

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

TESSERAMENTO 2011

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 il 2011: € 15,00

Rinnovo iscrizione triennale 2011-12-13: € 40,00

L'iscrizione dà diritto a:

- Ricevere il nostro periodico regionale "CITTADINO CONSUMATORE" • Consulenza e 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 2011, non tenete conto del presente invito.



I nostri sportelli polifunzionali

	Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato
TRIESTE Via Matteotti, 3 tel. 040.773190 fax 040.9772002	10.30-12.30	16.30-19.00	16.30-19.00		16.30-19.00	10.30-12.30
TRIESTE Melara, via L. Pasteur, 3/B tel. e fax 040.911211				16.00-18.00		
UDINE Via Torino, 64 tel. e fax 0432.45673	15.00-17.00	16.00-18.00	10.00-12.00	16.00-18.00	16.00-18.00	10.00-12.00
CIVIDALE P. G. Cesare, 15 tel. 0432.550328					15.00-16.30 (II e IV del mese)	
CODROIPO c/o Municipio tel. 0432.824505			16.15-18.15			
GEMONA Via Campagnola, 15 tel. 0432.980891 fax 0432.790432		11.00-12.30				
GEMONA Via Caneva, 25				10.00-12.00		
PALMANOVA Borgo Aquileia 3/B tel. e fax 0432.935548		17.00-19.00		17.00-19.00		
PAVIA DI UDINE c/o Municipio tel. 0432.646111				16.00-18.00		
S. DANIELE D. FR. V.le Trento e Trieste, 32 tel. e fax 0432.954775				14.30-16.00		
S. GIORGIO DI NOGARO c/o Municipio tel. 0431.623615				10.00-12.00		
CERVIGNANO DEL FRIULI Via Caiù, 1/B tel. e fax 0431.34322					10.00-12.00	
LATISANA Centro polifunz. v. Gaspari tel. 0431.516617 fax 0431.516636				15.00-17.00		
TARCENTO Via Angeli, 2 tel. 0432.783848					9.30-11.00	
TOLMEZZO Via Carducci, 18 tel. 0433.2839		14.30-16.00				
TRICESIMO c/o Municipio tel. 0432.855411	10.00-12.00					
PORDENONE Via San Valentino, 30 tel. e fax 0434.247175		16.00-18.00		16.00-18.00		
MANIAGO Via Umberto I, 33 tel. 0427.71290	15.30-17.30					
SACILE Via Carli, 6 tel. 0434.781333				9.30-11.30		
SAN VITO AL TAGL. c/o Municipio tel. 0434 842914, fax 0434 522880					9.00-11.00	
GORIZIA Via Baiamonti, 22 tel. e fax 0481.534801		16.00-18.00		9.30-11.30		
MONFALCONE Via Valentinis, 84 tel. e fax 0481.790434		16.00-18.00		9.30-11.30		
GRADISCA D'ISONZO P.za Unità, 14 tel. e fax 0481.961328			10.00-12.00		16.00-18.00	



CONSUMATORE PIÙ CONSAPEVOLE

Senza dubbio il consumatore italiano è un cittadino in difficoltà, preoccupato per la diminuzione del reddito e per i problemi dell'occupazione, ma la crisi economica ha anche di fatto cambiato lo stile di vita delle persone. Il consumatore è diventato più responsabile e selettivo. La crisi ha modificato il consumo e il comportamento del consumatore, il quale diventa sempre più consapevole, più competente rispetto al passato: più dell'80% delle persone spende meno e meglio, oltre il 70% chiede prodotti meno inquinanti e vuole etichette più trasparenti e utili. Si sta formando un genere di consumatore più responsabile. Questo è il ritratto del nuovo consumatore che emerge anche dall'Osservatorio sui consumi degli italiani, di Consumers' Forum, l'associazione che riunisce le maggiori associazioni dei consumatori e le più grandi aziende italiane. I consumatori non sono solo più consapevoli ma si osserva in particolare la nascita di una nuova generazione di cittadini che invoca il rallentamento del consumo, e che cerca di individuare i migliori percorsi virtuosi per consolidare questa nuova consapevolezza. L'impulso a comprare sempre di più sta diminuendo, si cerca meno quantità e ci si orienta verso una maggiore qualificazione dei consumi e verso beni con forte contenuto relazionale. Gli atteggiamenti dei consumatori mostrano, accanto a una progressiva presa di consapevolezza e a una richiesta di maggiore tutela dei diritti, una rivendicazione di propri e altrui doveri. Così si richiede che ci sia una riduzione delle confezioni dei prodotti; che le aziende condividano l'idea che si debba-

