattivo realizzato per far conoscere ai bambini gli elementi base della sicurezza stradale, che sarà inviato a diverse scuole sul territorio italiano e distribuito gratuitamente presso le sedi associative, in abbinamento ai materiali per gli adulti su tariffe e contratti.

Conciliamo? Sì grazie

Altro servizio raggiungibile attraverso il sito del Movimento Consumatori, la conciliazione Rc auto, un'iniziativa dell'Ania, del Movimento Consumatori e di altre associazioni dei consumatori per risolvere in modo extragiudiziale, semplice e veloce, le controversie con danni fino a 15mila euro. Per ulteriori informazioni si può scaricare la guida *Da ora è più facile* o visitare il sito www.ania.it.

IN MOVIMENTO

Pendolari italiani, forzati dell'auto

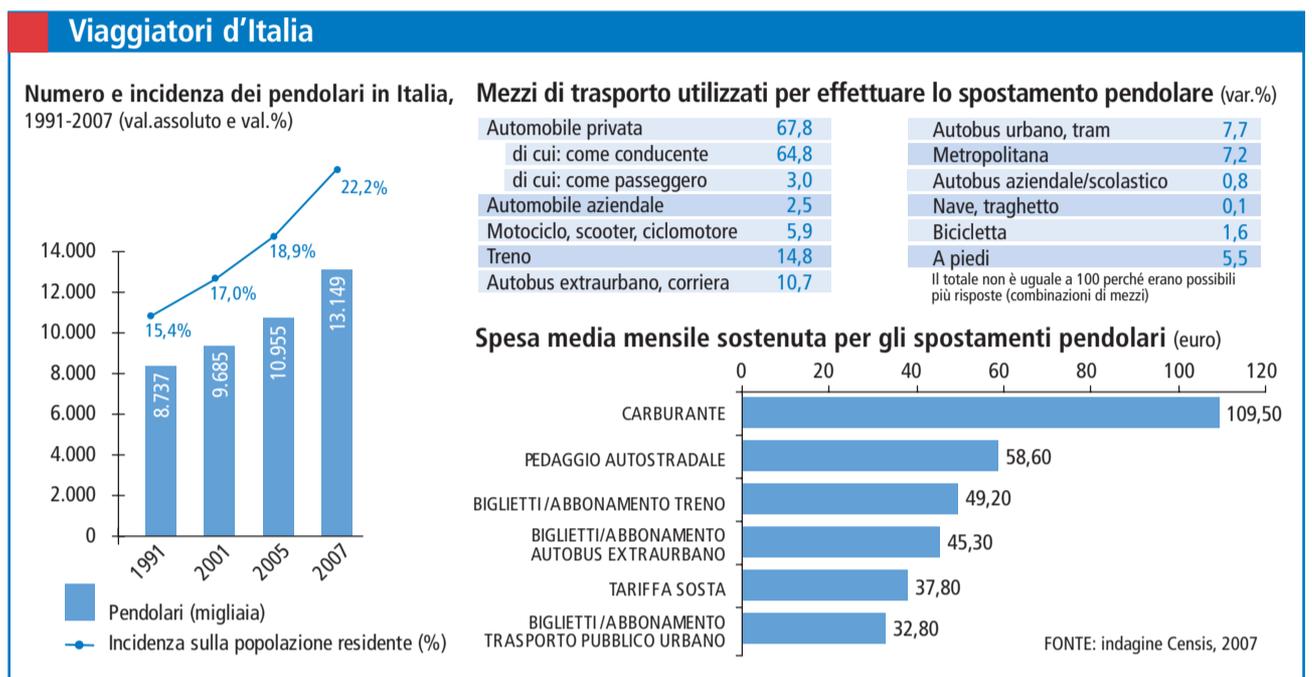
Il 70% di chi si muove ogni giorno lo fa su strada. Colpa, spesso, della mancanza di alternative convenienti. Ma anche di una buona dose di pigrizia

di Luca Zanfei

Nel Paese in cui la qualità della vita si misura in chilometri di distanza dal "centro", il pendolarismo è la diretta espressione dei costi sociali dello sviluppo urbanistico italiano. La recente mobilitazione causata dal congelamento dei 400 milioni stanziati in Finanziaria e dallo stallo delle trattative per il rinnovo del contratto di servizio tra Regioni e Trenitalia, ha spostato il problema unicamente sui "precari del trasporto pubblico".

Ma la realtà è ben più complessa. Secondo il rapporto del Censis *Pendolari d'Italia*, il vero nodo da sciogliere sarebbe quello del cosiddetto "pendolarismo privato", cioè tutte quelle persone che per scelta o necessità impiegano l'auto per raggiungere il luogo di lavoro o di studio. Sono quasi dieci milioni, il 70% del totale dei pendolari in Italia, che ogni giorno devono fare lo slalom tra rincari del carburante, pedaggi autostradali o tariffe per il parcheggio a pagamento. In tutto circa 2.300 euro di spesa annua, quasi quattro volte superiore ai 540 euro sborsati dai clienti di Trenitalia, e che pesa per più del 10% su uno stipendio medio.

Un vero e proprio salasso evidenziato anche da Federconsumatori durante l'ultima iniziativa contro i tagli ai convogli



locali annunciati da Trenitalia. Tagli che, insieme ai miseri investimenti dell'1% dei bilanci regionali nel settore, scoraggerebbero per l'ennesima volta anche quel 69% di pendolari dell'auto disposti a rinunciare alla comodità del proprio mezzo in cambio di un servizio pubblico più efficiente. Il che nella maggior parte dei casi vuol dire avere la stazione sotto casa o un facile accesso al sistema di trasporto su ferro. Richieste ad oggi impossibili da realizzare, se si guardano i chilometri di strade ferrate in Italia e nel resto d'Europa. Qualche numero: 3mila km di rete a Berlino, 1.400 a Parigi, 188 a Roma e 180 a Milano. Il confronto non regge, anche se «per l'assetto e la morfologia del territorio al momento non si può pensare di soddisfare una tale domanda», spiega **Marco Ponti**, professore al Politecnico

di Milano e uno dei maggiori esperti di economia dei trasporti. «Per adesso la quota che si può trasferire al servizio pubblico non è superiore al 2%, quindi bisogna guardare al fenomeno in tutti i suoi aspetti. Ecco perché il problema è politico e necessita di una cura che prenda in considerazione tanto la questione delle accise, quanto quelle dei parcheggi di scambio o dei pedaggi».

