Anno XVIII - Numero 4 - aprile 2017

DIRITTI & CONSUMI

L'EDITORIALE

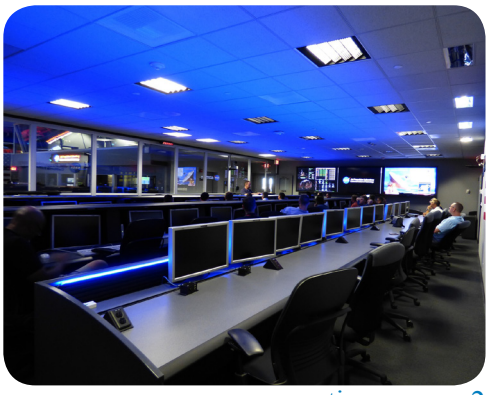
di Francesco **Luongo - Presidente Nazionale del Movimento Difesa del Cittadino**
Twitter @F_Luongo72

ASSISTENZA AI CLIENTI LA CORTE DI GIUSTIZIA DICE STOP AI NUMERI A PAGAMENTO

E PARTE LA CAMPAGNA DEL MOVIMENTO CONTRO IL CARO DIRITTI

Il cliente che intende ricevere assistenza su un prodotto o un servizio dopo l'acquisto deve pagarla. Questo l'ultimo incredibile trend di mercato ai danni di milioni di consumatori italiani ed europei che radicatosi dal segmento elettrodomestici e trasporti ma che va estendendosi pericolosamente anche ad altri settori come le pay tv e la telefonia fissa e mobile. Proprio ad Aprile del 2016 le principali compagnie avevano proposto, d'intesa con alcune associazioni dei consumatori, una radicale revisione della Delibera AGCOM n. 79/09/CSP, sui servizi di assistenza, per superare il principio della gratuità. Ancora una volta alcune aziende tentano di fare utili aggirando le fondamentali tutele previste dalla normativa comunitaria e dal Codice del Consumo con l'imposizione di una tariffa sull'esercizio dei diritti, come quello di segnalare un vizio, esercitare il ripensamento, inoltrare un reclamo o anche una semplice richiesta di informazioni. Il problema è che l'utilizzo di un numero telefonico a sovrapprezzo per i servizi di assistenza post-vendita equivale a far pagare al consumatore due volte un servizio che, in quanto tale, è compreso nel prezzo pagato dal cliente. L'art 64 del Codice, nel testo novellato dal D.lgs n. 21/14, stabilisce infatti che, qualora il professionista utilizzi una linea telefonica allo scopo di essere contattato dal consumatore in merito al contratto concluso non sarà tenuto a pagare più della tariffa base. Imporre una numerazione a pagamento per eventuali reclami o richieste di chiarimento rappresenta un evidente ostacolo oneroso e sproporzionato. Sulla questione è intervenuta di recente la Corte di Giustizia UE con la Sentenza del 2 Marzo 2017 nella causa C-568/15 tra Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main eV/ comtech GmbH chiarendo che: qualora il professionista utilizzi una linea telefonica allo scopo di essere contattato dal consumatore in merito al contratto concluso, quest'ultimo non è tenuto a pagare più della tariffa base che deve corrispondere al costo di una chiamata verso un numero fisso geografico o un cellulare standard. Secondo la Corte, la nozione di «tariffa di base» indica, nel linguaggio corrente, il costo di una chiamata standard. Sia il contesto in cui tale nozione è utilizzata nella Direttiva 2011/83/UE, sia la finalità di quest'ultima, vale a dire garantire un livello elevato di protezione dei consumatori, confermano che essa dev'essere intesa secondo tale senso abituale. Infatti, conclude la Corte, se i professionisti fossero autorizzati a fatturare tariffe superiori a quella di una comunicazione standard, i consumatori potrebbero essere dissuasi dall'utilizzare la linea telefonica di assistenza per ottenere informazioni relative al contratto o far valere i loro diritti. La decisione conferma ancora una volta quanto siano a rischio certezze che fino a pochi anni si ritenevano scontate a livello nazionale e di acquis comunitario. Per tutelare queste garanzie, ribadendo ancora una volta che i diritti dei consumatori vanno rispettati, non resta che attendere le decisioni dell'Antitrust sulle decine di segnalazioni presentate dal Movimento Difesa del Cittadino che, siamo certi, rimetteranno le cose in chiaro nell'interesse dei cittadini e di tutte le imprese che operano sul mercato eticamente e nel rispetto delle regole.