no preoccupare dei consumatori; che le etichette abbiano più informazioni utili; che è giusto protestare quando si trova qualcosa che non va nei prodotti; che bisogna scegliere le marche più rispettose dell'ambiente e dei lavoratori; e che ci sia un maggiore sviluppo delle associazioni dei consumatori. Si tratta di una condivisione di vedute e di sensibilità che esprimono un inedito senso di responsabilità e di consapevolezza. Che stia nascendo una nuova generazione di consumatori si evidenzia da molti atteggiamenti, anche attraverso l'uso di internet per confrontare prodotti, prezzi, qualità, e mettere a confronto le opinioni tra i consumatori per valutare un bene o un servizio sul mercato. Questo significa che oggi il consumatore quando cerca di spendere meno trova anche più facilmente i prodotti di qualità. Si può valutare quindi che la nuova situazione sia volta a un consumo sostenibile, come una conseguenza virtuosa della crisi. Scoperta del valore degli alimenti, della biodiversità, della stagionalità, un nuovo rapporto con la terra e l'agricoltura. L'etica e la responsabilità sociale diventano valori che orientano gli acquisti, aspetto che già incide anche sulle strategie di mercato di molte aziende. È un consumo che acquista anche valore politico. Acquistando o boicottando un prodotto si possono premiare le marche con contenuto etico, o penalizzare quelle che inquinano. Il consumo da oggetto di critica sta diventando soggetto di critica. È un trend che si diffonde spontaneamente e il nuovo consumatore ne è sempre più consapevole.

Edo Billa

Le nostre guide

disponibili presso gli sportelli Federconsumatori



I nostri sportelli della sanità

	Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato
UDINE c/o Policlinico Universitario Padiglione Petracco, stanza 7 (entrata v. Colugna) tel. 0432.559350		17.00-19.00				10.30-12.30
UDINE sede Federconsumatori Via Torino, 64 tel. e fax 0432.45673	16.00-17.00					
CODROIPO c/o Ente di assistenza Daniele Moro tel. 0432.909321			17.00-19.00			
GEMONA c/o Ospedale Civile tel. 0432.989315					18.00-20.00	
PALMANOVA c/o Ospedale Civile piano terra sala associaz. tel 0432.921281			10.00-12.00			

Sportello alimentare

PALMANOVA Borgo Aquileia 3/B tel e fax 0432.935548	10.00-12.00					
--	-------------	--	--	--	--	--

Tirocini formativi per studenti universitari

Federconsumatori F.V.G. ha sottoscritto convenzioni per tirocini formativi di studenti per tutte le facoltà dell'Università di Udine e per la facoltà di Giurisprudenza dell'Università di Trieste. Federconsumatori è interessata in particolare a ospitare studenti di giurisprudenza, di economia, di comunicazione informatica, di statisti-

ca 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

Ogni anno il servizio sanitario del Friuli Venezia Giulia effettua, per una popolazione di poco superiore a 1.200.000 abitanti, più di 15 milioni di prestazioni ambulatoriali. Al fine di assicurare i livelli essenziali di assistenza si è posto l'obiettivo di intercettare il reale bisogno di salute, di ridurre le richieste di prestazioni non giustificate da esigenze diagnostico-terapeutiche e di rendere compatibile la domanda con la garanzia dei livelli essenziali di assistenza. Ritenendo che l'informazione sia in ogni caso l'elemento principale per una corretta attuazione dei programmi di assistenza, abbiamo deciso di riportare in sintesi nel dépliant allegato i principali elementi normativi, organizzativi e pratici per l'accesso alle prestazioni sanitarie, le responsabilità dei vari soggetti e i limiti previsti per le liste di attesa.