Una prima soluzione al problema potrebbe essere intanto ricercata leggendo la distanza media percorsa ogni giorno dai 13 milioni di pendolari. Ventiquattro chilometri per una metropoli non sono troppi e consentirebbero un'efficace integrazione dei servizi. Car Sharing, parcheggi di scambio e mezzi di collegamento con il centro della città potrebbero essere strade percorribili che, secondo il

Censis, per una buona fetta dei pendolari faciliterebbero anche l'uso del trasporto pubblico. «Sono state fatte esperienze, ma si tratta di casi isolati, sperimentazioni che hanno riguardato piccole città», spiega **Monica Multari**, responsabile legale del settore Trasporti ferroviari del Movimento Consumatori. «La sfida è fare sistema e capire il perché in questi anni non si è riusciti a implementare tali strumenti».

Resistenze culturali

Forse una risposta viene direttamente dal rapporto Censis, per il quale oltre il 30% dei pendolari dell'auto non sarebbe disposto a passare alla ferrovia proprio per la comodità del mezzo privato, che permette un risparmio in termini di tempo, limitando di molto i ritardi (una media di tre minuti contro i sette del treno). «Proprio per questo motivo, il problema non è tanto combattere contro l'inefficienza del servizio pubblico, quanto cercare di cambiare una certa cultura dell'italiano medio, sempre più comodo e fedele alle proprie abitudini», continua Multari. «Non è possibile che esperienze di servizi integrati tra parcheggi di scambio e navette gratuite siano fallite miseramente perché completamente ignorate».

Così non rimane che supportare i cittadini nella quotidiana fruizione dei servizi esistenti, perché «nonostante si lamenti dei modesti investimenti pubblici, Trenitalia non ha quasi mai rispettato i contratti di servizio proprio nei termini di qualità e pulizia dei convogli, nonché dello stesso prezzo dei biglietti», accusa Multari. «Con la campagna *Diritti sui binari* (vedi box sotto) cerchiamo così di vigilare sul rispetto delle normative e forniamo consulenza ai cittadini».

la campagna

«Diritti sui binari», il viaggiatore non è solo

Movimento Consumatori per i diritti dei viaggiatori in treno. La campagna *Diritti sui binari*, lanciata dall'associazione a maggio 2007, nasce per informare, offrire un servizio di consulenza legale specializzato e sollecitare le autorità competenti a garantire la qualità dei servizi.

Ultima attività promossa è una sorta di staffetta per dire basta ai disservizi ferroviari. La prima tappa si è svolta a Roma dal 4 al 6 marzo. Nel presidio MC, che è stato caratterizzato da un treno gonfiabile lungo circa 6 metri, operatori dell'associazione hanno distribuito materiale informativo sulla campagna e sulle attività del Movimento Consumatori. A questo evento seguiranno, a partire da maggio 2008, altre 10 tappe in nove città italiane: Bari, Napoli, Palermo, Padova, Milano, Torino, Genova, Bologna, Firenze, per concludere con l'ultimo presidio di nuovo a Roma.

Nell'ambito dell'iniziativa, l'Osservatorio Treni MC sta portando avanti anche altre attività: un esposto al Garante prezzi e al ministero dei

Trasporti sugli aumenti dei biglietti; un'inchiesta sui contratti di servizio regionali e un monitoraggio del rispetto degli standard di qualità; un'azione collettiva per far dichiarare l'illegittimità delle condizioni di trasporto (limiti di responsabilità, importo minimo e negato riconoscimento dei bonus, misura delle sanzioni); la guida *Diritti sui binari* scaricabile sul sito www.movimentoconsumatori.it; un modello di lettera di reclamo disponibile online, un indirizzo email dedicato, osservatorio.treni@movimentoconsumatori.it; consulenza telefonica all' **800.774770**. Qualche dato: al numero verde sono arrivate, ad oggi, circa 400 segnalazioni. Al primo posto tra le lamentele dei viaggiatori c'è il ritardo dei treni, al secondo i servizi igienici non utilizzabili e sporchi, al terzo i sistemi di climatizzazione fuori uso. La petizione, cui si può aderire sul sito dell'associazione e con la quale si richiede che i rimborsi siano in denaro, ha raccolto finora 1.500 firme di viaggiatori stanchi dei soliti bonus previsti da Trenitalia.



PANE SEMPRE PIÙ CARO

La vera concorrenza è l'ingrediente che manca

Un mercato dominato dalla logica del cartello. Con i prezzi che crescono. E le responsabilità che si rimpallano. Ecco qualche idea per battere la corsa alla speculazione sul nostro alimento principe

Non si vive di solo pane, specialmente ora che è sempre più caro. Da qui la recente richiesta dell'Autorità di abbassare il prezzo, accettata dai fornai. Dal 14 marzo fino al 15 aprile i panificatori italiani hanno potuto applicare su base volontaria sconti sulle tipologie di pane più diffuse e praticare politiche promozionali su tutte le tipologie per le ultime ore della giornata. L'appello al quale hanno aderito le associazioni dei panificatori è stato lanciato dal Garante per la sorveglianza dei prezzi, **Antonio Liroso** in cerca di soluzioni per far fronte alla situazione di emergenza che si è creata nel settore a partire dalla fine dell'anno 2007.