CALL CENTER A PAGAMENTO



continua a pag. 2

CALL CENTER A PAGAMENTO,
IL MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO LANCIA UNA CAMPAGNA CONTRO I COSTOSI 199

di Francesca **Marras**

Sono tante le aziende che ricorrono all'utilizzo dei **call center a pagamento** che prevedono **tariffe maggiorate**: si tratta dei noti numeri di telefono con **prefisso 199. Società di telefonia, trasporti, servizi Pay TV, vendita di elettrodomestici** offrono assistenza telefonica al consumatore a un costo maggiorato rispetto alla tariffa base, una pratica che vìola deliberatamente i diritti dei consumatori, i quali si trovano a dover affrontare non solo un acquisto non andato a buon fine, ma anche la lunga e onerosa procedura per ottenere ascolto e assistenza. Una condotta che, di recente, è stata dichiarata illegittima anche dalla Corte di Giustizia dell'Unione Europea. Per questo motivo **il Movimento Difesa del Cittadino** ha lanciato una campagna contro le aziende che ricorrono ai costosi call center a pagamento per **l'assistenza telefonica post-vendita**, predisponendo decine di segnalazioni **all'Antitrust.** Da sottolineare che i costi del call center a sovrapprezzo, già alti in partenza, sarebbero poi suscettibili di ulteriore incremento a causa di lunghe attese in linea o di ripetute interruzioni della comunicazione che obbligano il cliente a richiamare e a pagare, quindi, nuovamente il costo della telefonata e dell'assistenza. Una condotta che, secondo il parere di MDC, comporta **la violazione del Codice del Consumo**, che all'art. 64 stabilisce che "qualora il professionista utilizzi una linea telefonica allo scopo di essere contattato dal consumatore per telefono in merito al contratto concluso, il consumatore non è tenuto a pagare più della tariffa base". MDC sottolinea, quindi, che l'utilizzo di un numero a sovrapprezzo per l'assistenza post-vendita equivale a far pagare due volte un servizio che, secondo il Codice del Consumo, è già compreso nel prezzo pagato dal cliente. In particolare, per la **Corte di Giustizia Europea** la nozione di **"tariffa base"** deve essere interpretata nel senso che il costo di una chiamata relativa a un contratto concluso, effettuata verso una linea di assistenza telefonica gestita da un professionista, non può eccedere il costo di una chiamata verso un numero fisso geografico o verso un numero di cellulare standard. Dunque secondo la Corte, la nozione di "tariffa di base" indica, nel linguaggio corrente, il costo di una chiamata standard. E proprio la definizione di tariffa base è necessaria al fine di garantire un elevato livello di protezione ai consumatori; infatti se le aziende fossero autorizzate a fatturare tariffe superiori a quelle di una telefonata standard ai clienti che hanno già acquistato il prodotto e che hanno bisogno di una qualsivoglia forma di assistenza post-vendita, questi potrebbero essere dissuasi dall'utilizzare i call center, sia per avere semplici informazioni in merito al contratto sia per esercitare i propri diritti come la garanzia e il recesso. Diritti che vengono meno nel momento in cui il costo per fare un reclamo diventa troppo oneroso per il cliente. **Il Movimento Difesa del Cittadino**, in attesa della decisione dell'Antitrust in merito ai casi segnalati, si batte quindi in prima linea contro quella che sembra essere diventata un'abitudine di tante aziende, un escamotage per incassare guadagni extra, a discapito dei clienti, e per dissuadere i consumatori dal far valere i propri diritti.

ALITALIA,
MDC: "SI EVITINO RISCHI PER LA SICUREZZA E VIOLAZIONI DEI DIRITTI DEI PASSEGGERI

di Antonella Giordano

Quarant'anni di salvataggi pubblici costati al contribuente qualcosa come 7 miliardi e mezzo: l'ennesima crisi di Alitalia, oltre che pesare sui bilanci dello Stato e mettere a rischio i lavoratori, desta più di qualche preoccupazione per i diritti dei passeggeri. **"Finché Alitalia opererà resteranno valide tutte le tutele e le protezioni previste dal Codice del consumo e dal Regolamento europeo sui diritti dei passeggeri del trasporto aereo – spiega Francesco Luongo, Presidente del Movimento Difesa del Cittadino sul caso Alitalia** – Nel caso estremo in cui la compagnia fosse messa in liquidazione, i viaggiatori in possesso di un biglietto non saranno più coperti da alcuna protezione e diventeranno "creditori" per la somma equivalente al costo del biglietto. **Purtroppo negli**

