

Federconsumatori Friuli Venezia Giulia

Iscritta all'elenco delle associazioni dei consumatori e degli utenti rappresentative a livello regionale di cui all'articolo 5 della Legge regionale 16/2004 (DECRETO N° 2489/COM)

Sede regionale: Borgo Aquileia 3/b - 33057 Palmanova (UD)

Tel. e fax 0432 935548 - e-mail: fcnuovo@libero.it

Sito web: www.federconsumatori-fvg.it

Responsabile regionale:	Edo Billa	fcnuovo@libero.it
Resp. organizzazione ed amm.:	Marco Missio	amministrazione@federconsumatori-fvg.it
Coordinatore consulta giuridica:	Marco Valent	consigliuridica@federconsumatori-fvg.it
Responsabile prov. Udine:	Raffaele Alviggi	federcud@tin.it
Responsabile prov. Gorizia:	Silvia Padovani	federgergo@libero.it
Responsabile prov. Pordenone:	Laura Viotto	federconsumatoriipn@libero.it
Responsabile prov. Trieste:	Tullio Turk	federconsumatori.ts@virgilio.it
Responsabile:	Rita Bertossi	federcud@tin.it

ta" (intera giornata di sabato e domenica e dal lunedì al venerdì dalle 18,30 alle ore 8,00 del giorno successivo) che è stata, con incessante determinazione, "impressa" nell'inconscio dei consumatori dalle precedenti manovre operate da Telecom Italia: sono state ben 3 nel corso degli ultimi 12 mesi!! La proposta del gestore aumenta del 212% il costo alle famiglie che finora hanno risparmiato, o meglio, sono costrette a risparmiare, e lo diminuisce del 42% a quelle che già oggi possono permettersi di pagare ben 41,09 cents a minuto.

Federconsumatori, con altre associazioni di consumatori ha fatto presente all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni che la proposta di una "tariffa unica" pari a più del doppio di quella a "tariffa ridotta" valida per le telefonate verso gli altri operatori mobili sfrutta, a danno dei consumatori, l'abitudine ad un consumo più economico nelle ore a tariffa ridotta indotta dalla stessa Telecom Italia e, cosa ancor più grave, priva i consumatori "con maggior difficoltà economiche", della possibilità di poter "scegliere" una tariffa più economica.

Le Associazioni hanno sottolineato le pregiudizievoli e penalizzanti ricadute sulle famiglie ed il fatto che a breve si deve ritornare sul merito della tariffa fisso-mobile verso H3G. Nel dare atto alla Autorità di aver assunto un nuovo atteggiamento nelle relazioni con le Associazioni di tutela dei consumatori, sollecitano l'Autorità a rinviare "a tutela dei consumatori" qualsiasi decisione in merito, senza temere con ciò di procurare alcun danno all'azienda visto che la stessa Telecom Italia afferma che la manovra non comporta alcun aggravio di spesa per la clientela e quindi alcun "ricavo" aggiuntivo per l'azienda!!

NUOVA TRUFFA TRANSFRONTALIERA CHE COLPISCE CHI USA LE ASTE ONLINE

Esiste un nuovo tipo di truffa transfrontaliera che colpisce chi usa internet per promuovere e vendere i propri prodotti e servizi on-line. La truffa in oggetto riguarda il ricevimento di assegni di importo eccessivo a quello previsto e, dato l'elevato livello di sofisticazione, consigliamo vivamente di utilizzare le dovute precauzioni qualora si dovessero ricevere, per transazioni online o da fonti sconosciute, pagamenti dall'estero tramite assegni bancari o circolari. Le truffe avvengono secondo le seguenti modalità:

A. Un acquirente o il suo rappresentante (che potrebbe risiedere all'estero) risponde via email a un annuncio o link su Internet, offrendo di pagare per il prodotto e servizio in vendita mediante assegno circolare o bancario, entrambi di un istituto di credito estero.