«Ho chiesto un'assunzione di responsabilità», ha detto Mister Prezzi durante l'incontro al ministero dello Sviluppo economico cui hanno partecipato anche rappresentanti del ministero delle Politiche agricole, Unioncamere, industria, artigianato e commercio del settore della panificazione.

Un'assunzione di responsabilità per rispondere ad una situazione di emergenza dovuta al caro vita che è frutto di condizioni internazionali generalizzate. Un impegno di cui si calcoleranno i frutti a fine aprile in un nuovo appuntamento con le associazioni di categoria.

Secondo le rilevazioni dell'Osservatorio prezzi disposto dal Garante, il prezzo del pane varia notevolmente nelle diverse città italiane mantenendo però livelli ritenuti molto alti: si va da 1,90 euro al chilo a Napoli a 2,20 a Bari, 2,26 a Roma, 2,43 a Torino, 2,55 a Palermo, 3,45 euro a Bologna, fino a 3,56 euro a Milano. Questo andamento, secondo gli operatori, ha pesato sull'inflazione e ha comportato una contrazione dei consumi di pane del 6,3% nell'ultimo anno.

Di certo i fornai non ci stanno a salire sul banco degli imputati: così i protagonisti della filiera si rimpallano le responsabilità degli aumenti, chiamando in causa i rincari del costo dell'energia, del trasporto, della forza lavoro e delle spese di gestione dei negozi, i contadini si lamentano del fatto che un quintale di farina venga loro pagata appena 24 euro, che poi, a prodotto finito, arriva a costare al consumatore 400 euro.

Uno degli impegni che ha assunto Liroso durante la riunione con i panificatori è stato proprio quello di rivolgere un analogo appello anche all'industria molitoria, cui ha chiesto di adottare politi-

che di contenimento dei prezzi, specialmente in vista della prossima campagna di commercializzazione del grano, che prenderà avvio a fine maggio, e che potrà favorire politiche di rientro dei costi.

Per il Movimento Consumatori, questa e le altre iniziative sono certo azioni buone e giuste, ma non risolveranno il problema dell'aumento dei prezzi in generale. «Dobbiamo infatti considerare», spiega **Beppe Riccardi**, responsabile Sicurezza alimentare MC, «che la liberalizzazione ha permesso ad ogni venditore di stabilire il prezzo che vuole e non è più possibile fissare un prezzo calmierato, come avveniva negli anni 90; pertanto può essere utile discutere sugli aumenti del pane, del latte o della frutta, ma non è detto che questi aumenti non vengano poi attuati».

Secondo Riccardi, una possibile soluzione sarebbe quella della vigilanza sui "cartelli" che le associazioni di categoria attuano, specie su alcuni prodotti. «Il pane è proprio uno di questi. Se andiamo a verificare il prezzo del pane in moltissimi negozi di una stessa città, possiamo riscontrare che il prezzo è identico, una realtà che cozza evidentemente con la libera concorrenza. Se concorrenza ci fos-

la guida dell'esperto

Consigli per l'acquisto

1. fare sempre attenzione ai cartellini dei vari tipi di pane, che devono essere situati su ogni scomparto e contenere l'elenco degli ingredienti;
2. il pane "comune" deve essere fatto solo con farina, lievito, acqua, con sale o no;
3. gli altri pani "speciali", con olio, olive, uva passa, latte, fichi o altri ingredienti, costano molto di più; in etichetta deve comparire la dicitura "pane al..." con il nome dell'ingrediente aggiunto;
4. privilegiare il pane senza additivi; i cosiddetti "coadiuvanti tecnologici" (quelli cioè che vengono utilizzati nella trasformazione di materie prime) sono ammessi, ma non è obbligatorio citarli in etichetta, pertanto è consigliabile il pane artigianale, che dovrebbe contenerne meno;
5. fare anche sempre attenzione ai pani parzialmente cotti o ottenuti da prodotti surgelati; devono essere tenuti in comparti separati e contraddistinti dalla dizione "ottenuto da pane parzialmente cotto surgelato" oppure «ottenuto da pane parzialmente cotto»; essi non possono comunque essere venduti come "pane fresco".

se realmente, basterebbe che un fornaio abbassasse il prezzo e subito gli altri lo ritoccherebbero al ribasso. La concorrenza, quella vera, è la sola arma per far abbassare i prezzi. Questo vale per il pane, ma anche per il latte, per la benzina, per le assicurazioni, ecc. Occorrerebbe, quindi, un intervento deciso dell'Antitrust su questi "cartelli" ed il problema prezzi sarebbe in parte risolto».

«Un'altra iniziativa», conclude Riccardi, «che potrebbe incidere è quella del

consumo consapevole; se il consumatore riuscisse a individuare, fra i diversi negozianti, il prezzo più basso e acquistasse in quel determinato negozio, gli altri, vendendo di meno, abbasserebbero il prezzo; si instaurerebbe una catena che porterebbe a abbassare i prezzi almeno a livello locale. Questa è però una soluzione difficile da attuare in quanto il consumatore non ha il tempo di fare queste rilevazioni ed è proprio per questo che il negozio ne può approfittare». (A.C.)

ALTRI FRONTI CALDI

Latte artificiale e farmaci, indaga Mr Prezzi

Caro pane, ma anche caro latte per l'infanzia e caro farmaci nell'agenda di Mister Prezzi. Dopo le segnalazioni - arrivate al numero verde di Unioncamere sui rincari del latte artificiale, segnalati dai cittadini in percentuali variabili dal 10 fino a oltre il 30% - il Garante ha annunciato l'avvio di un'indagine a tappeto per verificare l'entità dei rincari e un osservatorio per controllare il prezzo del latte artificiale e dei medicinali da banco.

