



Dossier

Intervista
a Ovidio Marzaioli,
vicesegretario MC

Pag. 5



Bollette

Maxi conguagli:
il parere
di MC

Pag. 7



Equivalenti

Le risposte
del medico ai
quesiti dei cittadini

Pag. 10



Rubriche

Notizie,
campagne,
informazioni utili

Pag. 8/11

Consumers' magazine

il mensile dei consumatori



ottobre 2017

Anno 09 N. 08

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

DOSSIER

Legge Concorrenza: le novità

Il secondo governo Prodi (2006/2008) è ricordato anche per la stagione delle prime liberalizzazioni, note come "lenzuolate", dalla definizione che ne diede l'allora ministro dello Sviluppo economico, Pier Luigi Bersani.

In quel periodo, in particolare con le leggi 248/2006 e 40/2007, vi fu il tentativo di aprire alcuni settori economici ad una maggiore concorrenza, nella convinzione che ciò avrebbe portato vantaggi sia ai consumatori, sia alle piccole imprese.

Il successivo governo Berlusconi (2008/2011) proseguì l'opera di liberalizzazione dei mercati, in particolare dell'energia e delle telecomunicazioni, accentuandone la tendenza alla privatizzazione con la L. 99/2009, nota come "legge Concorrenza".

dossier
segue a **pagina 2**



una buona notizia...

Olio. Quantità in calo, ma qualità al top

Sono in arrivo 320 milioni di chili di olio di oliva made in Italy del nuovo raccolto che risulta in calo dell'11% rispetto alla media produttiva dell'ultimo decennio anche per effetto dell'andamento climatico anomalo. E' quanto afferma la Coldiretti: "L'Italia mantiene tuttavia saldamente il primato europeo della qualità negli oli extravergini di oliva a denominazione di origine e indicazione geografica protetta (Dop/Igp)".

...e una cattiva

Green economy. Interessa alla gente, non alla politica

Cittadini interessati alla green economy, mentre i politici non ne parlano quasi mai. E' quanto emerge da due ricerche, una dell'OSA-Osservatorio Sviluppo Sostenibile e Ambiente nei Media, realizzata per la Fondazione per lo Sviluppo sostenibile, e l'altra di Demetra opinioni, presentate agli Stati Generali della Green Economy 2017, il 7 e 8 novembre alla fiera Ecomondo di Rimini.



editoriale di Alessandro Mostaccio*

Fiscal compact, un trattato da fermare

Questa volta non si parla di un trattato di liberalizzazione del commercio, ma delle regole di "stabilità di bilancio" che l'Europa vorrà definitivamente darsi. Nei prossimi mesi, proprio durante la campagna elettorale per il rinnovo del nostro Parlamento, ci troveremo di fronte al "tema dei temi" nei rapporti con l'Ue. Nuovamente, saremo chiamati a decidere che Europa vogliamo, se quella del rigore e dell'austerità di bilancio, praticata fino a adesso, o una diversa basata sulla crescita e sul lavoro. Nei prossimi mesi il nostro Parlamento (come tutti quelli aderenti) dovrebbe votare se introdurre il Fiscal compact - trattato cui abbiamo aderito nel 2012 e che ci portò a inserire in Costituzione l'obbligo del pareggio in bilancio cui aderimmo con la speranza di poter accedere al fondo Salva Stati (in realtà pagammo 125 miliardi per aderirci e non ricevemmo nulla non avendone mai, fortunatamente, avuto bisogno) - nell'ordinamento giuridico europeo. Il suo articolo 16 prevede, infatti, che al più tardi entro cinque anni dalla data di entrata in vigore, gli Stati aderenti decidano se incorporarne le misure di stabilità economiche previste in maniera definitiva nell'ordinamento giuridico dell'Unione europea.

*segretario generale MC

L'intervista: Guido Pier Paolo Bortoni presidente dell'Autorità per l'energia elettrica il gas e il sistema idrico



Nei confronti del consumatore quali previsioni economiche e non si possono ipotizzare con l'apertura del mercato?

Innanzitutto va spiegato al consumatore che oggi non si intravede la necessità di alcuna nuova apertura del mercato al dettaglio, perché questo è già tutto aperto.

L'ultima liberalizzazione fu infatti compiuta per legge al 1° luglio 2007, con l'accesso al mercato libero dei clienti domestici elettrici (il gas già li prevedeva tutti "idonei" dal 2003) e dal 2011 ad oggi abbiamo avuto un tasso di cambio di fornitore verso il mercato libero che colloca l'Italia ai primi livelli dei Paesi Ue. Come Regolatore abbiamo introdotto tanti strumenti tesi a "capacitare" il maggior numero di consumatori possibile e, ai medesimi, veicolare dal mercato segnali comprensibili sui quali orientare le proprie opportune scelte e "non-scelte".

Oggi, la legge Concorrenza 2017 dispone unicamente un passo in avanti, un impulso nel moto dei consumatori verso il mercato libero, affrontando la parte ancora inerte della clientela tramite la predisposizione di strumentazione innovativa.

segue a **pagina 4**

segue a **pagina 6**

DOSSIER

Legge sulla Concorrenza: le principali novità



Pensioni integrative

La legge sulla concorrenza trasforma di fatto le pensioni integrative in ammortizzatori sociali a spese del tfr, cioè del lavoratore. Infatti, in caso di disoccupazione per almeno due anni, sarà possibile richiedere l'erogazione della pensione integrativa con un anticipo massimo di dieci anni. Inoltre, in mancanza di indicazione della quota minima negli accordi collettivi, il conferimento del tfr maturando si intende al 100%. Non c'entra nulla con la concorrenza, ma ha molto a che fare con la privatizzazione del welfare e con la precarietà del lavoro come condizione ordinaria.

Telecomunicazioni

Le novità riguardano soprattutto il caso di recesso anticipato. La legge 40/2007 (parte della famosa "lenzuolate" dell'allora ministro Bersani) aveva vietato le penali per recesso anticipato, salvo il rimborso delle spese giustificate da costi dell'operatore. Successivamente l'Agcom, con propri atti, aveva regolamentato questi indennizzi a carico del consumatore. La nuova legge recepisce per via normativa l'impostazione dell'Agcom, stabilendo che "in ogni caso le spese relative al recesso o al trasferimento dell'utenza ad altro operatore sono commisurate al valore del contratto e ai costi reali sopportati dall'azienda (...)". Tali spese, con l'analitica composizione di ciascuna voce e la rispettiva giustificazione, dovranno essere rese note al consumatore sia nella pubblicità dell'offerta, sia

in fase di sottoscrizione del contratto, e comunicate preventivamente all'Agcom. Il vincolo non potrà superare la durata di 24 mesi. Il recesso, o il cambio gestore, potrà essere comunicato con le stesse modalità utilizzate per l'adesione all'offerta, e in ogni caso sarà ammessa la comunicazione per via telematica. In caso di servizi in abbonamento offerti da soggetti terzi, il gestore non potrà effettuare l'addebito senza prima avere acquisito la prova del previo consenso del consumatore. In caso di chiamate a numerazioni con servizi a pagamento, la tariffazione potrà iniziare solo dalla effettiva risposta dell'operatore, con esclusione, quindi, del tempo di attesa. La legge ha inoltre aumentato le sanzioni applicabili dall'Agcom agli operatori, portando il massimo edittale da 580.000 a 1.160.000 euro, tetto che appare ancora inadeguato ad una efficace azione dissuasiva.

Notifica degli atti giudiziari

Dal 10 settembre 2017, è abrogato lo storico monopolio di Poste Italiane per la notifica degli atti giudiziari e delle sanzioni per violazione del Codice della strada. Tuttavia, l'Agcom, entro il 27 novembre, sentito il Ministero della Giustizia, dovrà determinare i requisiti di affidabilità, professionalità e onorabilità per il rilascio delle licenze relative ai servizi di notifica.

Servizi di assistenza clienti

Banche, assicurazioni e società di carte di credito

dovranno assicurare l'accesso telefonico ai servizi di assistenza, anche da rete mobile, a costi non superiori alla tariffa urbana.

Polizze assicurative collegate a mutui e finanziamenti

Banche e intermediari finanziari, se condizionano l'erogazione di un mutuo o di credito al consumo, alla stipula di una polizza assicurativa, sono tenuti ad accettare la polizza che il cliente reperirà sul mercato, purché abbia i contenuti minimi richiesti, senza variare le condizioni.