Gas metano: finalmente sanata l'ingiustizia per le utenze con impianto centralizzato

L'Agenzia delle Entrate, dopo diffida e sotto le strette di una possibile azione collettiva risarcitoria, ha reso giustizia ad alcuni milioni di consumatori-utenti che usufruiscono del gas nei condomini con caldaia centralizzata in cui veniva applicata l'Iva sul gas metano per uso promiscuo (cucina e riscaldamento) al 20% anziché al 10% per i primi 480 metri cubi di consumo annui, così come avviene per milioni di utenti (la maggioranza) con impianto individuale. L'Agenzia delle Entrate, con la risoluzione numero 108/E del 15 ottobre 2010 entrata immediatamente in vigore, ha sanato (pur con notevole ritardo) una grande ingiustizia perpetrata per anni, e in particolare dal 1° gennaio 2008 con l'applicazione dell'IVA ai nuovi scaglioni di consumo annui che penalizzava soprattutto le utenze civili "condominiali con impianto centralizzato". Pertanto invitiamo gli utenti che abitano in un condominio con fornitura gas centralizzata per uso civile a fare domanda di rimborso sulla differenza tra

Al via le domande di rimborso

l'Iva al 20% pagata (in più) rispetto all'Iva dovuta del 10% sui primi 480 metri cubi. Una famiglia media italiana che consuma 1.400 metri cubi di gas metano a uso civile per uso promiscuo (cucina e riscaldamento) all'anno, per un importo complessivo di circa 1.050 euro annui, a seguito della domanda inoltrata al gestore, potrà avere un rimborso di euro 30 per ogni anno soggetto a rimborso per un massimo di retroattività di due anni dall'ultimo pagamento della bolletta con l'Iva maggiorata (per esattezza dal 1 gennaio 2008). Pertanto invitiamo tutti i cittadini consumatori aventi diritto a rivolgersi presso la rete degli sportelli di Federconsumatori per inoltrare la domanda al gestore che emette la bolletta per il rimborso dovuto con fotocopia della bolletta condominiale pagata. Consigliamo per meglio organizzare l'invio delle domande di allertare, laddove possibile, il capo condominio o l'amministratore condominiale, al fine di poter coinvolgere tutti gli aventi diritto.

Primo non sprecare

La dimensione degli sprechi nel settore alimentare ha raggiunto dimensioni tali da diventare un fenomeno preso in considerazione dal parlamento europeo che nel corso del 2010 ha avviato la prima edizione delle "giornate europee contro lo spreco". Limitando l'osservazione alla realtà del nostro paese, lo spreco (cibo commestibile che viene gettato nella spazzatura) ammonta a circa 515 euro annui per famiglia, circa il 9% della spesa alimentare, senza considerare lo spreco ancora più importante fatto dal sistema della produzione e dalla commercializzazione. Lo spreco ha un'impennata durante le festività di Pasqua e Natale, in quanto alle stesse si accompagna una consuetudine culturale che include la sovrabbondanza alimentare come cornice della festa e del ritrovarsi insieme. Nella classifica delle ragioni che provocano lo spreco al primo posto (36%) è l'eccesso di acquisti generici: l'esperienza della quantità di consumo familiare di un prodotto fino alla prossima spesa non è stata sufficientemente interiorizzata e ciò conduce a una sovrastima della necessità. Al secondo posto (25%) sta il deterioramento del prodotto o il superamento del periodo di conservazione indicato: in questo caso la ragione sta in un difetto di attenzione per il quale non ci si interroga sul motivo per cui alcuni prodotti vengono conservati a lungo in frigorifero e quindi vengono "dimenticati". In terzo luogo (24%) il cedimento alle "offerte speciali", pratica largamente usata dai supermercati per attirare i consumatori con alcuni prodotti per indurli a fare una spesa completa. L'"offerta speciale", con il suo messaggio forte relativo alla convenienza, induce il consumatore ad abbassare la propria ca-