«Per quanto attiene al latte», afferma **Rossella Miracapillo**, responsabile dell'Osservatorio Farmaci & Salute del Movimento Consumatori, «bisogna sorvegliare in modo stretto per evitare le dramma-

Il Garante ha annunciato un'indagine a tappeto per verificare l'entità dei rincari e un osservatorio per controllare l'andamento dei prezzi

tiche speculazioni del passato. Ricordiamo che il prezzo del latte in polvere era determinato dallo "scarico" sul latte delle spese di marketing spinto che hanno portato negli anni ad azzerare l'allattamento materno per favorire l'errata cultura in cui il latte artificiale era il meglio che si potesse dare ai propri figli, anche forzando sull'informazione data alle puerpere da parte di ospedali e pediatri».

Anche sul fronte farmaci di automedicazione serve più trasparenza. Dopo che nelle confezioni dei medicinali il costo è stato sostituito dai codici a barre, è necessaria maggiore chiarezza: l'idea del Garante è quella di elaborare una tabella con i prezzi dei farma-

ci più comuni da esporre nei punti vendita.

«L'abolizione del prezzo al pubblico», spiega la Miracapillo, «ha costituito un incentivo per i farmacisti a tenere d'occhio i prezzi di acquisto per calcolare in modo corretto il prezzo utile di cessione ai pazienti (auspicando che eventuali extra sconti vengano girati ai consumatori). D'altro canto si è evidenziata l'impossibilità dei cittadini di poter verificare il prezzo effettivo del prodotto. Ecco perché la proposta di Mister Prezzi, insieme allo scontrino parlante e al posizionamento degli schermi delle casse ben evidenti, possono aiutare a fare i confronti auspicati».

(A.C.)

Consumers' approfondimenti

PARLIAMONE

Carovita, un'agenda (seria) per batterlo davvero

di **Gustavo Ghidini***

Il primo governo della nuova legislatura deve affrontare, fra i tanti, il problema del carovita. Una situazione che sta, e non da oggi, attanagliando milioni di cittadini, sempre più in difficoltà nel far quadrare i conti, e arrivare, come si dice, a fine mese.

Al problema la classe politica ha finora guardato tardi e superficialmente, senza vera sostanza, senza una strategia. E senza intelligenza. Anzitutto, quel problema non si esaurisce su un solo fronte, come quello della "spesa" quotidiana, bensì abbraccia i diversi "capitoli" del caro-casa, del caro-energia, del caro-servizi. E senza intelligenza, pure, sulle connessioni che qualsiasi serio tentativo di soluzione deve "incrociare", le cosiddette grandi politiche: dell'agricoltura, dell'edilizia e del territorio, dei trasporti, dell'approvvigionamento energetico, della regolazione di banca e finanza, etc.

Mi limito, qui, a due esempi (il seguito alle prossime "puntate"), come promemoria per un'agenda finalmente seria. Occorrono, fra le altre cose:

1. Una rivoluzione dell'ormai decrepita "Pac" (Politica agricola comune) con la quale la Comunità europea ha limitato la produzione agroalimentare, finanziando abbattimento di capi, imponendo "quote" alla produzione di latte, premiano la dismissione di colture cerealicole, etc. Politica assurda

in una fase storica, come quella che si è già aperta, in cui la domanda mondiale di cibo sale e salirà in modo esponenziale, grazie al fatto, in sé benvenuto, che centinaia di milioni di persone dei Paesi in via di sviluppo si stanno affrancando dai livelli di miseria che per secoli li hanno inchiodati alla fame. Occorre dunque smantellare quei vincoli e imboccare la strada opposta: aumentare la produzione e liberalizzare le importazioni dai grandi "granai" extraeuropei, come l'Argentina. Altrimenti ci troveremo fra breve a pagare 10 euro per una michetta di pane o un etto di pasta.



2. Una nuova concezione della politica della casa che, prendendo atto della enorme rendita di posizione della quale i grandi proprietari di aree e di immobili hanno goduto e stanno godendo, estenda il concetto di "oneri" pubblici a carico di chi costruisce oltre la soglia tradizionale di quelli di urbanizzazione. E così legittimi i Comuni, che rilasciano le licenze edilizie, a richiedere che una quota - variabile secondo le necessità locali - dei metri cubi di nuove costruzioni venga destinata ad alloggi da affittare a canoni moderati a famiglie e single di reddito modesto, individuati secondo parametri obiettivi da una (snella!) commissione comunale cui partecipino rappresentanti di associazioni di inquilini e di consumatori.

(I - continua)

*presidente onorario Movimento Consumatori

+ ConsumerEuropa

Cibo per animali, operazione trasparenza

La Commissione europea ha approvato, il 4 marzo scorso, la revisione del regolamento relativo all'etichettatura e al commercio di alimenti per animali, in particolare per quelli domestici. L'obiettivo è quello di mantenere alto il livello di protezione della salute e del benessere dei nostri amici a quattro zampe, ma anche della salute pubblica, migliorando allo stesso tempo l'efficacia del sistema e semplificando le procedure per le etichette.

In questo modo le 62 milioni di famiglie che nell'UE possiedono un animale domestico potranno valutare al meglio ciò che gli danno da mangiare; grazie a queste nuove regole, infatti, sulle etichette sarà obbligatorio indicare l'alimento contenuto, il nome e l'indirizzo dell'esportatore, il peso netto e la lista degli additivi utilizzati. Inoltre, andranno aggiunte indicazioni specifiche riguardanti le materie prime per eventuali pasti composti da più alimenti e i modi d'uso previsti per gli alimenti "dietetici". Deve essere ben visibile un numero di telefono cui i clienti possono rivolgersi nel caso volessero avere ulteriori informazioni riguardo agli ingredienti usati. Attualmente le materie prime utilizzate per produrre un alimento composto devono essere dichiarate, con una tolleranza del 15%, in percentuale sul peso totale. In questo modo però il padrone che acquista il prodotto per il suo animale non è nelle condizioni di poter valutare il reale valore della percentuale che trova scritta sull'etichetta. Con queste regole la Commissione chiede che vengano indicati i valori precisi delle materie prime usate, in ordine decrescente della loro importanza ponderale.