Se il cliente sottoscrive la polizza proposta dalla banca o dalla finanziaria, ha diritto di recedere dal contratto di assicurazione entro 60 giorni, ferma restando la validità del finanziamento. In caso di polizza obbligatoria, il cliente potrà presentare in sostituzione altra polizza stipulata autonomamente.

Farmacie

E' andata delusa l'attesa di riforma diretta a consentire la vendita nelle parafarmacie dei medicinali di fascia C con obbligo di ricetta (quelli a carico del cittadino). Viceversa, e paradossalmente, la legge sulla concorrenza riduce, anziché favorire, la concorrenza nel settore: una società di capitali potrà essere titolare di un numero illimitato di farmacie sul territorio nazionale, con l'unico limite del 20% del totale di farmacie per ogni regione.

Alberghi

Viene dichiarato nullo ogni patto con cui l'impresa alberghiera si obbliga a non praticare prezzi inferiori a quelli praticati tramite soggetti terzi. In altre parole, i siti web come Booking, Trivago, ecc. non potranno più imporre agli alberghi i propri prezzi di vendita al pubblico. Per i consumatori sarà quindi possibile avere condizioni migliori contattando direttamente l'albergo scelto.

Servizi pubblici locali

Le Regioni devono provvedere entro il 31 dicembre, a rendere obbligatoria l'istituzione di sistemi di biglietteria telematica. I gestori di servizi di trasporto su gomma, rotaia e marittimo, dovranno inoltre predisporre sistemi di rimborso immediato pubblicizzando, durante il viaggio, le modalità per accedere alla carta servizi e le ipotesi che danno diritto a rimborsi o indennizzi, indicandone anche l'entità.

Roberto Barbieri, segreteria nazionale MC

Le vicissitudini della legge

segue dalla prima

L'art. 47 di quella legge stabilì che l'emanazione di una legge sulla Concorrenza dovesse diventare un obbligo annuale, delegando ogni successivo governo a presentare alle Camere "il disegno di legge annuale per il mercato e la concorrenza", "entro 60 giorni dalla trasmissione al governo della relazione annuale dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato" (Agcom).

Dal 2010 al 2014, tale impegno viene totalmente disatteso dai governi Monti, Letta e Renzi.

Solo nel 2015, viene presentato un primo disegno di legge, approvato in prima lettura dalla Camera il 7 ottobre 2015.

Per quasi due anni la discussione non viene calendarizzata al Senato, che approva il testo con modifiche nel maggio 2017. Dopo un ulteriore passaggio alla Camera, la legge viene approvata in via definitiva dal Senato, con voto di fiducia, il 2 agosto 2017, otto anni dopo l'entrata in vigore della norma che prevedeva una legge "annuale".

La tecnica legislativa utilizzata è pessima: violando il dettato della legge del 2009, che prescrive un'articolazione della legge annuale in cinque distinte sezioni, il testo approvato si compone di un solo articolo, con 192 commi senza rubrica.

L'esito complessivo è deludente anche nel merito e si risolve in gran parte in una elusione delle aspettative: nessuna significativa apertura alla concorrenza nei settori assicurativo e bancario, sporadici interventi nel settore delle telecomunicazioni, addirittura un riassetto anticoncorrenziale nel sistema delle farmacie, un'ulteriore spinta alla privatizzazione nel mercato dell'energia.

Il testo completo della L. 124/2017 è reperibile su www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2017/08/14/17G00140/sg.

DOSSIER

Dai risarcimenti alla scatola nera: le nuove norme su RC Auto



“ Il danneggiato ha diritto all'integrale risarcimento del danno”. Questo è il principio fondamentale che viene ribadito nella legge 124 del 14 agosto 2017, nota come legge Concorrenza, approvata dopo circa due anni dalla sua presentazione, e che ha portato diverse novità in materia di RC Auto. Per comprendere la portata della nuova normativa va ricordato che da anni si sono susseguiti i tentativi del sistema assicurativo di sfruttare il risarcimento diretto per imbrigliare contrattualmente i diritti dei danneggiati. In altri termini, siccome a pagare è la compagnia con la quale si è obbligatoriamente assicurati, questa troppo spesso pretende di “regolamentare” il risarcimento, limitandolo, col pretesto che la misura possa essere regolata non dalla legge, ma dal contratto. E nei contratti, a fronte di sconti impalpabili, vengono tuttora inserite inaccettabili limitazioni contrattuali.

Il proliferare delle clausole vessatorie in RC Auto: lo stop della legge Concorrenza
I consumatori hanno più volte denunciato negli incontri con le Autorità di controllo, il proliferare di clausole vessatorie volte a ridurre il risarcimento al danneggiato che abbia deciso di far riparare il proprio veicolo a regola d'arte presso artigiani di propria scelta o addirittura a imporre al consumatore di pagare anticipatamente le riparazioni poiché, a dire delle compagnie, il danneggiato non potrebbe liberarsi del "problema sinistro" consentendo al riparatore di farsi pagare direttamente dall'impresa assicuratrice. Ora la legge Concorrenza ha modificato il Codice delle assicurazioni aggiungendo all'art. 148 il comma 11 bis, norma che ribadisce la facoltà per l'assicurato “di ottenere l'integrale risarcimento delle riparazioni a regola d'arte del veicolo danneggiato”, anche “avvalendosi di imprese di autoriparazione di propria fiducia”.

Inoltre la legge Concorrenza ha riaffermato il pieno diritto del consumatore a cedere ogni incombenza relativa al risarcimento del danno al proprio riparatore di fiducia, prevedendo espressamente al nuovo art. 149 del Codice delle assicurazioni l'ipotesi di cessione del credito a favore del riparatore.

L'intervento dell'Ivass, autorità di settore

I consumatori devono sapere che le imprese assicurative che persistono nell'inserire simili pattuizioni all'interno dei contratti commettono una violazione della normativa del Codice del consumo che all'art. 33 n. 2 lett. t) prevede esplicitamente la vessatorietà di queste limitazioni.

Infatti l'Ivass (Istituto di Vigilanza sulle Assicurazioni) con la propria lettera al mercato del 24 luglio 2017, dopo un serrato confronto con le associazioni dei

consumatori, ha chiarito alle imprese assicurative che, in presenza di simili clausole, provvederà a trasmettere le norme contrattuali di riferimento all'Antitrust, l'autorità competente ad accertare l'illiceità di tali condotte contrattuali.

Il risarcimento delle lesioni gravi

Vittime della strada e consumatori si sono a lungo battuti, affinché non prevalesse la volontà di abbattere i risarcimenti per i danni gravi alla persona o, addirittura, di limitare il risarcimento per i parenti delle vittime dei sinistri mortali.

La legge Concorrenza ha invece ribadito che, in continuità con l'orientamento della Cassazione, il valore dei risarcimenti per i macro lesi che dovrà essere previsto nella nuova tabella unica nazionale, sarà allineato alle tabelle milanesi.

Inoltre, e questa è la novità più significativa, il valore del risarcimento che la nuova tabella dovrà prevedere dovrà essere incrementato in una misura percentuale tale da tenere conto del danno morale. Si è così scongiurato il taglio dei risarcimenti che taluni perseguivano giustificandolo con una pretesa “sostenibilità” del sistema assicurativo.

Scatola nera e testimoni

La parte che nasconde maggiori criticità riguarda l'attribuzione alle risultanze della scatola nera del valore di “piena prova”.