B. L'assegno è in genere in valuta straniera. A un occhio inesperto, ma a volte anche all'occhio esperto di un impiegato di banca, l'assegno potrebbe sembrare autentico (a volte lo è ma è legato a un conto aperto e chiuso ad hoc per la truffa e soprattutto è scoperto), completo di filigrana e bollo, ma il suo ammontare è superiore alla somma dovuta. L'acquirente a questo punto, con argomentazioni piuttosto convincenti spiega al venditore il motivo dell'importo più elevato e gli chiede di depositare l'assegno e inviargli la differenza utilizzando un servizio di trasferimento del denaro "person-to-person" invece che tramite il sistema bancario.

C. Se il venditore invia la differenza prima di attendere che l'assegno sia effettivamente pagato, perde il suo denaro.

Per non cadere vittime di questa truffa, è utile osservare le seguenti regole: **1)** Non accettare mai assegni d'importo superiore al prezzo di vendita, per quanto elevato possa essere. Richiedere all'acquirente di emettere un nuovo assegno con l'importo corretto e restituirlo, nel caso si dovesse rifiutare. Non inviare la merce e revocare la prestazione del servizio. **2)** Se possibile conoscere con chi si sta trattando. In qualsiasi tipo di transazione, assicurarsi del nome, indirizzo e recapito telefonico dell'acquirente ed esser molto prudenti nel caso in cui quest'ultimo risieda all'estero. Un indirizzo di posta elettronica non prova il luogo di residenza di una persona. Se non potete confermare i suddetti dettagli, utilizzate metodi alternativi di pagamento. **3)** Considerare un metodo alternativo di pagamento. Come venditore, potete consigliare un bonifico bancario o altri servizi di pagamento, come un servizio di pagamento online affidabile o un servizio point-to-point mediante un intermediario finanziario autorizzato. Usate molta attenzione se l'acquirente insiste nell'utilizzare uno specifico servizio di pagamento. Controllate il sito internet del servizio, leggete i termini contrattuali e la politica a tutela della privacy e nel caso si abbia il minimo dubbio sulla sua affidabilità, non utilizzatelo. **4)** Interrompere immediatamente la transazione se l'acquirente insiste nel richiedere la restituzione della differenza rispetto al prezzo di vendita tramite uno specifico servizio di trasferimento di denaro, senza fornire le sue coordinate bancarie e prima che l'assegno venga saldato.

Marco Missio



FEDERCONSUMATORI
FRIULI VENEZIA GIULIA

RINNOVA LA TUA ISCRIZIONE ALLA FEDERCONSUMATORI.

TESSERAMENTO 2007

Per rinnovare l'iscrizione potete rivolgervi ai nostri sportelli o tramite c/c Postale n° 12489332 intestato a Federconsumatori F.V.G.

Rinnovo iscrizione per 2007: € 11,00.

Rinnovo iscrizione triennale 2007-08-09: € 30,00.

L'iscrizione dà diritto a: • ricevere il nostro periodico regionale "CITTADINO CONSUMATORE" • Consulenza ed assistenza di base gratuite per tutta la durata dell'iscrizione, in tutti i nostri sportelli della regione; • Assistenza legale a costi ridotti e convenienti; • Materiale informativo sulla tutela del consumatore e alla rivista nazionale mensile ROBIN (da ritirare presso i nostri sportelli); • Consulenza ON-LINE; • Partecipare alla vita democratica dell'Associazione; • Beneficiare dei servizi convenzionati dell'Associazione.

Se avete già provveduto all'iscrizione per l'anno 2007, non tenete conto del presente invito.

ANTITRUST: «PIÙ SANZIONI PER TUTELARE I CONSUMATORI»

È di 700 milioni di euro il valore complessivo delle multe inflitte dall'Antitrust negli ultimi dodici mesi e la somma sembra destinata a crescere. Durante il suo intervento al Competition Day di Sofia, in Bulgaria, il presidente dell'Authority Antonio Catricalà ha sottolineato che nel prossimo futuro le sanzioni saranno ancora più pesanti "coerentemente con le nuove linee guida della Commissione europea". Il Garante ha spiegato che, tra gli strumenti a disposizione per agevolare la concorrenza, i programmi di clemenza o le misure cautelari non sono i più efficaci. Ottenere impegni e condotte migliori dalle imprese, ha sottolineato infine Catricalà, è tra le priorità dell'Antitrust, per garantire sia il mercato che i consumatori.