Un'ulteriore novità introdotta dal regolamento è il fatto che non saranno più i legislatori ad occuparsi della lista di materie prime degli alimenti per animali, il suo aggiornamento sarà frutto della collaborazione tra produttori e utenti. Questa lista rifletterà così la situazione corrente e integrerà le innovazioni in atto, aumentando la trasparenza del mercato.

Sonia Chilà



+ ConsumerWeb

Si chiama **60 milioni di consumatori** ed è pubblicato in Francia. Si tratta di un settimanale realizzato da giornalisti professionisti in collaborazione con gli esperti dell'Inc - Istituto nazionale del consumo

francese. Onde evitare equivoci, è senza pubblicità. Il sito è ben fatto; particolarmente chiare (oltre che utili) le sezioni dedicate alle guide, così come il mercatino di scambi fra i consumatori. www.60millions-mag.com

tra le righe di Lorenzo Miozzi

Cartoline dall'Italia dell'illegalità

SICUREZZA SENZA LUOGHI COMUNI

L'incessante e continua evoluzione del crimine mette costantemente a rischio il nostro vivere quotidiano; furti, rapine, truffe e raggiri di ogni sorta hanno portato il cittadino a cercare nuovi metodi di difesa e trovare rifugio nell'industria della sicurezza. Ma i sensi di insicurezza e di pericolo hanno aspetti anche invisibili. Il manuale antirapina di Silvia Calzolari e Daniele Veratti è essenzialmente rivolto a chi svolge una propria attività commerciale, ma anche al semplice cittadino-consumatore. Gli autori in questo libro hanno analizzato molteplici aspetti del tema "sicurezza" proprio per non correre il rischio di offrire ai lettori le solite ricette preconfezionate, ma un utile saper essere che sia in grado di rafforzare in ognuno la percezione soggettiva della propria sicurezza. Lo scopo fondamentale è, quindi, quello di incrementare in ognuno la propria efficacia di fronte alle più svariate situazioni di minaccia cui siamo sempre più spesso sottoposti, purtroppo nostro malgrado.



Silvia Calzolari - Daniele Veratti
Manuale Antirapina
Sassoscritto Editore
128 pagine - 14 euro

CORRUZIONE MALE ETERNO

La breve stagione di Mani Pulite non ha scardinato il vecchio equilibrio ad alta densità di corruzione che si era andato consolidando nella gestione italiana della cosa pubblica. Cos'è rimasto della "rivoluzione dei giudici", che tante speranze aveva suscitato nella prima metà degli anni 90? Mentre da tempo il problema della corruzione in Italia non è più all'ordine del giorno, negli ultimi anni una lunga serie di episodi di microcorruzione e clamorosi scandali politici e finanziari hanno segnalato una chiara linea di continuità con le vicende svelate da Mani Pulite. In questo volume, somiglianze e differenze tra vecchia e nuova corruzione vengono evidenziate a partire da una ricerca empirica basata su materiale giudiziario, relazioni di commissioni parlamentari e authorities pubbliche, oltre che sulla sistematica rassegna della stampa. L'analisi si concentra sui meccanismi della corruzione, sulle loro attuali trasformazioni rispetto al passato, sul rafforzato intreccio tra politica ed economia che sta caratterizzando la nuova fase istituzionale.



Donatella Della Porta - Alberto Vannucci
Mani impunite
Editore Laterza
264 pagine - 16 euro

Consumers' notizie

RISPARMIO TRADITO

Crack Parmalat, Sanpaolo dà il via libera alla conciliazione

Sono 24mila i clienti ex Sanpaolo Imi, oggi Intesa Sanpaolo, che già dalle prossime settimane potranno aderire alla procedura di conciliazione per il crack Parmalat. È stata infatti sottoscritta l'intesa tra le associazioni dei consumatori e il gruppo bancario. Quella della conciliazione è una strada già intrapresa nel passato con risultati positivi: la procedura di conciliazione effettuata per gli ex clienti del gruppo Banca Intesa titolari di bond Parmalat ha portato ad esaminare con commissioni paritetiche tra azienda e associazioni 12mila domande. Di queste, circa il 44% ha avuto una proposta di rimborso. Nel 99,98% dei casi sono state definite valutazioni condivise nelle commissioni paritetiche.

A tutti gli interessati sarà inviata nelle prossime settimane una comunicazione personale contenente la sintesi del regolamento di conciliazione, le modalità di accesso alla procedura e i moduli della domanda che dovrà essere presentata alla

propria filiale. I clienti avranno la possibilità di indicare, nella domanda di conciliazione, l'associazione di consumatori, tra quelle aderenti all'accordo (tra cui Movimento Consumatori), da cui farsi rappresentare. Spetterà a cinque commissioni paritetiche valutare le domande. Ogni commissione sarà composta da un rappresentante delle associazioni ed uno della banca che esamineranno caso per caso le richieste pervenute dai clienti. «La scelta di Intesa Sanpaolo è di grande lungimiranza e di vera attenzione agli utenti e va salutata con grande apprezzamento», si legge in una nota di Movimento Consumatori e Movimento difesa del cittadino. «Si apre una fase nuova nei rapporti banca-clienti, all'insegna di una maggiore trasparenza e della scelta di risoluzioni extragiudiziali del contenzioso, che tornano a vantaggio sia dei cittadini-consumatori che dell'immagine della credibilità degli istituti bancari».