anni abbiamo assistito a tanti casi di fallimenti (più o meno improvvisi) di compagnie aeree, a seguito dei quali ci si è completamente dimenticati dei passeggeri che ci hanno rimesso tempo e soldi – denuncia Luongo – Temiamo che nella tensione e nella confusione che sta circondando questo nuovo dramma ci si dimentichi ancora una volta dei milioni di passeggeri che rappresentano l'unico vero patrimonio di Alitalia". **L'Associazione di consumatori ha chiesto ad Alitalia e all'ENAC un intervento urgente e chiarificatore per i passeggeri sul mantenimento di adeguati standard di sicurezza dei voli in programma e di qualità dei servizi bordo.**

Tutto ciò per evitare rischi alla incolumità degli utenti ed un nuovo clamoroso caso di violazione dei diritti dei passeggeri da parte di quella che fu la nostra compagnia di bandiera. **Il Movimento Difesa del Cittadino consiglia la massima prudenza** ai consumatori già in possesso di biglietti e, per coloro che hanno un pacchetto volo+soggiorno acquistato da un'agenzia viaggi o tour operator, di rivolgersi subito a loro per assicurarsi che il volo venga comunque garantito con un'altra compagnia in caso di cancellazioni. **Per l'associazione i rischi maggiori sulla continuità del servizio ci saranno in prossimità del periodo estivo**, con la prossima Amministrazione straordinaria chiamata a garantire con pochi mezzi la regolarità dei voli anche per sperare di fare cassa compensando parzialmente la voragine del debito aziendale. E infatti **è già scoppiata la polemica su un aumento indiscriminato dei prezzi dei biglietti aerei per l'estate.** "E' questa la geniale trovata del management per invogliare i consumatori a sostenere le sorti della nostra compagnia di bandiera?" si chiede il Movimento Difesa del Cittadino commentando i dati, pubblicati sul Sole 24 Ore, secondo cui **da ieri per acquistare voli in Italia dalla seconda metà di giugno alla prima di settembre è disponibile solo la tariffa piena, per una spesa che tra andata e ritorno oscilla tra i 700 e i 1000 euro.** Fino a domenica scorsa sulle stesse tratte erano disponibili anche le due classi tariffarie più economiche, che consentono di volare a 100-200 euro tra andata e ritorno. Nessun trattamento speciale è previsto per i clienti MilleMiglia costretti a svalutare i punti accumulati negli anni e c'è, inoltre, il rischio di un effetto domino verso il rialzo dei prezzi che potrebbe coinvolgere anche le compagnie low cost a tutto danno dei consumatori. **"Il dibattito di questi giorni sul salvataggio di Alitalia continua a svolgersi senza coloro che dovrebbero esserne i veri protagonisti ovvero i passeggeri" denuncia Francesco Luongo, Presidente del Movimento Difesa del Cittadino.** "Una assurdità aggravata dalla decisione di aumentare le tariffe dei voli che come Associazione di consumatori critichiamo senza remore avendo l'unico effetto di allontanare i consumatori verso operatori più convenienti. In mancanza di un confronto serio sulle vere cause della crisi della compagnia aerea per renderla davvero conveniente rispetto ai concorrenti riteniamo minime le speranze di rilancio o di utopistici salvataggi grazie ai risparmi postali degli italiani custoditi dalla Cassa Depositi e Prestiti" conclude Luongo.

MORIRE PER UN SELFIE
NUOVI FENOMENI SUL WEB, VIRALI E PERICOLOSI

di Emanuele **De Luca -Volontario MDC**

Il Web, si sa, è un oceano sconfinato, una risorsa inestimabile ma anche, ovviamente, un posto che nasconde insidie, in particolare per gli utenti meno esperti o più vulnerabili. Un aspetto sul quale porre l'attenzione è sicuramente l'uso che di Internet possono fare i giovani e i giovanissimi, oramai pienamente "nativi digitali", abituati a vivere e a convivere con le tecnologie, ad utilizzare medium diversi, ad essere sempre e comunque connessi in rete.