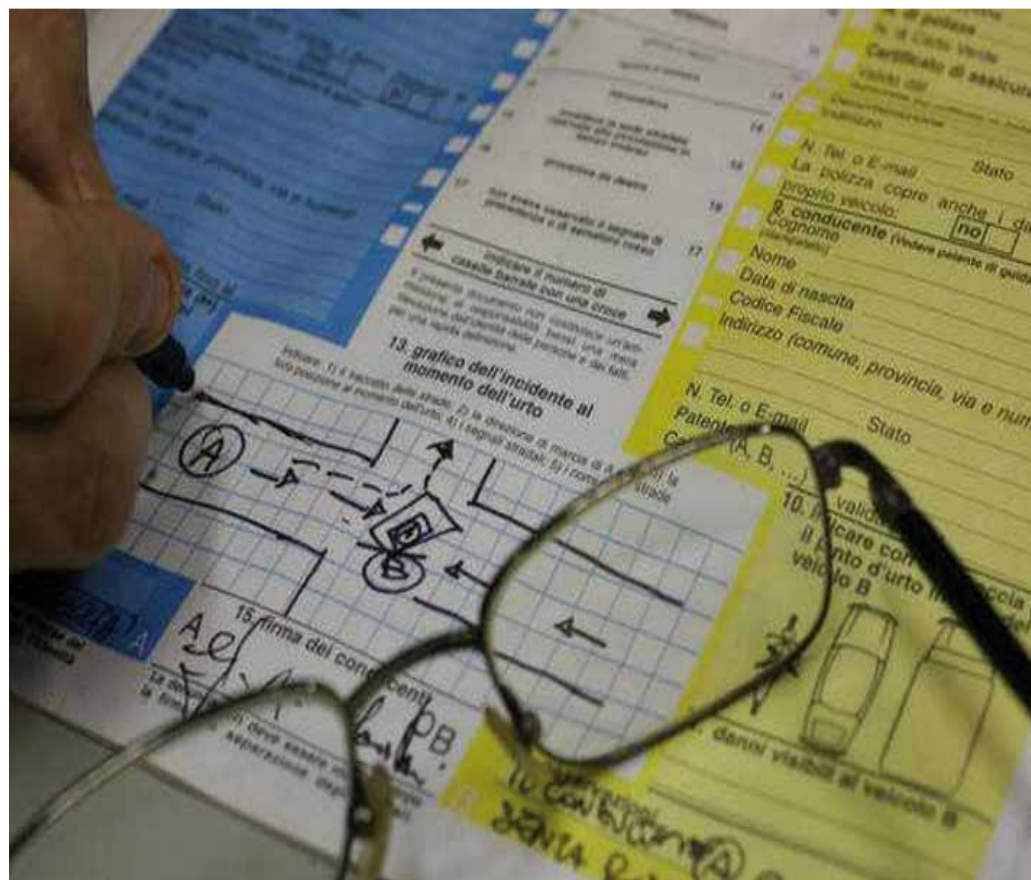
Si tratta di questione complessa che secondo alcuni vorrebbe dire che a fronte di risultanze di uno strumento elettronico non sarebbero ammissibili neanche in caso di prove contrarie.

Questa interpretazione ha già provocato un'eccezione di costituzionalità sulla quale sarà a breve chiamata a pronunciarsi la Corte costituzionale.

Non occorrerà attendere molto per vedere avanti alla Corte anche la normativa sui testimoni, che prevede limitazioni dei diritti delle parti all'interno del processo fatte dipendere da attività svolte fuori dal processo e senza l'assistenza di un avvocato.

La norma infatti prevede che siano inammissibili all'interno del processo le testimonianze rese da soggetti non indicati nella denuncia di sinistro o nella richiesta danni, limitazione incostituzionale che riguarda solo il danneggiato e non l'assicuratore.

Sonia Monteleone, responsabile settore RC Auto di Movimento Consumatori



APERTURA MERCATO ENERGIA: INTERVISTA A GUIDO PIER PAOLO BORTONI, PRESIDENTE AEEGSI

segue dalla **prima**



Il Regolatore ha avuto più volte occasione pubblica di interlocuzione con il Legislatore per suggerire il tipo di strumentazione necessaria a gestire questa fase più matura del mercato al dettaglio.

Ciò sempre nel rispetto di due principi cardine: la tutela “necessariamente” differenziata per i diversi segmenti di consumatori in ragione delle loro propensioni e capacità nell’andare sul mercato dell’energia nonché la dignità e la libertà di scelta del singolo consumatore che sono alla base di ogni nostro strumento regolatorio.

[Questo nuovo impulso verso il mercato quali conseguenze comporterà nell’ambito della tutela specifica dei consumatori?](#)

Come ho detto si tratta di entrare in una fase due del mercato retail italiano.

Una buona parte di clienti (domestici 35%, piccole imprese oltre 50%, medie e grandi imprese 100%) ha già espresso le proprie scelte sul mercato libero e continua a ricercare migliori opportunità rispetto alle proprie esigenze che via via si presentano sotto forma di nuove offerte sul mercato.

Ma l’opera del Regolatore di capacitazione del cliente – che è la prima forma moderna di tutela del cliente – non cessa sia per coloro che hanno già scelto sia per la base clienti rimasti ancora immobili.

In particolare, abbiamo già da alcuni anni cambiato i modi di tutelare il cliente finale riducendo sempre più l’approccio “paternalistico” (quando il Regolatore sceglieva “per conto” del cliente finale) a favore di una dotazione di strumenti nelle mani del consumatore per operare “in proprio”.

A questo proposito vorrei citare tre sviluppi recenti. Il primo riguarda la possibilità di confrontare le offerte tra loro in maniera oggettiva e terza rispetto agli interessi commerciali delle aziende: un’offerta elettrica (denominata PLACET) ad elevatissima comparabilità tra i diversi fornitori (obbligati ad averla in portafoglio) con condizioni contrattuali standard (disciplinate dall’Autorità) a prezzo libero e un “portale di confrontabilità” delle offerte di nuova concezione basato sulle propensioni del cliente.

Il secondo aspetto attiene alla promozione dei gruppi di acquisto, con una disciplina definita dal Regolatore per consentire la gestione di tali aggregati di clienti secondo principi di massima tutela. Il terzo è quello della maggior qualificazione dell’offerta tramite la pubblicazione di un “elenco dei venditori” l’inclusione nel quale costituisce condizione necessaria per operare nella vendita al cliente finale.

[La Digitalizzazione e Internet delle Cose. Quali benefici ci saranno per i sistemi energetici italiano ed europeo?](#)

In questi anni l’energia si è trasformata e collegata, meglio, ha fatto “coesione” e non più semplice “adiacenza” con i due elementi essenziali del mondo moderno: l’ambiente e l’ICT. Oggi, abbiamo un comparto energetico molto più diffuso sul territorio, sempre più partecipato da cittadini ed imprese, sensibile alla propria sostenibilità ambientale e ad intelligenza intrinseca elevata, pronto a cogliere ed essere a sua volta fattore abilitante di nuovi modi di fare energia soprattutto nelle reti e sul lato domanda, favorendo l’emersione delle esigenze e l’emancipazione di quest’ultima. Ma per far sì che questi cambiamenti si traducano in benefici concreti, le opportunità devono essere capite e le esigenze adeguate alla velocità oggi necessaria, modificando e introducendo gli opportuni strumenti per gestirle. Il Regolatore italiano è in prima linea con iniziative e riforme che assecondano questo nuovo paradigma. Una per tutte, la seconda generazione dei sistemi di smart metering che contribuirà agli obiettivi di efficienza energetica ed empowerment del consumatore finale, e allo sviluppo di servizi innovativi e modelli di business che favoriranno in primis i consumatori.

APERTURA MERCATO ENERGIA: INTERVISTA A OVIDIO MARZAIOLI, VICE SEGRETARIO GENERALE MC



Nei confronti del consumatore quali previsioni economiche e non si possono ipotizzare con l'apertura del mercato?

La cancellazione del mercato tutelato, fissata al luglio del 2019, deve avere come cardini conseguenti due principi: la tutela del consumatore tout court e una regolazione virtuosa e attenta.

Il primo cardine resta il principio dal quale non prescindere, sia nell'accezione più larga (difesa dei diritti e tutela della parte debole dei contratti di somministrazione) sia in quella ristretta, riguardante tutte le misure a difesa del consumatore in difficoltà economica (fuel poverty) che parte dall'allargamento delle previsioni dei bonus gas e elettricità, nonché l'introduzione di quello idrico sino alle politiche economiche di sostegno e di inclusione.

L'altro punto riguarda le regolazioni e il controllo del mercato da parte dell'Autorità e a questo proposito è chiaro che la data di luglio 2019 non può significare apertura di una sorta di "far west legalizzato" dove il più furbo e il meno corretto vince e, pertanto, il legislatore in primis e il regolatore di conseguenza dovranno agevolare il passaggio al mercato libero attraverso politiche incentivanti, buone prassi con previsioni di premialità e di converso sanzioni a chi non si adegua correttamente.

Quindi, in sintesi, bisogna rendere il mercato energetico un ambito in cui le offerte possano essere adeguate alle necessità del consumatore e soprattutto aperte a tutte le innovazioni tecnologiche utili, allo scopo di proporre un modello di mercato equo e economico per il consumatore che sia orientato nella sua nuova visione dai corpi intermedi, a partire dalle associazioni di consumatori come realistica intermediazione tra mercato e utente finale.