UN EUROPEO SU CINQUE È A DIETA

Negli ultimi dodici mesi un cittadino europeo su cinque, in prevalenza donne, si è messo a dieta con l'obiettivo di perdere peso. Lo rende noto la Coldiretti sulla base dell'ultima indagine Eurobarometro sulla salute e l'alimentazione all'interno della Commissione europea. Dai dati emerge che si "giudica" sovrappeso il 38% degli europei, che ritengono nella quasi totalità (95% dei casi) che questo rappresenti un rischio per la salute. Se è vero che meno del 30% fa attività fisica intensiva, i buoni propositi per il futuro riguardano la volontà di cambiare abitudini alimentari. L'85% dei consumatori, prosegue l'associazione, ritiene che le autorità pubbliche debbano intervenire attivamente contro l'obesità visto che per nove cittadini su dieci è determinata nei

TIROCINI FORMATIVI PER STUDENTI UNIVERSITARI

La Federconsumatori F.V.G. ha sottoscritto recentemente convenzioni per tirocini formativi di studenti per tutte le facoltà dell'Università di Udine e per la facoltà di Giurisprudenza dell'Università di Trieste. La Federconsumatori è interessata in particolare a ospitare studenti di giurisprudenza, di economia, di comunicazione informatica, di statistica e di scienze degli alimenti. Come noto i tirocini formativi, realizzati nell'ambito di specifici progetti, sono utili per crediti formativi e punteggi per la laurea. Tutti gli interessati possono rivolgersi presso le nostre sedi provinciali o regionale oppure inviare una e-mail al seguente indirizzo: fcnuovo@libero.it

bambini anche dalla pubblicità dei prodotti alimentari e delle bevande.

In Europa si stima siano oltre 14 milioni i giovani considerati sovrappeso, 3 milioni dei quali obesi. Le malattie collegate direttamente all'obesità sono responsabili del 7% dei costi sanitari dell'UE poiché, l'aumento di peso è considerato un importante fattore di rischio per problemi cardiocircolatori, diabete, ipertensione, infarto e certi tipi di cancro.

LE TARIFFE DEL ROAMING "SPENGO" IL CELLULARE ALL'ESTERO

"Le tariffe del roaming, ossia i prezzi che si pagano per effettuare o ricevere telefonate dal proprio cellulare quando si viaggia nei paesi dell'Ue, sono ancora troppo elevate". Il commissario Ue alla società dell'informazione, Viviane Reding, torna a fare pressing sugli operatori dimostrando, attraverso un sondaggio realizzato da Eurobarometro, che per l'8% degli europei il costo eccessivo è il principale fattore di freno all'utilizzo del telefonino all'estero. Gli utenti europei di telefonia mobile continuano a pagare tra i 4 e i 6 euro per una telefonata di quattro minuti in roaming all'estero. "Spero che sia l'ultima volta che si debba consigliare ai consumatori di spegnere il cellulare prima di recarsi all'estero" ha sottolineato Viviane Reding ricordando che il regolamento presentato dalla Commissione prevede riduzioni fino al 70% delle attuali tariffe sul roaming. Il testo è attualmente all'esame del Parlamento europeo e del Consiglio. Le conclusioni della relazione sul roaming e un campione aggiornato delle tariffe praticate dagli operatori di tutti i 25 Stati membri dell'Unione europea sono disponibili sul sito della Commissione.