Info: numero verde 800.303306

Spese mediche, nuove regole per la detrazione

Nella dichiarazione dei redditi di quest'anno sono detraibili tutte le spese mediche, specialistiche, i ticket per prestazioni diagnostiche e per visite specialistiche, lenti a contatto, liquidi per lenti a contatto, occhiali, farmaci omeopatici, integratori alimentari, apparecchi elettromedicali, medicinali. Fatta la somma degli acquisti, si elimina una franchigia di 129,11 euro, della restante parte si detrae il 19%. Per gli integratori alimentari, la detraibilità è possibile solo se lo scontrino è allegato a una ricetta

che indichi chiaramente che il prodotto è utilizzato a scopo terapeutico.

www.agenziaentrate.it

Caro gpl, l'Authority apre un'inchiesta

Al via un'indagine sul caro gpl per uso domestico. Secondo l'Autorità per l'energia elettrica e il gas negli ultimi anni si sono verificati considerevoli incrementi di costo che potrebbero essere «non imputabili solo all'aumento delle quotazioni sui mercati internazionali». Negli ultimi tre anni si è verificato un aumento di

circa 30 centesimi di euro al metro cubo per il gas canalizzato e di circa 60 centesimi di euro al metro cubo per il gas in bomboloni e bombole.

www.autorita.energia.it

Energia, task force contro i rincari

Icittadini potranno segnalare anomalie nelle tariffe di energia e gas, che faranno scattare dei controlli ad hoc da parte di un gruppo di controllo coordinato dall'Autorità dell'energia e da Mister Prezzi. È quanto prevede il protocollo d'intesa, firmato dal presidente dell'Au-

torità per l'energia elettrica e il gas, Alessandro Ortis e dal Garante per la sorveglianza dei prezzi, Antonio Lirosi. Le due istituzioni collaboreranno inoltre per migliorare l'informazione da rendere al pubblico sui livelli dei prezzi e delle tariffe, anche attraverso Internet.

www.osservaprezzi.it

Coloranti pericolosi, appello all'Europa

Mettere al bando sei coloranti alimentari per i possibili effetti negativi sul comportamento dei bambini. È quanto chiede l'Organizzazione europea dei consumatori

i conti in tasca

Italiani, popolo di videogiocatori

Cinque console e 34 videogiochi venduti ogni minuto con 1,4 milioni di famiglie in più che hanno comprato la prima console. Nonostante la crisi il settore dei videogiochi in Italia è cresciuto, nel 2007, del 39,9%. Il giro d'affari complessivo del settore supera di poco il miliardo di euro con l'hardware che vale 480,5 milioni (+80%) e il software 557,5 (+17,4%). Il tasso di penetrazione delle console nelle famiglie è del 34% (+6,1%). Nonostante piacciono sempre più anche agli adulti, i videogame sono ancora faccenda per piccoli: secondo il rapporto dell'Aesvi oltre l'80% dei videogiochi è venduto nelle fasce d'età 3+ (da tre anni in su), 7+ e 12+ e solo il 4% è 18+. D'altronde, i primi cinque titoli venduti (*Pro evolution soccer 2008*, *Brain Training*, *Pokemon*, *Fifa 08*, *Nintendogs*) sono 3+, i successivi tre 12+ (*Dragon ball*, *Spiderman*, *3*, *Need for speed prostreet*), mentre al nono e al decimo posto troviamo due titoli da "grandi" *Assassin's Creed* e *Grand theft auto*. Il canale Internet per le vendite ha fatto registrare un fatturato di 44 milioni.

(Beuc) al commissario europeo alla Salute, Androula Vassiliou, sulla scia di uno studio realizzato in Gran Bretagna realizzato su un campione di 300 bambini. I sei coloranti in questione (E110, usato per succhi concentrati; E122, usato nelle marmellate; E102, impiegato in lecca-lecca e bevande effervescenti; E124, colorante rosso; E104, colorante di ampio uso alimentare; E129, che dà un colore rosso-arancione al cibo) provocherebbero forme di iperattività e di mancanza di concentrazione nei bambini più piccoli.

www.beuc.org

Dalle sezioni

Caserta

Città a misura di bambino

Runa città a misura di bambino è possibile. Per dimostrarlo basta andare a Caserta domenica 20 aprile e partecipare a 100 strade per giocare. Una giornata di gioco e una manifestazione organizzata da Legambiente per stare dalla parte dei più piccoli. A sostenere l'iniziativa ci sarà anche il Movimento consumatori che nello stand allestito per l'occasione distribuirà materiale e informazioni sulle campagne nazionali e locali. Tutti i motivi per essere in piazza: la questione rifiuti, la sicurezza di strade e piazze, la qualità dell'aria, il problema dell'inquinamento acustico, ma soprattutto la riscoperta della strada come luogo di incontro fra diverse generazioni e culture. «Una giornata importante», ha affermato Ovidio Marzaioli, presidente della sezione di Caserta, «perché consente di restituire la città agli abitanti e di sensibilizzare bambini e genitori sui temi ambientali e del consumo sostenibile».

caserta@movimentoconsumatori.it

Veneto

Cirio, consulenza legale

Il Movimento Consumatori Veneto invita i tanti risparmiatori che hanno perso i loro soldi in seguito al default della Cirio, a costituirsi parte civile per recuperare una parte dei soldi perduti. È possibile costituirsi parte civile nel processo sull'insolvenza del Gruppo Cirio in corso presso il Tribunale di Roma, entro e non oltre l'udienza del 14 maggio 2008. Il Movimento Consumatori Veneto mette a disposizione i suoi legali per informazioni e consulenze: chiamare il numero verde 800.178950 (dal lunedì al venerdì, dalle 14,30 alle 18,30) oppure, per fissare subito un appuntamento, il numero 199.443035 (dal lunedì al venerdì, dalle 9,30 alle 12,30). La costituzione di parte civile può essere effettuata sia dagli obbligazionisti che dagli azionisti, anche se non sono più in possesso dei titoli Cirio. Inoltre, la costituzione nel giudizio penale non esclude la possibilità di esprire azioni civili individuali o di raggiungere accordi transattivi. Possono costituirsi parte civile anche le persone che hanno in corso o già concluso eventuali azioni civili o hanno già raggiunto un accordo transattivo.