pacità critica intorno alla reale necessità/ utilità di un bene e rende quindi più probabile che lo stesso divenga un rifiuto senza venir consumato. La crisi dei consumi provocata dalla contrazione del reddito disponibile per le famiglie ha trovato riscontro in una significativa riduzione degli sprechi alimentari: da un equivalente monetario di 561 euro nel 2008 si è passati a 519 euro nel 2009 (-8,9%) mentre si prevede una prosecuzione di questa tendenza anche nel 2010. È ragionevole pensare che questa riduzione degli sprechi sia indotta dalla costrizione del minor reddito disponibile; il nostro auspicio è che prosegua e si rafforzi in seguito a una presa di coscienza del benessere sociale e individuale di una società che riduca sprechi e rifiuti non solo per necessità esterne ma anche per una miglior presa di coscienza dei bisogni effettivi.

Wanni Ferrari

IN EVIDENZA

E-commerce: opportunità ma anche rischi per i consumatori

L'e-commerce, o commercio elettronico, è quell'insieme di attività di vendita e acquisto di beni o servizi effettuato tramite Internet. Questo approccio innovativo di acquisto per i cittadini (e di vendita per le aziende fornitrici) presenta indubbiamente alcuni vantaggi, come la comodità di non doversi spostare da casa per effettuare un acquisto, la possibilità di comparare i prezzi di diversi negozi online con pochi clic del mouse, e di conseguenza la possibilità di ottenere un prezzo più vantaggioso per un bene o un servizio, a fronte di una concorrenza "senza-confini". Secondo una recente indagine del Netcom, il Consorzio del Commercio Elettronico Italiano, quello dell'e-commerce è un mercato che si sta allargando sempre di più anche nel nostro Paese, tuttavia i dati evidenziano che i consumatori italiani dimostrano ancora una certa diffidenza nei confronti di questo sistema: solo il 12% della popolazione italiana ha per ora

acquistato qualcosa in rete, contro ad esempio il 66% degli inglesi e il 42% della media europea. Come affrontare quindi con serenità un acquisto tramite commercio elettronico? Innanzitutto è necessario conoscere le politiche di vendita e le condizioni di recesso rese disponibili sul sito Internet di riferimento, che devono essere chiare e trasparenti, in modo da conoscere tempi di consegna, costi e spese di spedizione. Tutti i dati sull'identità del venditore devono essere indicati chiaramente, in particolare la ragione sociale, l'indirizzo geografico e la sede sociale: se il dominio è ".it" non è automatico che il vendito-

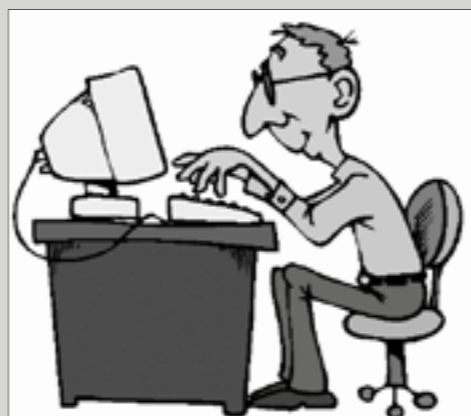
re sia italiano. Bisogna inoltre assicurarsi che ci sia corrispondenza tra il sito Web e la persona fisica o giuridica tramite apposita certificazione visualizzabile su tutti i browser più comuni e recenti all'apposita voce "visiona certificati" della finestra "Sicurezza". Inoltre è bene fare affidamento solo su quei siti che indicano un preciso marchio di qualità rilasciato da organismi appositi, a certificare il rispetto dei diritti dei consumatori. Alcuni dei marchi più diffusi sono Webtrader, E-quality mark e Qweb. Il consumatore dovrà prestare particolare attenzione quando acquista su un sito straniero soprattutto per quanto riguarda la garanzia e le condizioni di fruibilità di un prodotto, ma

anche l'importo delle tasse doganali nel caso di siti extra-comunitari.