@ittadino consumatore

Periodico della Federconsumatori Friuli Venezia Giulia

Direttore responsabile: Patrizia ARTICO

www.cittadinoconsumatore.it

n. 7 | nov.-dic. 2006

PRODOTTI DELLE COSTRUZIONI

Indagine di Federconsumatori sulla trasparenza delle misure, delle conformità e della congruità dei prezzi

"PREZZI PRODOTTI EDILI"



Considerato che i prodotti delle costruzioni vengono acquistati per la quasi totalità da persone diverse dal consumatore finale, tali prodotti messi in opera dai professionisti non sempre sono controllati adeguatamente in relazione alla loro conformità e alla congruità del prezzo. Partendo da questa considerazione Federconsumatori, nell'ambito di un progetto cofinanziato dalla L.R. 16/2004, ha effettuato quasi 400 rilevazioni su oltre un centinaio di diversi prodotti edili, idraulici, elettrici, di ferramenta, falegnameria, ecc. L'iniziativa, ha rilevato molte situazioni degne di nota e ha fornito un quadro sufficiente per affrontare gli opportuni interventi.

- Si è constatato che la maggior parte dei negozi e magazzini specializzati non ha i prezzi esposti, quindi la comparazione prezzi/prodotti risulta molto difficile. Si sono riscontrati anche casi paradossali. Due esempi: un flessibile per i collegamenti dei sanitari di 35 centimetri costa € 2,10, quello della stessa marca e dello stesso tipo lungo 30 centimetri costa € 5,35; di tre tappi per lavandino identici, quello più piccolo (diam. mm. 40) costa quasi il triplo (€ 2,50) degli altri due (diam. mm. 47 e 52), che hanno lo stesso prezzo (€ 0,90).

- Poco trasparente è risultato anche il rapporto tra il prezzo di acquisto effettuato dai professionisti, che generalmente hanno uno sconto che varia dal 5% al 30%, e il prezzo pieno di listino che viene invece normalmente applicato ai clienti consumatori.

- Un altro particolare problema è emerso facendo riferimento alla diversità di misura tra gli elementi evidenziati sui preventivi, contratti o capitolati d'appalto e le modalità di acquisto dei prodotti messi in opera. Normalmente i preventivi o i contratti prevedono materiali o lavori in opera calcolati a misura metrica, mentre gli acquisti in diversi casi sono effettuati a peso. Questa diversità crea a volte discrepanze tra quanto prospettato e quanto realizzato.

- Sui prezzi si è inoltre rilevato che prodotti identici, commercializzati da diverse tipologie di esercizi, ad esempio negozi e magazzini specializzati e grande distribuzione di "hobbistica" e "fai-da-te", hanno spesso prezzi molto diversi, a volte con maggiorazioni superiori al 100%. Mediamente risultano più cari gli esercizi di "hobbistica" e i "fai-da-te".

- In buona parte dei prodotti e materiali si sono evidenziate misure inferiori a quelle dichiarate e a volte anche in modo non trascurabile; raramente invece le misure sono superiori. Questo fenomeno vale soprattutto per i materiali edili, con casi di articoli la cui produzione è standardizzata a una misura inferiore del 2%, con limiti che superano il 5%.

	LUNEDÌ	MARTEDÌ	MERCOLEDÌ	GIOVEDÌ	VENERDÌ	SABATO
TRIESTE Largo Barriera Vecchia, 15 tel. e fax 040.773190	10.00-12.00	16.30-19.00			16.30-19.00	
UDINE Via Bassi, 36 tel. e fax 0432.550328, tel. 0432.45673	16.00-18.00*		16.00-18.00		16.00-18.00	10.00-12.00
CERVIGNANO DEL F. Via Marcuzzi, 13 tel. 0431.33471					16.30-17.30	
CIVIDALE P. G. Cesare, 15 tel. 0432.734116			16.00-17.30 (I e IV del mese)			
CODROIPO c/o Municipio tel. 0432.824505			16.15-18.15 (I e III del mese)			
GEMONA Via Campagnola, 2 tel. 0432.980891 fax 0432.790432		10.00-12.30				
PALMANOVA c/o Municipio tel. 0432.922139	10.30-12.00			10.30-12.00 (I e IV del mese)		

* su appuntamento

I NOSTRI SPORTELLI:

	LUNEDÌ	MARTEDÌ	MERCOLEDÌ	GIOVEDÌ	VENERDÌ	SABATO
PAVIA DI UDINE c/o Municipio tel. 0432. 675021				17.00-18.30 (I e IV del mese)		
S. DANIELE D.FR. Viale Trento e Trieste, 32 tel. e fax 0432.954775				16.00-17.00		
S. GIORGIO DI NOGARO c/o Municipio, tel. 0431 620101				10.00-11.00 (I e III del mese)		
TOLMEZZO Via Carducci, 18 tel. 0433.2839		14.30-16.30				
TRICESIMO c/o Municipio tel. 0432.851963	10.00-12.30					
TARCENTO c/o Municipio tel. 0432.780616 fax 0432.791624					09.30-12.00	

	LUNEDÌ	MARTEDÌ	MERCOLEDÌ	GIOVEDÌ	VENERDÌ	SABATO
PORDENONE Via Marsure, 11/A tel. 0434.247175 fax 0434.522880		16.00-18.00	09.00-11.00	16.00-18.00		
MANIAGO Via Umberto I, 33 tel. 0427.71290	15.30-17.30					
SACILE Via Carli, 6 tel. 0434.781333				09.30-11.30		
GORIZIA Via Baiamonti, 22 tel. e fax 0481.534801	16.00-18.00			10.00-11.30		
MONFALCONE Via Valentinis, 84 tel. e fax 0481.790434	16.00-18.00		17.00-18.30	09.30-11.30		
GRADISCA D' IS. Piazza Unità, 14 tel. e fax 0481.961328		10.00-12.00			16.00-18.00	

- Anche nel settore idraulico, oltre che ai fenomeni di scarsa congruità dei prezzi già evidenziati, si sono riscontrati diversi casi di misure non conformi, in particolare nella lunghezza.

- Per i prodotti elettrici si sono effettuate misurazioni in particolare sui fili elettrici usati negli impianti civili e sulle lampade a basso consumo. In questi casi le misurazioni hanno mostrato situazioni di particolare rilievo soprattutto per le lampade a basso consumo. Infatti si è riscontrato, con analisi effettuate da personale qualificato e con strumenti adeguati, che le lampade a fluorescenza hanno una luminosità inferiore anche del 30% rispetto a quella pubblicizzata, misurata in lux. Marche molto note promettono una corrispondenza di luminosità fra una lampada a incandescenza da 75 W e una a fluorescenza da 15 W, invece, la luminosità di quest'ultima è risultata notevolmente inferiore. Le rivelazioni di cui sopra, se confermate da ulteriori analisi di laboratorio certificato, avrebbero una portata rilevante, soprattutto in rapporto a una pubblicità ingannevole.

A seguito delle rilevazioni abbiamo promosso diversi incontri con produttori, venditori, associazioni imprenditoriali e associazioni degli artigiani e dei commercianti. In tutti gli incontri l'interesse è stato notevole e la materia verrà ulteriormente affrontata in specifici ulteriori riunioni, per cercare di dare soluzione concreta alle problematiche. Gli incontri e i contatti con gli enti istituzionali (CCIAA ecc.) hanno invece evidenziato che non esiste un organo di controllo specifico sulla materia, tranne che per alcuni limitati prodotti che sono regolati da norme particolari di legge. Quindi il cittadino che voglia esercitare un diritto sulla conformità dei prodotti deve prima affidarsi a un professionista il quale in relazione alle norme UNI e ad altre normative comunitarie e nazionali (norme molto ampie e molto complesse), deve riscontrare il difetto e quindi avviare l'iniziativa legale. Ovviamente questo non succede praticamente quasi mai.