Questo nuovo impulso verso il mercato quali conseguenze comporterà nell'ambito della tutela specifica dei consumatori?

Gli strumenti messi a disposizione dall'Aeegsi e le esperienze che le associazioni di consumatori hanno accumulato dal 2007 ad oggi ci permettono di sentirci abbastanza sicuri di una sempre crescente tutela dei consumatori.

In particolare, il ruolo degli sportelli territoriali delle associazioni hanno permesso una correzione crescente delle distorsioni che un mercato così ampio di imprese di vendita inevitabilmente comporta. L'attenzione dovrà essere ulteriormente ampliata nel momento in cui non esisterà più il "venditore faro", rappresentato finora dal mercato tutelato e in ciò sarà determinante il grado di formazione degli sportelli delle AACC.

Il Movimento Consumatori sta già rafforzando la propria capacità di formazione degli sportellisti e conciliatori sia con i programmi stabiliti dall'Autorità sia con

propri focus e approfondimenti per dare al consumatore il miglior servizio possibile e renderlo sempre più efficiente.

Infine, dal lato offerta, il mercato dovrà essere il più trasparente e chiaro possibile e far emergere tra le imprese quella che sarà in grado di dare maggiore attenzione all'utente sia sotto il profilo economico sia di sostenibilità consumeristica della propria offerta cioè quella che sarà più attenta alle tematiche ambientali e sociali. Per esempio, tra due società che offrono condizioni economiche equivalenti il consumatore sarà invogliato a scegliere quell'offerta che utilizzerà energia prodotta da fonti rinnovabili e non fossili e che impiegherà la propria politica di responsabilità sociale d'impresa per programmi d'intervento sociali.

Questo circolo virtuoso non è un libro dei sogni, è la forza di scegliere e di attivare la miglior cultura sociale, in una parola "sviluppo sostenibile dei mercati".

La Digitalizzazione e Internet delle Cose. Quali benefici ci saranno per i sistemi energetici italiano ed europeo?

Partiamo da un concetto di base per rispondere a questa domanda, il consumatore se ben informato e formato sceglie il meglio in termini tecnologici e economici. Può sembrare ovvio, ma nella realtà dei fatti non lo è, infatti molte volte le scelte del consumatore sono il risultato di spinte motivazionali irrazionali e superficiali.

Da queste semplici osservazioni emerge l'importanza di un'informazione precisa e trasparente, ad esempio, in tema di tecnologia applicata alle offerte energetiche e qui si evidenzia ancora una volta la necessità di una nuova generazione di informatori terzi, preparati e neutri in grado di "consigliare" il consumatore nelle scelte più consapevoli e performanti per le proprie esigenze.

Parlare di smart metering o di misure effettive e non stimate, di conguagli e altro non deve essere uno sfoggio di conoscenza, ma di una reale applicazione al singolo contratto delle vere esigenze di consumo dell'utente.

L'utilizzazione dei nuovi sistemi di misura che saranno dati dall'applicazione dei nuovi smart meter di seconda generazione, se ben gestiti, potranno permettere una profilazione della propria capacità di consumo e, quindi, una scelta del proprio contratto al di là e al di fuori di pubblicità ingannevoli e offerte civetta, perché sarà lo stesso consumatore a saper scegliere.

Ma ritorniamo alla domanda iniziale, il consumatore è consapevole delle nuove tecnologie e sa scegliere?

Se la risposta è no, si dovrà dare un nuovo ruolo alle associazioni di consumatori e ai propri operatori come consapevoli e neutrali coadiutori nelle scelte da effettuare, l'intermediazione delle AACC acquisisce, quindi, nuove forme e nuovi scenari si aprono rispetto alla funzione sociale di queste associazioni.



DOSSIER

Energia e gas: le offerte per i gruppi di acquisto



L'art.29 (Promozione delle offerte commerciali di energia elettrica e gas a favore di gruppi di acquisto) del testo definitivo del ddl Concorrenza approvato in Parlamento, seppure in forma sintetica, apre una nuova fase dell'offerta di vendita dell'energia e del gas al consumatore e al suo nuovo ruolo nel mercato anche in forma attiva e aggregata.

Risultano molto interessanti le conseguenze possibili che emergono dalla lettura della norma sia sul lato "offerta" sia su quello "acquisto" in quanto si potranno iniziare a parcellizzare le offerte mirandole in base alle abitudini di consumo del cittadino (anche nella sua forma aggregata in gruppo di acquisto) soprattutto a seguito dell'introduzione sempre più marcata degli "smart meter" di seconda generazione, cioè quei misuratori in grado di fornire i dati di consumo in tempo reale.

Gli smart meter, se gestiti realmente nell'interesse del consumatore e quindi fornendo ad esso pieno accesso ai dati, rappresentano un passo importante verso quel processo di piena capacitazione del consumatore, ossia la piena comprensione e consapevolezza del sistema rispetto al suo ruolo di fruitore dei servizi, da tempo auspicata e sostenuta fortemente dalle associazioni dei consumatori. Ma questo aspetto dell'intervento normativo, seppur interessante, è meno importante rispetto alla straordinaria occasione che si prospetta per il consumatore consapevole e capacitato che, oltre a vedersi riconosciuto un ruolo attivo nella gestione del dato di misura, ha la possibilità di aggregarsi in forme riconosciute (anzi favorite) per l'acquisto energetico.

Come dettato dal testo, nei 90 giorni successivi all'approvazione l'Aeegsi delibererà le linee guida per la promozione delle offerte per i gruppi di acquisto, si apre quindi fattivamente la prospettiva per i consumatori di essere protagonisti nelle scelte e nell'orientamento del nuovo mercato energetico nel quale le associazioni di consumatori rivestiranno un ruolo strategico non solo nel consueto iter di informazione, di assistenza e di tutela, ma anche nel favorire

le forme aggregative attraverso una consapevole intermediazione tra consumatore e mercato.

Nello scenario che va a delinearsi, MC intende rivestire un ruolo attivo e incisivo nella creazione di gruppi d'acquisto sia omogenei sia disomogenei (cioè con consumi simili o assolutamente diversificati) e nella gestione consapevole, e soprattutto sostenibile, degli stessi con politiche di inclusione e di attenzione ai problemi del mercato per le popolazioni più deboli, come nel caso di morosità e beneficiari di bonus gas ed energia elettrica, non tralasciando la problematica del servizio idrico integrato e dell'ambiente.

 editoriale di Alessandro Mostaccio

Fiscal compact, un trattato da fermare

segue dalla prima

Il che significa che si deciderà definitivamente se rendere imperativo l'impegno di abbattere il debito pubblico al 60% del Pil in venti anni. Non si tratta quindi solo più di non spendere maggiormente di quello che entra, ma di trovare decine di miliardi l'anno per abbattere il debito pubblico (e nel nostro caso più che dimezzarlo) in una marcia forzata ventennale.

Ebbene, per l'Italia significherebbe condannare a venti anni di rigore assoluto (e forse insostenibile) il nostro Paese. Considerato che veniamo da più di dieci anni di crisi, è difficile poter pensare di centrare questo obiettivo puntando ad aumentare il denominatore di questo rapporto, aumentando di quattro o cinque volte il nostro prodotto interno lordo. Ultimamente anche i più ottimisti dopo dieci anni di Pil sotto l'1% lo possono stimare al massimo in un 2%. Questo significa, che per centrare l'obiettivo dovremo agire sull'abbattimento del debito. Un debito che da 132% sul Pil dovrebbe arrivare al 60%, quindi scendere di 72 punti in venti anni e quindi di più di 3 punti di media all'anno. Questo vuol dire che dovremmo trovare circa 2000/2500 miliardi di euro in venti anni. Semplicemente, promettere che ogni anno taglieremo il nostro debito pubblico di 50/100 miliardi, comporterebbe condannare l'Italia a venti anni di ulteriore e ancor più intensa recessione e autorizzare per legge ogni pratica legislativa di macelleria sociale. Uno scenario tragico, così come lo sarebbe ancor di più quello di un'Italia che nel giro di pochi anni non riesce a onorare i propri impegni e viene prima messa sotto infrazione e poi "commissariata", stile Grecia.