Altro argomento sensibile riguarda il pagamento con carta di credito dei beni o servizi acquistati: è auspicabile che il sito adotti un sistema di protezione della trasmissione dei dati SSL (Secure Socket Layer),

identificabile dal fatto che l'indirizzo della pagina inizia per https (invece del comune http) e dalla presenza di un'icona a forma di lucchetto chiuso nella parte in basso della finestra del browser. In questo modo la trasmissione dei dati avviene in maniera sicura tra il browser dell'utente e il web server a cui vengono inviati i dati della transazione. Inoltre ogni qualvolta il consumatore effettuerà un acquisto, dovrà fornire dati personali: è bene sincerarsi che ci siano garanzie sufficienti a tutela del trattamento di questi dati, soprattutto per evitare che vengano forniti a terzi non autorizzati.

Emanuela Pitassi



Aiazzone e i mobili non consegnati

Agli sportelli della Federconsumatori di Udine si stanno recando ormai da quest'estate varie decine di persone che lamentano la mancata consegna dei mobili ordinati presso il punto vendita di Aiazzone a Pradamano. Si tratta di cucine piuttosto che di camere e salotti. Tali ordini risalgono ormai alla primavera - estate di quest'anno. Nonostante i reclami degli stessi consumatori nulla è stato risolto. La Federconsumatori di Udine si sta facendo parte attiva nel cercare di risolvere tali disagi. In seguito ai reclami della stessa alcune persone si sono viste consegnare parte della merce, ma sono per ora molto poche se si confrontano con il numero invece di chi ad oggi ha pagato o sta pagando attra-

verso una finanziaria e non ha ricevuto nulla. La Aiazzone ha comunicato che si impegnerà affinché tutte le consegne avvengano entro fine novembre - metà dicembre 2010, ma gravi sono i danni ad oggi subiti dai consumatori a causa della mancata consegna dei mobili ordinati. C'è addirittura chi, aspettando la cucina dal mese di maggio, si trova accampato a casa con fornelli da campo e le stoviglie negli scatoloni. Tale situazione non è più tollerabile e la Federconsumatori sta cercando di giungere alla risoluzione del problema o attraverso la rinegoziazione degli ordini o attraverso l'annullamento-risoluzione degli stessi e dei relativi contratti di finanziamento.

Barbara Puschiass

5 X 1000: tagliate le risorse

Tagliare i fondi a disposizione del 5 X mille significherebbe limitare drasticamente la libertà dei cittadini di decidere come destinare la propria quota dell'imposta sui redditi direttamente a sostegno degli operatori del terzo settore. Infatti il governo ha ridotto di ben il 75% il fondo destinato al 5 X mille prevedendo solo 100 milioni di euro, rispetto ai 400 destinati l'anno precedente, cifra che l'esperienza dimostra corrispondere alle scelte operate dagli elettori: dalle dichiarazioni dei redditi del 2008 sono stati destinati alle associazioni 397,5 milioni di euro. Le risorse sono state dirottate al finanziamento di altre voci. Queste scelte sono molto gravi e provocheranno una drastica riduzione delle attività per decine di migliaia di associazioni: associazioni di volontariato e di assistenza sanitaria e

sociale, associazioni sportive, fondazioni musicali, enti culturali, associazioni di consumatori e ambientaliste, associazioni di promozione sociale, ecc.). Così si tradiscono sfacciatamente le scelte degli elettori. Cioè, prima si chiede agli elettori di indicare nella dichiarazione dei redditi a chi destinare il 5 X mille delle imposte pagate allo Stato, poi invece i fondi vengono stornati e destinati a ben altro, senza chiedere il parere di nessuno. Questi tagli si aggiungono al "taglio alle agevolazioni sulle tariffe postali per il no-profit", e alla massiccia riduzione dei fondi per la cooperazione allo sviluppo e per quanto riguarda le associazioni di ricerca e culturali. Anche la Federconsumatori chiede di ripristinare quanto meno l'importo dei fondi previsti per il 2010, cioè 400 milioni.

Acqua, quanto mi costi!