Edo Billa

Sul sito
www.federconsumatori-fvg.it
la tabella che calcola la frequenza di manutenzione
del tuo impianto termico

PUBBLICITÀ INGANNEVOLE: CONDANNATA SCUOLA PRIVATA

In Italia chi, attraverso messaggi pubblicitari, promuove prodotti i cui requisiti non rispondono alla realtà è sanzionato con multe salate, e ciò sulla base di una speciale disciplina che ha come scopo quello di proteggere i consumatori, ma anche le persone che esercitano un'attività commerciale, industriale, artigianale o liberale, nonché gli interessi del pubblico in genere, dalla pubblicità ingannevole e dalle sue conseguenze sleali. Difatti molto spesso capita di imbattersi in messaggi pubblicitari che "promettono e non mantengono", che dimenticano volutamente di inserire delle informazioni oppure le inseriscono con caratteri molto piccoli che difficilmente vengono notati. Competente ai fini della verifica dell'ingannevolezza del messaggio pubblicitario è l'Autorità garante per la concorrenza ed il mercato, altrimenti detta antitrust, che per difendere i consumatori dalla pubblicità ingannevole, ha messo a punto una piccola lista di avvertenze, un decalogo di consigli utili, che consigliamo di tenere sempre presente per evitare spiacevoli sorprese, e che qui riportiamo:

1) Occhio alla lettera. Valutare con attenzione il testo del messaggio e controllare anche i più piccoli caratteri

di stampa: a volte informazioni rilevanti sono riportate solo in modo marginale.

2) Il prezzo è giusto? Verificare sempre che il prezzo indicato sia comprensivo di oneri o spese accessorie (iva, tasse d'imbarco, quote di iscrizione, spese di consegna, scatto alla risposta).

3) Missione impossibile. Diffidare dai messaggi che promettono risultati miracolosi (ad esempio prodotti o metodi dimagranti e cosmetici).

4) Rifletti e firma. Non sottoscrivere alcun modulo senza aver letto prima tutte le condizioni. Alcune offerte possono nascondere l'esistenza di un vero e proprio contratto (ad esempio le offerte di lavoro).

5) Non solo slogan. Fare attenzione alla completezza del messaggio ed assumere tutte le informazioni necessarie. controllare sempre l'effettiva convenienza delle operazioni promozionali (sconti, liquidazioni, numero effettivo dei pezzi disponibili, tariffe).

6) Distinguere cuore e portafoglio. I servizi prestati da maghi, cartomanti e operatori esoterici possono rivelarsi molto onerosi. Inoltre, non esiste alcun metodo per rendere più probabili le vincite dei giochi a estrazione.

7) Quanto mi costa? Verificare le condizioni delle proposte di finanziamento sia per acquisti che per presti-

ti personali e mutui (tassi d'interesse TAN, TAEG, periodo di validità).

8) È solo fiction. Fare attenzione alla pubblicità "travestita": a volte, in contesti dall'apparente natura informativa o di intrattenimento (stampa, programmi tv), possono nascondersi forme di pubblicità occulta.

9) Attenzione ai pericoli. Se il prodotto è pericoloso la pubblicità deve dirlo: occorre leggere sempre con attenzione le avvertenze inserite nella pubblicità e nella confezione del prodotto.

10) Tutelare i minori. La pubblicità deve sempre considerare e rispettare la tutela fisica e psichica dei minori: alcune promozioni, non ingannevoli per gli adulti, possono invece indurre in bambini e adolescenti una pericolosa travisazione della realtà.

Anche nella nostra Regione si possono riscontrare casi di pubblicità ingannevole, così come è avvenuto presso la nostra sede di Monfalcone (GO), dove all'inizio del corrente anno si è recato un nostro associato per chiedere assistenza in un recesso da un contratto per un corso di lingua inglese da lui acquistato. La persona motivava la sua decisione in quanto le effettive caratteristiche del corso non erano quelle promesse e prospettate dal venditore alcuni mesi prima. In particolare all'atto dell'acquisto del corso di lingua inglese il nostro associato aveva ricevuto dal rappresentante della ditta 2F una brochure informativa in cui veniva indicato come lo stesso sarebbe stato svolto da insegnanti madrelingua e presso locali dotati di laboratorio linguistico. Tuttavia, alla presentazione ufficiale del corso, la persona scopriva come quest'ultimo fosse tenuto da un insegnante di lingua croata e in una trattoria prima e presso la canonica di una chiesa poi, locali evidentemente sprovvisti di laboratori linguistici. Appreso un tanto la Federconsumatori ha segnalato la presunta ingannevolezza del messaggio pubblicitario all'Autorità garante della concorrenza e del mercato (www.agcm.it), competente in materia di accertamento dell'ingannevolezza dei messaggi pubblicitari, la quale in data 21 settembre 2006 decideva per l'ingannevolezza del messaggio contenuto nella brochure informativa del corso di lingua inglese e ne vietava l'ulteriore diffusione, irrogando contestualmente alla ditta 2F una sanzione amministrativa di € 9.600,00. Tale decisione della Autorità garante rappresenta il primo risultato concreto della Federconsumatori Friuli Venezia Giulia nell'ambito della lotta alla pubblicità ingannevole che non solo lede i consumatori ma altresì il sistema economico regionale. Pertanto, si invitano gli associati a segnalare eventuali pubblicità ingannevoli riscontrate nella nostra Regione presso la locale sede Federconsumatori, la quale, dopo attenta valu-