Visto che questi due scenari sono ancora evitabili, è il momento di gridarlo con forza. Entro quest'anno, il Fiscal compact sarà sottoposto al vaglio di tutti i parlamenti nazionali dei Paesi dell'Unione al fine di legittimarlo, inserendolo nei trattati Ue. Suoniamo subito la campana di allarme su questo patto scellerato e irrealizzabile che abbiamo sottoscritto. Da subito, almeno iniziamo a sottoscrivere l'appello al Parlamento italiano "Stop Fiscal compact" promosso da Attac Italia, cui stanno aderendo moltissime associazioni e singoli cittadini (ci sono anche altre petizioni in corso, come quella di Eureka, ma dobbiamo focalizzare le energie).

Non siamo contro la riduzione del debito pubblico, ma gli automatismi da "ragionieri" non sono la strada giusta. Il rispetto di questo principio non può passare da irrealizzabili acrobazie che porterebbero il nostro Paese a cedere sovranità economica e politica e condannerebbero le prossime due/tre generazioni a ulteriori inasprimenti fiscali, tagli al welfare e recessione. Ricordiamoci cosa afferma il guru indiscusso delle teorie neoliberaliste che abbiamo seguito a livello mondiale negli ultimi trenta anni, Milton Friedman: "Il debito pubblico rappresenta lo shock necessario a far diventare politicamente inevitabile tutto ciò che è socialmente inaccettabile". Firmiamo in massa!

Alessandro Mostaccio
segretario generale Movimento Consumatori

BOLLETTE

Maxi conguagli: le proposte di Movimento Consumatori



Il problema dei maxi conguagli, e più in generale della fatturazione in stima e non effettiva cui seguono tardive fatturazioni dei consumi, rappresenta un'annosa questione su cui da tempo si dibatte e che ha condotto alla specifica proposta di legge di iniziativa parlamentare n.3792 a firma Batelli e altri.

La posizione del Movimento Consumatori su questa tematica tanto spinosa e che contrappone i consumatori con le aziende venditrici dei settori energia elettrica gas e idrico, è stata oggetto di un documento presentato in audizione parlamentare a tutela dei consumatori.

Già da tempo la nostra associazione si è prodigata con diversi strumenti, sia di accordo diretto tra le parti (associazioni di consumatori e imprese) sia nelle sedi istituzionali (Autorità per l'energia e Ministero dello sviluppo economico) per trovare una modalità di autoregolazione tale da intervenire incisivamente su questa problematica, per la quale più volte si è reso necessario il ricorso alla magistratura al fine di dirimere singole controversie e anche dubbi interpretativi sull'applicazione, nell'ambito dei contratti di somministrazione, di istituti giuridici, come la prescrizione che vengono bellamente superati con interpretazioni "creative" da parte delle aziende di vendita.

Al riguardo è bene precisare che i crediti di somministrazioni di energia elettrica e gas, e in genere quelli che riguardano "tutto ciò che si deve pagare periodicamente ad anno o in termini più brevi", si prescrivono nel termine di cinque anni, secondo quanto dettato dall'art. 2948, n. 4 del Codice civile.

Nel caso specifico delle bollette di energia elettrica, gas o idrico il contratto è caratterizzato dal fatto che le prestazioni, che ne costituiscono l'oggetto, si effettuano ad intervalli periodici o continuativamente costituendo il "rapporto di durata".

Come confermato dalla Corte di Cassazione non corrisponde certamente al vero, quanto sostenuto da alcuni fornitori anche in sede di conciliazione o di fronte alla magistratura ordinaria, che la prescrizione decorre dal momento in cui è emessa la fattura di conguaglio, con ciò spostando a loro piacimento il termine da cui decorre la prescrizione e consentendo così di richiedere i conguagli anche dopo dieci o più anni.

In realtà, secondo quanto appena esplicitato, la prescrizione inizia a decorrere dal giorno in cui può essere fatto valere il diritto, in altre parole, dal momento in cui

il fornitore, per il tramite dei lettristi della società di distribuzione dell'energia, può eseguire la lettura dei consumi sul misuratore; è questo il momento in cui, rilevati consumi superiori a quelli addebitati in acconto sulla base di letture stimate, il fornitore può pretendere il pagamento del conguaglio. Pertanto, è da questo momento, data in cui il credito diventa esigibile, che decorre la prescrizione quinquennale e non dalla data di emissione della fattura.

Quello che risulta quindi importante è fissare regole chiare e certe sulla questione "lettura e fornitura del dato di misura da parte del distributore e della relativa gestione del dato da parte del venditore".

Al riguardo si pone un ulteriore dubbio circa l'inefficiente applicazione di uno strumento specifico, istituito dall'autorità regolatoria e gestito dall'Acquirento Unico, e realizzato a seguito di ingenti investimenti che ricadono sui costi della bolletta elettrica denominato SII (Sistema Informativo Integrato).

In parole semplici, una centrale dati unica e complessa che, se impiegata in maniera efficiente e trasparente, è in grado di fornire in tempo reale tutti i dati, anche di misura, sulle utenze.

Nel settore idrico regolato anch'esso dall'Autorità per l'energia i conguagli appaiono più una presa d'atto dell'incapacità di misura da parte del gestore che di una particolare carenza normativa-regolamentare e, di conseguenza, escono fuori conteggi e conguagli di ogni tipo.

L'intervento dell'Aeegsi resta sempre un punto di compromesso e di cautela che non ha certo favorito la soluzione condivisa delle partite aperte con i venditori, unici interlocutori del consumatore, rendendo in tal modo farraginoso sia la fase pre-reclamo sia quella pre-contenzioso.

Entrando nel merito del tema, il conguaglio può essere definito come un'operazione che tende ad aggiustare situazioni squilibrate, come nel caso di rettifiche di consumi di gas e elettricità e consumi idrici precedentemente stimati, di conseguenza la fattura di conguaglio è il documento contabile che si è generato a seguito dell'effettiva verifica dei consumi dell'utenza ma, quando tale verifica viene effettuata in tempi successivi all'effettivo consumo, può generare un effetto moltiplicatore che, a seconda del tipo di consumo dell'utenza, dà luogo a importi fatturati non sostenibili (maxi conguagli).

Va da sé che i maxi conguagli, invece di risolvere situazioni critiche, le aggravano fino a esasperarle con il rischio in alcuni casi di condurre al default finanziario familiare o aziendale.

Muovendo da queste considerazioni, Movimento Consumatori ha presentato dei precisi emendamenti alla proposta di legge n.3792 in esame che vertono sui seguenti punti chiave:

- individuazione di una precisa definizione della nozione di conguaglio nel contesto specifico della norma, per evitare interpretazioni ingannevoli da parte degli operatori del settore e distinguerlo da ulteriori casistiche in cui si profila l'addebito contestuale di più periodi;

- cancellazione di qualsiasi possibile deroga ai principi generali che riducono le tutele previste dal Codice del consumo e dalle normative di derivazione europea anche attraverso il corretto ed efficace;

- utilizzo a pieno regime del Sistema Informativo Integrato dell'Acquirento Unico.

Consumers' approfondimenti

PARLIAMONE



Stazioni ristrutturate... ma senza sale d'aspetto

di Gustavo Ghidini*

Le nostre stazioni ferroviarie hanno subito negli ultimi anni diverse trasformazioni.

Sia quelle periferiche sia le grandi stazioni degli snodi fondamentali della rete, si pensi a Milano, Firenze, Roma, Bologna, sono state o stanno per essere "ristrutturate".

Per alcune, quelle periferiche, la ristrutturazione molto spesso è consistita nel cambio del cartello con il nome della stazione. Per quelle "maggiori" invece gli interventi sono stati ingenti. Scale mobili, terrazze e soprattutto negozi. Le principali stazioni si sono trasformate in veri e propri centri commerciali di lusso.

Sono migliorati gli ambienti e sono stati ripensati anche i percorsi degli utenti che vengono guidati attraverso i negozi per arrivare al binario.

La scelta può essere considerata positiva o negativa, ma di fatto è una scelta imprenditoriale.

Quello che invece non può essere lasciato alla scelta

imprenditoriale è l'aver abolito le sale d'aspetto. Il fatto è che per far posto ai vari negozi, sono stati sacrificati del tutto gli spazi protetti per il pubblico. Per cui al caldo torrido estivo o al gelo invernale, migliaia di viaggiatori bivaccano con grande scomodità e poco decoro incolpevole. A meno che non siano i frequenti travellers dell'alta velocità, con tessera di accesso alle sale vip di Frecciarossa e Italo...