MDC è da sempre in prima linea nella protezione dei giovani naviganti, in particolare attraverso il progetto "Generazioni Connesse", di cui è partner insieme ad altre associazioni ed istituzioni (Save the Children, Telefono Azzurro e Polizia Postale, tra le altre). L'attenzione si focalizza su problemi come il cyber bullismo, il furto di identità o la diffusione di immagini private, l'utilizzo di chat dove possono aggirarsi malintenzionati.

Ci sono però altri fenomeni preoccupanti che si stanno diffondendo in rete e che meritano un approfondimento. Sempre più spesso balzano agli onori delle cronache (o agli orrori converrebbe forse dire) notizie di giovani e meno giovani morti accidentalmente mentre cercano di scattarsi un "selfie" estremo. Questa pratica, conosciuta come Daredevil Selfie, ha già fatto parecchie vittime in giro per il mondo e anche in Italia. I motivi possono essere vari, fatto sta che si scattano delle foto ad alto rischio, sospesi sui davanzali di alti edifici, sopra dei precipizi, su delle rocce in montagna, con un treno che arriva in corsa e via dicendo, scontando l'esuberanza e la scarsa percezione del pericolo tipica dell'età adolescenziale, oppure semplicemente mettendo da parte il buon senso per fare spazio ad una ipotetica affermazione sociale Oltre a al fenomeno dei Daredevil Selfies ce n'è anche un altro che serpeggia da qualche tempo in rete, forse ben più pericoloso del primo perché non accidentale. Stiamo parlando dei cosiddetti Challenges, ossia delle prove che devono essere compiute da chi vuol partecipare, filmando la propria impresa o dichiarando in video di volerlo fare, postando poi il video a testimonianza del fatto. Le prove possono essere innocue, addirittura con scopi benefici o umanitari[1], oppure trasformarsi in vere e proprie gare della morte.

Uno degli ultimi fenomeni che impazzano sul web è il cosiddetto Ice and Salt Challenge, che consiste nel cospargere una parte del corpo (in genere il braccio) di sale e ghiaccio e poi sfregare violentemente fino a provocarsi ustioni anche gravi. Il tutto, ovviamente, filmato e postato sui social o su Youtube. Una follia, voi direte, ma c'è anche di peggio. Proviene dalla Russia e si è rapidamente esteso in tutto il mondo il Blue Whale Challenge (Sfida della Balenottera Azzurra), un "gioco" a tappe della durata di 50 giorni, durante i quali i partecipanti sono invitati a superare delle prove di varia natura: si comincia incidendosi con un rasoio una balenottera stilizzata sull'avambraccio, si continua con altre prove varie (che vanno dall'alzarsi di notte all'ascoltare della musica particolare a tagliarsi le labbra) fino ad arrivare alla prova finale, ossia il suicidio, da compiersi generalmente lanciandosi nel vuoto da un alto edificio. Alla fine di ogni prova il "concorrente ne deve dare conto con un videomessaggio. Tutto ciò può sembrare assurdo, ma purtroppo non lo è. La domanda, allora, sorge spontanea: come si combatte questa follia?

Come si garantisce, in particolare ai giovanissimi, una navigazione sicura?

Occorre lavorare sull'educazione, non solo rivolta ad un uso corretto e consapevole del web, ma primariamente improntata sul rispetto e sulle differenze. Educare alle differenze, in un ambiente come quello scolastico, dove si incontrano tanti e diversi, è pre-requisito fondamentale ad uno sviluppo sano dei rapporti interpersonali. In un tempo dove a far da padrone è la logica della competizione a tutti i costi, logica che sembra pervadere anche i cicli scolastici obbligatori, tutto ciò può accentuare in maniera preoccupante fenomeni di emarginazione o di bullismo e la conseguente ricerca, per gli esclusi, di una qualsivoglia forma di riscatto, sia essa anche un gesto estremo per mettersi in mostra.
Questo è il punto: nella scuola dell'obbligo non si lascia indietro nessuno, si deve stimolare la competizione ma primariamente la solidarietà ed il mutuo aiuto, la cooperazione e il lavoro di gruppo, l'integrazione e non l'esclusione. Ovviamente vanno fatte anche delle sacrosante distinzioni: fenomeni come i Challenges, ad esempio, sono sicuramente eterodiretti e hanno, per così dire, una regia e delle regole (e possono quindi essere inquadrati anche in alcune fattispecie di reato).
Per questo rimane fondamentale un monitoraggio costante del web, soprattutto da parte di un'utenza consapevole, che può aiutare con delle segnalazioni il prezioso lavoro dei soggetti preposti a questi controlli (come la Polizia Postale, ad esempio).