tazione deciderà se inoltrare la segnalazione all'Autorità competente.

Marco Valent

**RINNOVA
LA TUA ADESIONE ALLA
FEDERCONSUMATORI
PER IL 2007**

TELEFONIA: GIUSTO L'OBBLIGO DELLA DOPPIA FATTURAZIONE

Federconsumatori accoglie con soddisfazione le decisioni dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni di dare immediata attuazione a un piano di rafforzamento degli interventi regolamentari a tutela dei consumatori da realizzarsi nel quadro di una costante e trasparente collaborazione con le Associazioni dei Consumatori. In attesa di conoscere nel dettaglio i provvedimenti, Federconsumatori ritiene che la decisione annunciata segni un importante punto di discontinuità dell'Autorità a favore dei consumatori e del "mercato", e ponga finalmente rimedio a situazioni di diffuso disagio dei consumatori che vengono da subito liberati dal "ricatto della sospensione della propria utenza" per poter finalmente "contestare" gli addebiti per servizi mai richiesti e per connessioni a numerazioni a sovrapprezzo realizzate da dialer scaricati in maniera abusiva.

L'obbligo imposto dall'Autorità di fatturare i servizi a sovrapprezzo (numerazioni 166, 899, 892, 144, etc.) e i servizi aggiuntivi in una bolletta diversa da quella della telefonia di base, unitamente al divieto di sospendere il servizio telefonico di base in pendenza di dispute o in generale in caso di insolvenza relativa a tali categorie di servizi, va nella direzione giusta, richiesta sempre con forza da Federconsumatori, di annullare l'assoluta certezza, per gli Operatori "disinvoltamente" aggressivi, di incassare somme per prestazioni mai richieste dagli inconsapevoli e malcapitati consumatori.

Federconsumatori si augura che il pacchetto delle decisioni annunciate dall'Autorità sia tale da indurre gli Operatori a operare anch'essi un deciso cambiamento delle proprie pratiche commerciali e gestionali nella direzione del pieno rispetto del principio di legalità e di tutela dei diritti del consumatore.