Questo aspetto non può essere lasciato alla scelta o al buon cuore imprenditoriale, che in questo caso non dà segni di vita. Allora è bene chiedere con forza che ogni futura estensione degli spazi espositivi sia bilanciata da idonee sale d'aspetto. Come in edilizia, anche in questo ambito servirebbero gli oneri di urbanizzazione. Anzi, oneri di civilizzazione.

*presidente Movimento Consumatori

* Domande e risposte

Io e mio marito siamo partiti in viaggio di nozze per un villaggio nel Messico, scelto su di un catalogo "all inclusive" per la bellezza delle sue spiagge. Arrivati sul posto abbiamo scoperto che in quel periodo dell'anno la spiaggia subisce un'invasione di alghe che, accumulandosi sulla riva, emettono cattivi odori. Il catalogo dal quale abbiamo scelto il viaggio non diceva nulla della circostanza. Abbiamo diritto al risarcimento del danno per "la vacanza rovinata"?

Maria Salvi, Firenze



Risposta a cura di
Alessandro Concordia
Sportello del
Consumatore online

Il "danno da vacanza rovinata" si verifica quando il consumatore non ha potuto godere pienamente della vacanza come occasione di svago e riposo per colpa di chi ha proposto un pacchetto turistico a condizioni diverse dalla realtà. In questo caso si parla infatti di "inadempimento" dell'organizzatore, che per essere risarcibile, deve essere "rilevante". Rilevante vuol dire che l'inadempimento deve essere grave ed aver compromesso irripetibilmente la vacanza. Si deve trattare inoltre di un "pacchetto turistico" cioè di un'offerta "tutto incluso" dove oltre all'alloggio è previsto anche il viaggio o un altro servizio accessorio. Il "danno da vacanza rovinata" risarcisce la lesione psico-fisica, ovvero la "sofferenza", il "dolore", il "patimento" per non aver trascorso un periodo di riposo e relax ed è commisurato al valore del "pacchetto" acquistato. Il "danno da vacanza rovinata" è quindi una conseguenza ulteriore del danno da inadempimento contrattuale che, in questo caso, è collegato ad un'omessa completa informativa da parte del tour operator. In questo caso, ci sono i requisiti per poter richiedere il risarcimento del "danno da vacanza rovinata". Se invece il tour operator avesse avvisato della possibile fenomeno naturale ricorrente invece, non sarebbe stato possibile avanzare alcuna pretesa risarcitoria.

Rivolgiti a:

www.sportello.movimentoconsumatori.it

* CANCELLAZIONE VOLI RYANAIR. AGCM: INFORMAZIONI SIANO CHIARE E ACCESSIBILI SUI DIRITTI DEI CONSUMATORI

L'Antitrust con le misure cautelari deliberate il 25 ottobre nei confronti di Ryanair a seguito delle cancellazioni dei voli operate negli scorsi mesi di settembre e ottobre impone alla compagnia di dare subito ai consumatori informazioni chiare, trasparenti e accessibili ai sensi del Regolamento Ce 261/2004. In particolare, l'Antitrust, anche dopo l'avvio del procedimento istruttorio del 20 settembre, sulla base di ulteriori elementi acquisiti, ha rilevato che la compagnia ha continuato a diffondere in modalità incompleta sia sul proprio sito sia nelle comunicazioni indirizzate ai consumatori, le informazioni sul diritto alla compensazione pecuniaria dei passeggeri italiani che hanno maturato tale diritto a seguito delle cancellazioni dei voli operate da Ryanair. Tale condotta provoca un danno grave ai consumatori, anche tenuto conto del decorso del tempo rispetto al momento in cui l'evento cancellazione massiva si è verificato, ostacolando l'esercizio del diritto alla compensazione pecuniaria da parte dei consumatori che hanno subito disagi. Per questo, l'Autorità ha richiesto a Ryanair - sia attraverso una comunicazione diretta ai consumatori che attraverso informazioni facilmente reperibili già a partire dall'home page del sito in lingua italiana della compagnia - di informare i consumatori, con pari chiarezza, dei diritti nascenti dalla cancellazione dei voli in modo da consentire loro di acquisire piena e adeguata consapevolezza relativamente: al complesso dei diritti spettanti al consumatore a seguito delle cancellazioni, quali il diritto al rimborso e/o alla modifica gratuita del volo cancellato e alla compensazione pecuniaria, ove dovuta; all'elenco completo delle date, delle tratte e del numero (e.g.: FRxxx) di ogni volo cancellato in relazione al quale è sorto non solo il diritto al rimborso e/o alla modifica gratuita del volo ma anche alla compensazione pecuniaria, ove dovuta; alla connesa e immediata fruibilità della procedura da seguire per richiedere il rimborso, la modifica gratuita del volo e la compensazione pecuniaria. Ryanair dovrà comunicare all'Autorità l'avvenuta esecuzione di quanto disposto nel provvedimento di sospensione entro 10 giorni dal suo ricevimento, inviando una relazione dettagliata.

Cancellazione voli Ryanair. MC offre assistenza per le richieste di risarcimento anche online

Gli effetti delle numerose cancellazioni di voli della compagnia Ryanair stanno ricadendo su decine di migliaia di viaggiatori, lasciati a terra in molti casi a ridosso della partenza. Il Regolamento UE n. 2004/261/CE del 11/2/2004 disciplina i tempi e le modalità di comunicazione della cancellazione da parte delle compagnie aeree e i diritti dei passeggeri, ai quali spettano il rimborso del biglietto o la riprotezione su un altro volo e, a certe condizioni, un indennizzo forfettario che non comprenderà solo il costo vivo del biglietto, ma anche i danni patiti a seguito della mancata partenza.

MC offre assistenza ai passeggeri verificando se Ryanair abbia o meno rispettato le regole imposte dal Regolamento e rappresentando alla compagnia le richieste di risarcimento, e lo fa anche mettendo a disposizione dei cittadini, il suo Sportello del Consumatore online www.sportello.movimentoconsumatori.it. Riassumendo...

- la cancellazione del volo comporta sempre, comunque e automaticamente un obbligo a carico della compagnia di rimborso del biglietto o Imbarco su volo alternativo (è riconosciuta la facoltà di scelta del passeggero).

- A ciò si aggiunge, a determinate condizioni, l'obbligo di corresponsione della compensazione pecuniaria, pari a:

- 250 euro per tutte le tratte aeree inferiori o pari a 1 500 chilometri;
- 400 euro per tutte le tratte aeree intracomunitarie superiori a 1500 chilometri e per tutte le altre tratte comprese tra 1500 e 3500 chilometri;
- 600 euro per le tratte aeree che non rientrano nelle lettere a) o b).

Casistica

PASSEGGERO INFORMATO DELLA CANCELLAZIONE ALMENO DUE SETTIMANE PRIMA DELLA PARTENZA

La compensazione non è mai dovuta.

PASSEGGERO INFORMATO DELLA CANCELLAZIONE NEL PERIODO COMPRESO TRA DUE SETTIMANE E SETTE GIORNI PRIMA DELL'ORARIO DI PARTENZA PREVISTO

In questo caso:

- Se Ryanair ha offerto al passeggero di partire con un volo alternativo non più di due ore prima dell'orario di partenza previsto E di arrivare meno di quattro ore dopo l'orario di arrivo previsto: la compensazione non è dovuta;

- Se Ryanair ha offerto al passeggero di partire con un volo alternativo più di due ore prima dell'orario di partenza previsto e/o di arrivare più di quattro ore dopo l'orario di arrivo previsto: la compensazione è dovuta.

PASSEGGERO INFORMATO DELLA CANCELLAZIONE MENO DI SETTE GIORNI PRIMA DELL'ORARIO DI PARTENZA PREVISTO

In questo caso:

- Se Ryanair ha offerto al passeggero di partire con un volo alternativo non più di un'ora prima dell'orario di partenza previsto e di arrivare meno di due ore dopo l'orario di arrivo previsto: la compensazione non è dovuta;

- Se Ryanair ha offerto al passeggero di partire con un volo alternativo più di un'ora prima dell'orario di partenza previsto E/O di arrivare più di due ore dopo l'orario di arrivo previsto: la compensazione è dovuta.

Attenzione: la compensazione può essere ridotta del 50% quando ai passeggeri è offerto di raggiungere la loro destinazione finale imbarcandosi su un volo alternativo il cui orario di arrivo non supera l'orario di arrivo inizialmente previsto:

- di due ore, per tutte le tratte aeree pari o inferiori a 1500 km; o
- di tre ore, per tutte le tratte aeree intracomunitarie superiori a 1500 km e per tutte le altre tratte aeree comprese fra 1500 e 3500 km.