veneto@movimentoconsumatori.it

Puglia

Diritti a scuola

Finanziarie, indebitamento delle famiglie, truffe telefoniche: il Movimento Consumatori Puglia ha pubblicato il rapporto annuale delle attività, i contatti telefonici e la casistica degli interventi che consentono di individuare i principali temi del malessere del cittadino pugliese in tema di consumo. Dall'analisi dei dati, il Movimento Consumatori annuncia il "ritorno a scuola" per educare i consumatori di domani. Parte, infatti, dai banchi di scuola l'iniziativa di (in)formazione del Movimento Consumatori Coordinamento regionale Puglia che, attraverso percorsi di conoscenza e di informazione in diverse città della regione, coinvolgerà studenti degli ultimi anni di scuola superiore e genitori in un progetto regionale finalizzato alla responsabilizzazione rispetto agli acquisti con finanziarie (i famigerati finanziamenti a tasso zero, le microrate), e soprattutto mirato all'acquisizione di una consapevolezza di tutela giuridica dei propri diritti.

puglia@movimentoconsumatori.it

Consumers' iniziative



PIÙ CONCORRENZA DIRITTI

Banche e mutui, tutte le novità per uno sportello più trasparente

Parole chiave: trasparenza e chiarezza. Anche i contratti di conto corrente sono stati interessati dalle nuove norme previste dalle liberalizzazioni. Le banche, infatti, hanno oggi l'obbligo di comunicare in forma scritta, secondo modalità immediatamente comprensibili al risparmiatore, qualunque modifica unilaterale delle condizioni contrattuali di conto corrente con preavviso minimo di 30 giorni. Entro 60 giorni dal ricevimento della comunicazione scritta, il consumatore ha diritto di recedere senza penalità e senza spese di chiusura e di ottenere, in sede di liquidazione del rapporto, l'applicazione delle condizioni precedentemente praticate. Le variazioni per le quali non siano state osservate queste prescrizioni sono inefficaci se pregiudizievoli dei diritti del consumatore. Le variazioni dei tassi dipendenti da scelte di politica monetaria devono operare sia sui tassi debitori sia sui tassi creditori.

Ipoteca addio

Grazie al decreto del ministro Bersani si può cancellare l'ipoteca del mutuo che si è finito di pagare senza che questo comporti più il ricorso alla figura del notaio. È l'istituto di credito che, entro trenta giorni dall'estinzione del mutuo, deve comunicare alla Conservatoria dei registri immobiliari, che provvederà d'ufficio a togliere l'ipoteca stessa. Per i vecchi mutui già estinti e per i quali non sia stata ancora cancellata l'ipoteca, il cittadino può usufruire della nuova procedura richiedendo all'istituto finanziario la quietanza di avvenuto pagamento con lettera raccomandata.

L'INIZIATIVA

Lombardia, l'unione fa la forza Sei associazioni in un'unica sigla

Essere più incisivi nelle azioni di tutela dei cittadini e convogliare gli sforzi verso obiettivi comuni. Queste le finalità del Ccd - Coordinamento consumatori lombardi, un organismo attivo dal 20 marzo scorso per volere di sei associazioni di consumatori tra le più attive della Lombardia. Assoutenti, Cittadinanzattiva, Confconsumatori, Movimento Consumatori, Movimento Difesa del cittadino e Unione nazionale consumatori per la prima volta hanno unito competenze, autorevolezza e strumenti per rappresentare al meglio e nella loro interezza i cittadini consumatori, soggetti sempre più al centro delle politiche economiche e sociali.

Una parte del movimento consumérista lombardo, dopo anni di collaborazione, ha preso atto della necessità

Nel dettaglio

I soggetti in campo

Assoutenti
www.assoutenti.it
Cittadinanzattiva - onlus
www.cittadinanzattiva.it
Confconsumatori
www.confconsumatori.com
Movimento Consumatori
www.movimentoconsumatori.it
Movimento Difesa del cittadino
www.mdc.it
Unione nazionale consumatori
www.consumatori.it

rinegoziare i mutui secondo le nuove regole contenute nell'accordo.

Per agevolare la concorrenza nel settore bancario, il ministro dello Sviluppo economico, Bersani ha istituito la portabilità del mutuo, che consiste nella possibilità di trasferire il vecchio finanziamento presso la banca con cui se ne stipula uno nuovo, senza perdere i benefici fiscali previsti per la prima casa.

«La legge Bersani», ha dichiarato il presidente Antitrust, **Antonio Catricalà**, «aiuta veramente chi ha bisogno e crea concorrenza dove serve. Il settore bancario presenta un tasso di mobilità del 7,7%, più basso che nell'Rc auto dove è all'8%. Siamo di fronte a mercati completamente ingessati».

(A.C.)

www.concorrenzaediritti.it
info@concorrenzaediritti.it
numero verde 800.913514

di rendere sempre più efficaci, qualificate e compatte le azioni a favore dei cittadini e degli utenti. Gli strumenti messi a disposizione dalle associazioni sono molti e sono stati studiati per offrire un servizio il più soddisfacente e il più completo possibile: sei dirigenti regionali, numerosi collaboratori altamente specializzati, più di 100 consulenti di supporto, sportelli aperti al pubblico su tutto il territorio regionale lombardo, iniziative di informazione e di formazione, collaborazione diretta con le istituzioni e con i gestori dei servizi pubblici.