RISPARMIO ENERGETICO

Risparmiare energia senza ridurre le prestazioni degli impianti e dei macchinari elettrici che adoperiamo ogni giorno si può. Nei prossimi 10 - 15 anni è possibile consumare il 20 per cento in meno. Questo è almeno l'obiettivo principale del nuovo piano d'azione per l'efficienza energetica presentato dalla Commissione europea. Il documento contiene una serie di provvedimenti prioritari finalizzati al miglioramento dell'efficienza energetica e all'efficacia economica. La Commissione è convinta che agendo da subito, è possibile ridurre i consumi europei per un valore di oltre 100 miliardi di euro l'anno entro il 2020, evitando di produrre circa 780 milioni di tonnellate di CO₂. Introdurre classi di efficienza con sistemi di etichettatura per gli elettrodomestici e altri macchinari elettrici ed elettronici; prevedere norme minime di rendimento energetico, dare adeguata informazione ai consumatori sui prodotti più efficienti, rappresentano strumenti importanti per eliminare dal mercato i prodotti che consumano troppo. Il piano prevede di definire requisiti minimi di rendimento anche per gli edifici nuovi e ristrutturati, incentivando gli edifici a bassissimo consumo di energia. Il programma evidenzia come ci siano molte possibilità di ridurre le perdite a livello di generazione, trasmissione e distribuzione dell'elettricità, e propone strumenti mirati a incrementare l'efficienza degli impianti di generazione nuovi ed esistenti e ridurre le perdite in fase di trasmissione e distribuzione. Sostiene anche una gamma completa di misure volte a migliorare l'efficienza energetica nel settore dei trasporti. Il piano riconosce, inoltre, la possibilità di risparmiare energia utilizzando auto a basso consumo di carburante, sviluppando il mercato per i veicoli meno inquinanti, garantendo un'adeguata pressione dei pneumatici e migliorando l'efficienza dei sistemi di trasporto stradali, ferroviari, marittimi e aerei. Infine il piano d'azione contiene anche una serie di proposte supplementari per sensibilizzare maggiormente i cittadini al problema, attraverso attività di istruzione e formazione.

Edo Billa

IN FRANCIA UN SITO WEB DEDICATO AI GIOVANI CONSUMATORI

Il 14 settembre l'INC (Istituto Nazionale del Consumo) ha lanciato in Francia il primo sito d'informazione sul consumo destinato ai giovani. Tale sito ha l'obiettivo d'informare e accompagnare gli adolescenti (età compresa fra i 12 e i 17 anni) nelle loro scelte offrendo loro gli strumenti per diventare consu-

matori informati, responsabili e attenti. Il sito è stato predisposto con la collaborazione di diverse associazioni di consumatori e di genitori.

Secondo l'INC i giovani sono "i primi consumatori di lettori MP3, di console di giochi, di telefoni cellulari di ultima generazione". Secondo un recente studio europeo di Mediappro, in Francia l'88 % degli adolescenti utilizza un cellulare. In tale fascia d'età i giovani sono anche particolarmente attenti al loro modo di apparire e consumano molti alimenti trasformati (merendine, dolci, ecc.). "Se sono dei formidabili consumatori, sottolinea l'INC, non per questo sono automaticamente vittime della pubblicità e del marketing" - ne è una riprova la diffusione dei blog e la volontà di formarsi un'opinione personale indipendente. Tuttavia l'adolescenza rimane un periodo della vita in cui si è particolarmente esposti ai pericoli e specialmente alla manipolazione. www.ctaconso.fr, questo il nome del sito, è stato costruito seguendo un modello interattivo e ludico, con molti articoli illustrati, video e quiz. Sono accessibili sei rubriche animate da giovani comici: "acquisto incauto", "il mio denaro", "la mia salute", "a tutto sport", "nutrirsi bene" e "ben visto". Dei link permettono di approfondire gli argomenti e di conoscere la normativa applicata. Alcuni contenuti sono scaricabili sui cellulari. I giovani utenti possono anche pubblicare le foto, i loro programmi e le loro testimonianze.

Dopo aver visitato il sito possiamo affermare che l'iniziativa è molto valida e costituisce un riferimento importante affinché si possa creare un sito simile anche in Italia.

Infine preannunciamo che nei prossimi numeri torneremo sullo studio effettuato da Mediappro, che ha svolto un'indagine fra gennaio 2005 e giugno 2006 sul rapporto tra adolescenti e media digitali, essendo di grande interesse perché uno dei 9 paesi studiati è proprio l'Italia.

Marco Missio

NO ALLA VARIAZIONE TARIFFARIA DI TELECOM ITALIA VERSO I CELLULARI H3G

Telecom Italia propone per le telefonate residenziali verso le numerazioni mobili di H3G una tariffa unica di 23,67 centesimi/minuto pari a ben 2,12 volte l'attuale tariffa ridotta di 11,20 cents e abolisce in maniera improvvisa, in un sol colpo, l'attuale regime di differenziazione tariffaria articolato per "tariffa intera" (lunedì - venerdì dalle ore 8,00 alle ore 18,30) e "tariffa ridot-