1 A tal proposito vale la pena ricordare il famoso Ice Bucket Challenge, che consisteva nel rovesciarsi addosso un secchio pieno di acqua e ghiaccio, filmando la scena, a sostegno della ricerca contro la Sclerosi multipla. Il partecipante (un personaggio famoso o una persona comune) doveva poi nominare una persona di sua conoscenza nel video, invitandola a fare lo stesso.

IO SCRIVO ORIGINALE!
GIORNALISTI MADE IN ITALY

di Livia Zollo

La contraffazione sta diventando un settore economico parallelo, un vero e proprio competitor del sistema Paese con un fatturato stimato di 6,9 miliardi di euro secondo Rapporto Censis 2016 che definisce il fenomeno in crescita del 4,4% rispetto al 2012. Nel mercato del falso 100mila occupati e risorse sottratte al fisco per 1,7 miliardi di euro; sequestrati 432 milioni di articoli fake nel periodo 2008-2015. Ma il fenomeno si trasforma: è sempre più «liquido», ora serve il coinvolgimento dei cittadini partendo dai giovani per tutelarli dalla minaccia non solo per l'economia del loro futuro, ma anche per la tutela della loro salute. La nuova campagna del Movimento IO SCRIVO ORIGINALE!Giornalisti made in Italy, in collaborazione con Civicamente e co-finanziata dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale con Decreto n. 7 del 7 marzo 2014, relativo all'Avviso "Giovani per il Sociale", mira a diffondere la cultura della legalità tra le giovani generazioni mediante la comunicazione giornalistica partecipata. In particolare, si punta a sviluppare la consapevolezza delle giovani generazioni sulle conseguenze negative della contraffazione. Il raggiungimento di questo obiettivo permetterà di sviluppare maggiormente l'individualità delle giovani generazioni contrastando il fenomeno giovanile dell'omologazione legata alle tendenze di moda e di massa, spesso alla base dell'acquisto di merce contraffatta tra i giovani. L'iniziativa è dedicata alle scuole secondarie di secondo grado della Campania (I-IV anno) e durerà due anni, con il coinvolgimento delle famiglie degli studenti, degli insegnanti e dei collaboratori scolastici. Il progetto andrà inoltre a sostegno delle istituzioni coinvolte nell'attività di contrasto alla contraffazione, come il Ministero dello Sviluppo Economico, l'Agenzia delle Dogane, i Carabinieri, la Guardia di Finanza e la Polizia di Stato.

Le attività si dividono in due fasi: la prima di formazione dei ragazzi che comporranno le micro-redazioni attraverso la piattaforma e.learning www.ioscrivoriginale.it, la seconda caratterizzata dal Contest giornalistico che condurrà verso la finalissima di maggio 2018. A dicembre 2018, infine, la premiazione a Napoli alla presenza delle istituzioni con la consegna ai componenti della micro-redazione vincitrice di altrettanti tablet. Gli Istituti che hanno aderito dalle province di Avellino, Benevento, Caserta, Napoli e Salerno sono arrivate a 20, ciascuna con più classi iscritte. Parte integrante della Competition è l'attività di formazione e tutoring a cura di un capo redattore e 5 redattrici under 35 anni, nei confronti dei membri delle mini redazioni partecipanti. In particolare, la formazione riguarderà le tematiche legate alla contraffazione e agli elementi base di giornalismo tramite lo strumento dei Learning Object - LO, unità di sensibilizzazione digitale formata da vari media. I LO saranno fruibili sul portale web da tutti gli utenti interessati.
Durante la competizione i ragazzi dovranno produrre contenuti giornalistici sul tema della contraffazione nei seguenti settori:

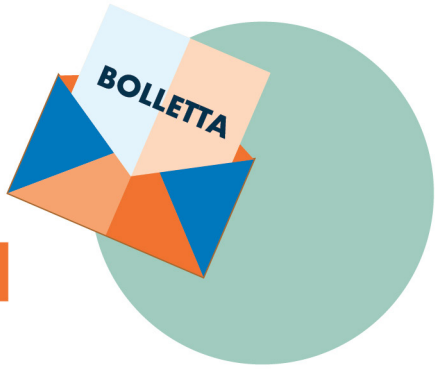
1. abbigliamento, calzature, pelletteria e accessori
2. occhialeria
3. orologeria, gioielleria e oreficeria
4. apparecchiature informatiche
5. giocattoli
6. arredamento, lampade e oggetti di design
7. cibi e bevande

I contenuti prodotti durante il contest saranno pubblicati e votati all'interno del portale web www.ioscrivoriginale.it e nella pagina FB dedicata, massimizzando la divulgazione degli elaborati realizzati dagli studenti delle scuole coinvolte. Sensibilizzare ed educare al consumo consapevole attraverso la cultura del fare, sperimentando quindi le tecniche necessarie per gestire il percorso della notizia, dalla sua individuazione all'interno del contesto di vita frequentato alla sua organizzazione e scelta del formato con cui presentarla, ci sembra la chiave vincente per arrivare ai ragazzi e parlare di contraffazione veicolando il valore positivo di saper scegliere solo merce originale tra le possibilità di acquisto che ci vengono offerte.

io scrivo ORIGINALE!

Giornalisti made in Italy

FAQ
Bolletta Elettrica



Perché ci sono state delle variazioni nella bolletta elettrica?

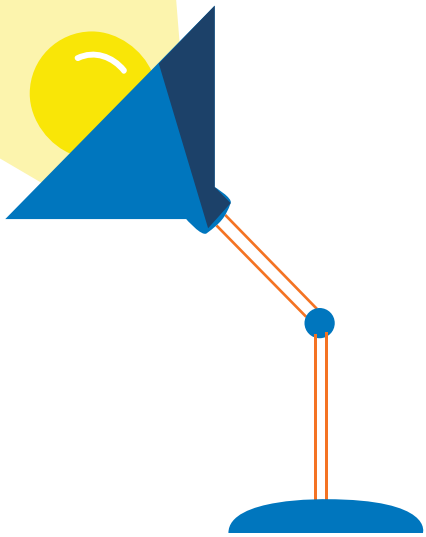
Le variazioni dei costi in bolletta dipendono dall'approvazione della **delibera 582/2015/R/eel**, approvata il 2/12/2015 e con un'entrata in vigore progressiva a partire dal primo Gennaio 2016 fino al primo Gennaio 2018 (quando entrerà completamente a regime).

Quali variazioni di spesa comporta la delibera?

degli attuali utenti (circa 24 milioni) ha consumi inferiori a 2.640 kWh/anno e, dunque, vedrà un aumento in bolletta.

Cosa prevede, in breve, la delibera?

Si abolisce la progressività ossia il meccanismo per il quale il KWh aveva un costo più alto per i consumi elevati e più basso per i consumi contenuti. Inoltre, **dal 1° gennaio 2017, i costi di rete** (cioè i costi pagati per la trasmissione, distribuzione e misura dell'energia elettrica) sono spostati sulla parte fissa, cioè verranno pagati per punto di prelievo e per potenza impegnata, anziché parametrati al consumo effettivo; andrà oltretutto a regime il primo intervento anche sulla tariffa per **gli oneri di sistema**, in modo da diminuire l'effetto di progressività e limitare a due il numero di scaglioni di consumo annuo. Tra le altre novità c'è da ricordare che vengono introdotti **livelli di potenza con un "passo" più fitto** e si riducono i costi per il cambio di livello. Ciò consentirà un maggiore controllo, e una conseguente auspicata riduzione della spesa, sui costi di consumo.



Ministero SALUTE

GIOCATTOLI TOSSICI PER I NOSTRI BAMBINI!