Il consumo medio annuo pro capite di acqua minerale in Italia è pari a oltre 208 litri; moltiplicati per i circa 60 milioni di abitanti si ottiene un valore complessivo di 12,5 miliardi di litri, pari a una spesa complessiva di circa 2,5 miliardi di euro, in media 41 euro a persona. L'80% di quest'acqua è racchiuso in contenitori di plastica (8 miliardi di bottiglie) che richiedono per il trasporto l'impiego di 480.000 Tir all'anno, circa 1.200 Tir al giorno. Solo 1/3 di queste bottiglie viene raccolto in modo differenziato e avviato al riciclaggio, mentre il resto viene conferito nelle discariche o bruciato negli inceneritori. Per produrre la plastica e trasportare l'acqua imbottigliata vengono immesse nell'atmosfera circa 1 milione di tonnellate di anidride carbonica che oltre a inquinare l'aria che respiriamo, contribuiscono a in-

crementare il ben noto "effetto serra" cui è legato l'innalzamento delle temperature. L'impatto ambientale massiccio documentato da queste cifre non si giustifica alla luce del fatto che l'acqua potabile proveniente da acquedotti pubblici, almeno nella nostra regione, è generalmente di buona qualità e presenta qualità organolettiche non inferiori a quelle delle acque minerali. Qualora si volesse ricorrere comunque all'acqua minerale in bottiglia occorre ricordare che una parte importante dell'impatto ambientale è determinata dal trasporto e dai costi di smaltimento: è bene quindi preferire le acque imbottigliate vicino al luogo di destinazione e vendute in bottiglie di vetro che vengono ritirate dal venditore per il loro riutilizzo come contenitori.

Wanni Ferrari

Il miele

Il miele è un alimento assolutamente naturale, prodotto dalle api che raccogliendo il nettare di alcuni fiori lo trasformano direttamente in miele. Nell'antichità esso era l'unica sostanza zuccherina conosciuta; era utilizzato già dai sumeri, dagli egizi, dai greci (lo chiamavano il "cibo degli dei") e dai romani che gli attribuivano numerose virtù. Composto quasi totalmente da fruttosio (che è 10 volte più dolcificante del saccarosio prodotto dalle canne da zucchero e dalle barbabietole) e da glucosio, contiene anche sali minerali, proteine, vitamine, enzimi, pollini ed altre molte sostanze non ancora ben identificate. Il miele è usato tradizionalmente in casa per lenire gli effetti delle malattie da raffreddamento, mal di gola, tosse etc., ma anche per uso esterno contro bruciate, piaghe e ferite. Possiede proprietà emollienti, utile quindi a livello orale e per la gola, sia per stomaco ed intestino. Studi clinici lo ritengono indispensabile per lo smaltimento delle sostanze tossiche e nocive (derivate dal metabolismo o ingerite dall'esterno) che si accumulano nel fegato. Svolge anche azione antianemica e aiuta l'assimilazione del calcio (per le ossa) e del magnesio (per i muscoli). La complessa trasformazione del fruttosio in glucosio e poi in glicogeno (il carburante dei nostri muscoli), rende il miele un alimento utile in tutte

le situazioni che richiedono una particolare prestazione, sia mentale che muscolare. Quando s'intende acquistarlo, innanzitutto bisogna leggere con grande attenzione l'etichetta che, tra l'altro, deve riportare il paese di origine del miele: i paesi produttori sono tanti ma in commercio troviamo di solito mieli provenienti dalla Cina, dall'Argentina, dai paesi dell'Europa dell'est, etc. Anche in questo caso è sempre meglio scegliere prodotti locali o nazionali. Il miele che viene da lontano è meno controllato e può essere pastorizzato per la conservazione durante il trasporto. Inoltre nei paesi extra-comunitari vigono norme igieniche diverse dalle nostre, che consentono anche l'uso di antibiotici per mantenere in salute le api. Meglio quindi consumare mieli nostrani perché sono prodotti di qualità più garantita e più sani, perché le norme igieniche vigenti sono più avanzate e precise. Il miele prodotto dagli apicoltori locali sicuramente non ha subito lunghi viaggi (in barili di metallo), è invasettato poco dopo la raccolta e quindi non subisce manipolazioni di sorta. Attenzione all'etichetta che deve riportare, per legge: specie botanica, paese d'origine, nome e indirizzo dell'apicoltore e di chi, se diverso, ha confezionato il miele, peso netto e data di scadenza.

Lino Crisafulli