Il Coordinamento consumatori lombardi è guidato dai presidenti regionali delle singole associazioni ed è rappresentato a turno da uno di essi.

Ciascuna associazione mantiene comunque il proprio statuto e la pro-

Mutuo portatile

L'altra importante novità in materia di mutui che permette al consumatore di cercare forme di finanziamento più vantaggiose è costituita dall'abolizione delle penali nei casi di estinzione anticipata. L'abolizione delle penali riguarda i mutui stipulati dalla data del 2 febbraio 2007 in poi. Per i mutui contratti prima di questa data, l'Abi e le associazioni dei consumatori con un accordo, al quale la legge attribuisce efficacia "erga omnes", hanno stabilito la misura massima dell'importo della penale dovuta per il caso di estinzione anticipata o parziale degli stessi. Gli istituti non potranno rifiutarsi di

Leggere per crescere

Il lupo cattivo resti cattivo

«**F**u così che Cappuccetto Rosso incontrò un lupo vegetariano...». Finale impossibile e incredibile? Non per tutti. Sono sempre di più i genitori che decidono di modificare le storie e i personaggi rendendo innocui i malvagi per evitare di spaventare il bambino troppo piccolo. Ecco, allora, nascere racconti improbabili e confusi di «lupi che non toccano la carne», «streghe senza denti» e «orchii giocherelloni». Ma è davvero utile presenta-



re ai bambini personaggi delle fiabe modificando il loro ruolo "tradizionale" di cattivi? Gli esperti dicono di no. La presenza nelle favole di protagonisti con caratteri ben definiti, come la fata e il lupo, può essere d'aiuto al bambino per proiettare all'esterno i propri timori e le proprie paure. Cancellare o modificare lo status del "cattivo" di turno, rendendolo un "buono" a tutti gli effetti, può causare difficoltà nel gestire le emozioni del piccolo e nel suo futuro rapporto con il mondo esterno. Togliere al lupo di Cappuccetto Rosso lo "status" di cattivo, come istintivamente fanno mamma e papà quando trovano una situazione minacciosa, può essere molto rischioso per il bambino.

Per mamma e papà, quindi, «in medio stat virtus»: ovvero non bisogna eccedere con l'istinto di protezione del genitore nei confronti del figlio. Le emozioni del bambino possono essere traslate e interpretate anche attraverso le pagine di un libro, che offrono la possibilità di dare un senso al mondo interiore del più piccolo e alla realtà che lo circonda. L'istinto di protezione del genitore, in questi casi, deve lasciare posto al necessario e graduale incontro con l'esterno, ricordando che il lupo è "nato" per rappresentare il "cattivo", mentre non eserciterebbe alcun ruolo all'interno del panorama fiabesco se fosse buono. La successione degli eventi narrati nella fiaba rappresenta, anche se in maniera edulcorata, il cammino che una persona deve eseguire per arrivare alla completa maturazione, fornendo soluzioni a problemi reali. Meglio, dunque, che il bambino sia preparato a riconoscere i "lupi", sapendo che non sono esattamente buoni ed affidabili, e che sappia come questi animali, nella stragrande maggioranza dei casi, possono «perdere il pelo, ma non il vizio».

Ilaria Piubelli

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)

Info: tel. 02.83241893.

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 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

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

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. Iscrizione semplice e gratuita. E puoi decidere di cancellarti in ogni momento.





Sostieni il nostro impegno per i diritti dei viaggiatori in treno.

Firma il tuo 5x mille

I treni trasportano attese, speranze, impegni. Valori ed emozioni. I treni trasportano persone. Qualcuno non se n'è accorto. **Noi sì.** L'orario preciso è un diritto. L'igiene è un diritto. La climatizzazione è un diritto. L'arredo intatto è un diritto. Un treno sicuro è un diritto. Il rimborso in caso di ritardo è un diritto. La certezza del posto è un diritto. Quando acquistiamo un biglietto ferroviario acquistiamo questi diritti. Se sei un viaggiatore, impara a conoscere i tuoi diritti, **rivolgiti al Movimento Consumatori.**



**MOVIMENTO
CONSUMATORI**

Insieme per una società responsabile

Da ritagliare e consegnare a chi compila il tuo Modello 730 o la tua dichiarazione Unico. Se hai solo il Cud e non fai la dichiarazione dei redditi trovi la scheda del 5 x mille alla fine del Cud stesso con le indicazioni per la consegna in banca, in posta o ad un intermediario abilitato.



Il contribuente può destinare la quota del 5 x mille apponendo la propria firma e indicando il codice fiscale 97045640154 del Movimento Consumatori, come a lato riportato, nel primo degli appositi riquadri che figurano sui modelli di dichiarazione. La scelta di destinare il 5 x mille a Movimento Consumatori non esclude la destinazione dell'8 x mille allo Stato o alle Istituzioni religiose

SCELTA PER LA DESTINAZIONE DEL CINQUE PER MILLE DELL'IRPEF (in caso di scelta FIRMARE in UNO degli spazi sottostanti)

<small>Sostegno delle organizzazioni non lucrative di utilità sociale, delle associazioni di promozione sociale e delle associazioni riconosciute che operano nei settori di cui all'art. 10, c. 1, lett a), del D.Lgs. n. 460 del 1997</small>		<small>Finanziamento agli enti della ricerca scientifica e della università</small>	
FIRMA	<i>Mario Rossi</i>	FIRMA
Codice fiscale del beneficiario (eventuale)	97045640154	Codice fiscale del beneficiario (eventuale)
<small>Finanziamento agli enti della ricerca sanitaria</small>			
FIRMA		
Codice fiscale del beneficiario (eventuale)		