Consumers' notizie

CONSUMI

Manifesto per il consumatore socialmente responsabile: i risultati dell'indagine di MC



IL MANIFESTO DEL CONSUMATORE SOCIALMENTE RESPONSABILE

Il primo apporto di Movimento Consumatori per il raggiungimento, entro il 2030, dei 17 obiettivi delineati dall'Agenda globale per lo sviluppo sostenibile, approvata dalle Nazioni Unite è stato la realizzazione e diffusione di un "Manifesto per il consumatore socialmente responsabile" (attuato nell'ambito del progetto We like, il consumo che ci piace). Uno di questi obiettivi, infatti, è proprio quello di garantire modelli di produzione e di consumo sostenibili.

Il Manifesto (pubblicato sul sito www.movimentoconsumatori.it) è un decalogo per rendere consapevoli i cittadini della loro facoltà di incidere sul cambiamento dei modelli produttivi e economici, grazie alle loro scelte d'acquisto. Il consumatore può scegliere quale modello economico sostenere tramite una rinnovata presa di coscienza e un'assunzione di responsabilità nei confronti della collettività.

Prima dell'elaborazione del Manifesto, per sondare il grado di consapevolezza dei consumatori, è stata realizzata un'indagine su un campione di mille persone maggiorenti residenti in Italia, da cui è emersa - oltre ad una sostanziale pigrizia dei cittadini a portare avanti nel tempo scelte di consumo responsabile e un'attenzione particolare di quasi la metà degli intervistati solo alla qualità del prodotto e al suo prezzo - che le considerazioni etiche nella selezione dei prodotti e dei servizi da acquistare contano molto poco, tanto che solo il 18% del campione dichiara di tenerne conto.

Questo nonostante l'opinione diffusa tra gli intervistati che attraverso le proprie scelte di consumo si possano condizionare i comportamenti delle aziende, spingendole verso una dimensione più etica (72%).

In un'ipotetica scala, secondo il campione è più difficile far cambiare comportamento alla politica che a una multinazionale (52%), mentre le imprese più facilmente condizionabili sono le piccole aziende (76%).

Interessante anche l'analisi di quali siano le componenti etiche prese in considerazione dai consumatori nella valutazione delle imprese e dei loro prodotti: il concetto di responsabilità aziendale si concentra innanzitutto nella responsabilità nei confronti dei lavoratori e, in particolare, nel fatto che si dia loro un giusto e regolare stipendio (56% su risposte multiple).

Al secondo posto, a pari merito (39% su risposte multiple) nella responsabilità nei confronti dei consumatori (producendo prodotti di qualità) e dell'ambiente (non inquinando). In quarta abbattuta nell'attenzione al rispetto dei diritti di chi acquista (33% su risposte multiple).

In questo quadro generale di principi condivisi dai cittadini, ma poi poco perseguiti nelle loro scelte quotidiane si inserisce il Manifesto che ha l'obiettivo - attraverso la sua conoscenza, adesione e condivisione - di rendere partecipi e mobilitare i cittadini, con un impegno che per essere realmente efficace sia costante nel tempo.

"Essere consumatori socialmente responsabili non vuol dire essere intransigenti o moralisti - spiega Alessandro Mostaccio, segretario generale MC - né supereroi che rispettano tutte le 'regole'.

Basta intraprendere un percorso verso la strada della consapevolezza di quanto possano essere determinanti le nostre scelte quotidiane di consumo, per innescare il mutamento da una società dei consumi a una società dei consumatori; certo non è un percorso facile, ma oggi siamo convinti che un concreto cambiamento sia più possibile rispetto al passato".

I cittadini possono condividere il Manifesto e lasciare il proprio commento nella pagina facebook [We like #ilconsumochecepiace](https://www.facebook.com/we.like).

* In evidenza

Trasporto ferroviario. In vigore il nuovo algoritmo per le tariffe sovraregionali. Scattano i rimborsi



Dopo un lungo e puntuale confronto, il Coordinamento delle Regioni ha accolto la richiesta delle associazioni dei consumatori e dei comitati pendolari di modificare, dal 1° ottobre 2017, l'algoritmo di calcolo delle tariffe sovraregionali su base proporzionale rispetto ai Km percorsi in ogni regione attraversata e che comporterà una riduzione dei prezzi degli abbonamenti, anche notevoli, per oltre il 90% dei passeggeri (alcuni esempi sono riportati nella tabella presente sul sito www.movimentoconsumatori.it).

Da tale data e fino a quando, in conseguenza dei tempi tecnici necessari all'adeguamento del sistema informativo di Trenitalia, entrerà materialmente in vigore la nuova tariffa (aprile 2018), i titolari di abbonamento mensile o annuale matureranno il diritto a un rimborso, se dovuto dal conguaglio tariffario, solo esibendo gli abbonamenti per i mesi interessati. Il rimborso verrà erogato con le modalità che verranno a brevissimo comunicate e comprenderà anche una quota per il periodo 1° luglio 2017 - 30 settembre 2017.

Infine, si informano tutti gli interessati che l'algoritmo abolito il 1° ottobre 2017 aveva altresì evidenziato una distorsione tariffaria che, nel corso del tempo, aveva comportato maggiori esborsi per le tratte sovraregionali rispetto a quelle regionali.

Per questa ragione le associazioni dei consumatori hanno chiesto alle imprese ferroviarie di prevedere e attendono di conoscere, entro il mese di novembre, modalità di rimborso degli abbonati anche per il pregresso periodo 1° gennaio 2012 - 20 giugno 2017.



Consumers' iniziative

* Questione di principio (attivo!)



DOMANDE E RISPOSTE SUI FARMACI EQUIVALENTI

Tutti i farmaci equivalenti sono rimborsati dal Servizio Sanitario Nazionale? Come faccio a sapere qual è il farmaco rimborsato?

I farmaci equivalenti sono rimborsati dal Servizio sanitario nazionale alle stesse condizioni con cui sono rimborsati i farmaci di marca.

L'Agenzia Italiana del farmaco (AIFA) organizza i farmaci a brevetto scaduto - originatori e suoi equivalenti - in appositi elenchi, le "liste di trasparenza", consultabili sul sito dell'AIFA e in ogni farmacia.

Per ogni farmaco incluso nell'elenco è riportato il nome commerciale, il principio attivo, la forma farmaceutica, il dosaggio, la confezione, il prezzo, la quota rimborsabile e l'eventuale differenza a carico del

cittadino.

Per ogni categoria omogenea di medicinali, presente nelle liste di trasparenza, viene stabilito un prezzo massimo di riferimento, che rappresenta anche il limite di rimborso, per quella categoria di medicinali, da parte del SSN.

Il significato della lista di trasparenza, oggi, è quello di far conoscere al pubblico non solo quali siano i medicinali equivalenti in commercio a base di ogni singolo principio ma, soprattutto, di informare in merito a quale sia il prezzo di riferimento stabilito, importante da conoscere, perché corrispondente alla quota massima rimborsata dal Servizio sanitario nazionale.

Un farmaco di marca può essere sostituito con l'equivalente?

L'equivalente può essere sostituito con un altro generico?

Che libertà di scelta ha il paziente sulla scelta del farmaco?

Tutti i farmaci riconosciuti come equivalenti dall'AIFA possono essere sostituiti tra loro.

E' dunque possibile sia la sostituzione di un farmaco originatore (di marca) con un equivalente sia la sostituzione tra due equivalenti.

La sostituibilità risponde unicamente all'esigenza di far risparmiare il cittadino. Ecco perché è consentito al farmacista - in mancanza di apposita dicitura "Non sostituibile" del medico nella prescrizione di un farmaco con prezzo più alto del minimo rimborsato - di sostituire il medicinale prescritto con uno a prezzo più basso (equivalente) ed evitare, quindi, che il cittadino paghi la differenza di prezzo per un medicinale di pari efficacia.

Per quanto riguarda la libertà di scelta, le normative italiane non prevedono alcun tipo di prevaricazione.

La scelta della terapia più idonea per il singolo paziente resta affidata al medico la cui libertà prescrittiva è intangibile, potendo indicare nella ricetta la "non sostituibilità" del farmaco prescritto.

Solo se sulla ricetta il medico curante non ha scritto la dicitura "non sostituibile" il farmacista deve proporre al paziente di cambiare il farmaco di marca con un equivalente che è identico al primo, ma meno costoso.

Ma se scelgo il farmaco di marca cosa succede?

Il paziente è libero di rifiutare la sostituzione proposta dal farmacista e scegliere il farmaco originatore eventualmente prescritto dal medico: se tra i due prodotti esiste una differenza di prezzo dovrà pagarla di tasca propria.

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

FOCUS FAIRTRADE

Acquisti consapevoli e di qualità: il consumatore attento premia i prodotti Fairtrade

Secundo il Rapporto Coop 2017, nel post-crisi il consumatore è diventato più attento alla qualità e all'efficienza della propria spesa, propendendo per il migliore mix di acquisti adatto alle proprie esigenze, che sono sempre più indirizzate verso qualità, sostenibilità e consapevolezza. Un riscontro su questa tendenza è attestato dai dati positivi nelle vendite dei prodotti equosolidali certificati, che nel 2016 hanno raggiunto globalmente un valore del venduto pari a 7,8 miliardi di euro, come si legge nel rapporto annuale di Fairtrade International diffuso ad inizio ottobre.

Il sistema di certificazione Fairtrade, nato per ridurre le ingiustizie del commercio internazionale attraverso l'introduzione di pratiche di scambio

più eque nei confronti di contadini e lavoratori dei Paesi in via di sviluppo, negli ultimi tempi ha visto una crescita dei volumi delle vendite, arrivando a quintuplicare i risultati di dieci anni fa e consolidando di fatto la propria posizione nello scenario mondiale del commercio equo.

La crescita ha interessato specialmente alcuni prodotti chiave, che da sempre rivestono un ruolo fondamentale nell'economia dei Paesi a basso reddito: rispettivamente caffè +3%, cacao +34%, zucchero +7%, banane, tè, fiori e piante +5%.

A fronte di questi risultati relativi principalmente alle vendite in Europa, 1,6 milioni di piccoli produttori e lavoratori di America Latina, Asia e Africa parte del Sistema Fairtrade hanno

ricevuto il pagamento di un Prezzo Minimo Fairtrade, tale da coprire i costi medi di una produzione sostenibile, e il cosiddetto Premio Fairtrade, un margine di guadagno aggiuntivo con il quale sono stati realizzati progetti sociali, ambientali e di incremento della produttività. Il Premio Fairtrade nell'ultimo anno ha raggiunto un livello record di 150 milioni di euro.

Parallelamente all'impegno sul piano commerciale per il miglioramento dei redditi dei produttori, Fairtrade ha affiancato i lavoratori nella negoziazione dei salari e ha coinvolto le comunità con iniziative sul campo riguardanti temi fondamentali, quali l'uguaglianza di genere, la lotta al lavoro minorile, il cambiamento climatico e la tutela dei diritti dei lavoratori.

Consumers' magazine
Il mensile dei consumatori

CONSUMERS' MAGAZINE - Periodico mensile
Registrazione del Tribunale di Roma n. 464
dell'8 ottobre 2007

MOVIMENTO CONSUMATORI - ASSOCIAZIONE
via Piemonte, 39/A - 00187 ROMA

Direttore responsabile: Rosa Miracapillo

A cura di Angela Carta e Piero Pacchioli

Progetto grafico: GIPSI Soc. Coop. Sociale ONLUS
via G. Gerlin, 16/8 - 30173 Mestre Venezia

Stampa: CENTRO SERVIZI EDITORIALI S.r.l.
via del Lavoro, 18 - 36040 Grisignano di Zocco

Consumers' news

LE NOTIZIE DEI CONSUMATORI



**MOVIMENTO
CONSUMATORI**

insieme per una società responsabile



**MOVIMENTO
CONSUMATORI**

Consumers' news del 13 luglio 2016



Veneto Banca e Popolare di Vicenza

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

Campagne promosse da MC | Pubblicato il 13.06.2016

» Leggi tutto



Bonus a sapersi

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

Progetti di MC | Pubblicato il 14.05.2016

Iscriviti alla nostra Newsletter Consumers' news

Riceverai ogni settimana aggiornamenti puntuali sulle attività e sulle iniziative di Movimento Consumatori, le ultime news sui consumi e le promozioni, le convenzioni e i servizi offerti dalla nostra associazione. Per iscriverti vai sul sito www.movimentoconsumatori.it. L'iscrizione è semplice e gratuita e puoi decidere di cancellarti in ogni momento.

TUTTI I CITTADINI SONO SOPRATTUTTO CONSUMATORI. TUTTI I CONSUMATORI HANNO DIRITTI

Movimento Consumatori (MC) è un'associazione autonoma e indipendente, senza fini di lucro, nata a Milano nel 1985 dalla passione di alcuni intellettuali.

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

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

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

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

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

diventa socio

Movimento Consumatori si finanzia attraverso la partecipazione a progetti assegnatigli dalle pubbliche istituzioni e attraverso le quote associative. Iscrivendoti a MC nazionale sarai:

TUTELATO: potrai usufruire di un qualificato servizio di consulenza legale in caso di violazione dei tuoi diritti di consumatore recandoti presso una delle nostre sezioni o dialogando direttamente da casa con uno dei consulenti del nostro sportello online (www.sportello.movimentoconsumatori.it)

INFORMATO: riceverai in abbonamento direttamente a casa tua Consumers' magazine, il nostro periodico, per essere sempre informato con notizie dal mondo del consumerismo.

AGGIORNATO: riceverai Consumers' news, la newsletter che ti aggior-

na sulle iniziative di Movimento Consumatori.

Puoi diventare:

Socio sostenitore - quota 35 euro - iscritto a Movimento Consumatori nazionale con diritto alla consulenza legale tramite lo sportello online, all'abbonamento a Consumers'magazine e alla newsletter Consumers' news.

Socio a convenzione - iscritto a Movimento Consumatori nazionale nell'ambito di accordi stipulati con altre associazioni, enti e aziende. Se vuoi conoscere le agevolazioni previste dalle convenzioni attive o sei interessato a sviluppare una partnership con MC scrivi a tesseramento@movimentoconsumatori.it.

Per maggiori informazioni:

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

Telefono 06 4880053

Email: tesseramento@movimentoconsumatori.it.

* Sezioni e sportelli

ABRUZZO

Pescara, tel. 085 297233

BASILICATA

Potenza, tel. 0971 411832

CALABRIA

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

CAMPANIA

Avellino, tel. 0825 626550
Caserta, tel. 0823 1970205
Napoli, tel. 081 7414661

EMILIA ROMAGNA

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

LAZIO

Roma Capitale, tel. 06 39735013
Tivoli, tel. 0774 334270

LIGURIA

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

LOMBARDIA

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

MARCHE

Macerata, tel. 0733 236788

MOLISE

Campobasso, tel. 0874 411086

PIEMONTE

Asti, tel. 0141 557557
Biella-Vercelli, tel. 015 8491179
Bra, tel. 327 3743855
Cuneo, tel. 0171 602221
Torino, tel. 011 5069546

PUGLIA

Andria, tel. 0883 591030
Altamura, tel. 080 3218407
Bari, tel. 329 1237435
Brindisi, tel. 377 2655870
Foggia e provincia, tel. 0882 223774
Lecce, tel. 0832 399128
Molfetta, tel. 340 6085572
Taranto, tel. 391 3312243
Trani, tel. 347 8006116

SICILIA

Caltanissetta, tel. 339 2046198
Mazara del Vallo, tel. 328 3222046
Messina, tel. 090 2137769
Palermo, tel. 091 6373538

TOSCANA

Arezzo, tel. 055 901643
Cecina, tel. 0586 754504
Firenze Nord, tel. 055 4250239
Livorno, tel. 0586 219158
Pisa, tel. 050 41047
Prato, tel. 0574 635298
Piombino, tel. 348 8974227
Versilia, tel. 0584 31811

UMBRIA

Perugia, Tel. 075 5731074

VENETO

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



IL CONSUMO CHE
CI PIACE



Dalla società dei consumi alla società dei consumatori.

Leggi il decalogo promosso da Movimento Consumatori
e aderisci al **Manifesto per il consumatore socialmente responsabile**
Lo sai che anche solo con le tue scelte di consumo puoi fare la differenza?

Visita il sito www.movimentoconsumatori.it



Seguici anche su Facebook
We like #ilconsumocheci piace



**MOVIMENTO
CONSUMATORI**