ATTENZIONE AI GOMMOSI "BIANCANEVE E I SETTE NANI" PROVENIENTI DALLA CINA

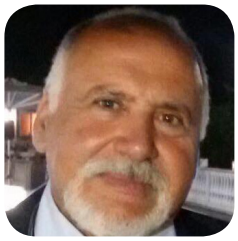
Silvia Biasotto

Pericolo ftalati in giocattoli per i bambini più piccoli. I gommosi Biancaneve e i sette nani distribuiti prodotti in Cina dalla ditta Qu Xiang Toys Factory sono stati sottoposti a divieto di commercializzazione, ritiro e richiamo dal Ministero della Salute per presenza di ftalati, ovvero sostanze tossiche per il sistema riproduttivo e presenti nei giocattoli in tenore superiore rispetto al valore massimo consentito dalla legge. Gli ftalati sono prodotti chimici che vengono aggiunti alle materie plastiche per migliorarne la flessibilità e la modellabilità. Sono sostanze tossiche per la riproduzione, soggette a restrizione europea e spesso presenti nei giocattoli tanto che la loro presenza e il conseguente ritiro dal commercio in vari Paesi europei viene segnalata sistematicamente nel sistema RAPEX a partire dal 2005. Si tratta quasi sempre di giocattoli provenienti dalla Cina. Il rischio per la salute, per i gommosi in questione, è ancora più alto se si considera che si tratta di giocattoli destinati a bambini piccoli che potrebbero introdurre i gommosi in bocca. La confezione dei gommosi Biancaneve e i sette nani riporta come marca la Giav Toys e come codice a barre : GV-4139/B9962.

La Difesa dei Cittadini delle SEDI MDC

MDC COSENZA

Giorgio Durante



La tragedia di Rigopiano, purtroppo, non ha insegnato nulla. L'incolumità di decine di scolari della scuola di Matera di Cosenza in Via de Rada è a rischio. È la denuncia della **sede di Cosenza del Movimento difesa del Cittadino** che, raccogliendo le istanze di decine di genitori, ha effettuato nella mattinata del 3 aprile un secondo sopralluogo nel cortile antistante l'ingresso della scuola. A terra le conseguenze di una notte ventosa e di pioggia: **pigne e rami disseminati ai piedi del pino di circa 20 metri che incombe sull'ingresso frequentato da genitori e scolari.** Da mesi il pino, ormai completamente secco e senza più aghi, perde parti dei suoi rami; il suo destino infatti è proprio quello di venire giù a pezzi (o per intero) abbattendosi, in ogni caso, sul piazzale antistante l'entrata della scuola primaria di Matera: è solo una questione di tempo, da qualche mese già i pezzi vengono giù, nell'indifferenza di tutti. **MDC** da tempo è intervenuta segnalando il problema e il pericolo al responsabile sicurezza della Scuola, segnalazione che a distanza di oltre un mese non ha sortito alcun effetto. Il 3 aprile il nuovo allarme: secondo quanto riferito dal responsabile MDC, il centralino dei Vigili del fuoco allertato ha valutato telefonicamente il problema come non di sua competenza, ma di competenza del Comune proprietario della struttura. A questo punto MDC, preso nota di quando riferito dai Vigili del Fuoco, ha inoltrato via posta certificata la segnalazione ai vari uffici comunali. Al momento nessun sopralluogo è stato effettuato, a dimostrazione della leggerezza con la quale si affrontano i problemi sull'incolumità pubblica.

MDC LAZIO

Alessia Zittignani

Acea cambia il contatore del gas, ma i consumi, invece che ripartire da zero, vengono addizionati dal gestore ai vecchi dati, senza soluzione di continuità. E l'utente si ritrova con consumi stratosferici in bolletta: **oltre 2000 mc di gas a fronte di un consumo reale di meno di 400.** Grazie all'intervento del **Movimento Difesa del Cittadino**, Acea è stata condannata a **rimborsare il consumatore per gli importi pagati, non dovuti**, e dovrà riconoscere all'utente un **indennizzo di 60 euro**, previsto da una delibera dell'Autorità per l'energia elettrica, il gas e il servizio idrico, per la mancata risposta del gestore ai ripetuti reclami effettuati. Grande soddisfazione espressa per i soci **MDC Lazio** dall'**Avv. Alessia Zittignani**, titolare degli Sportelli di Roma Centro e di Roma 5 di MDC, che ha patrocinato il contenzioso per l'utente innanzi al Giudice di Pace di Roma. "La caoticità di gestione di ACEA, unita ad una strategia aziendale non orientata al problem solving nei confronti della clientela, è stata alla base della vicenda – sostiene l'Avv. Zittignani – Tale situazione non poteva non comportare che il Giudice ribilanciasse la posizione dell'utente, attribuendo ad ACEA quelle che sono le sue responsabilità".

MDC LUCCA

Riccardo Lorenzi

L'Avvocato Riccardo Lorenzi, della sede di Lucca del Movimento Difesa del Cittadino, ha seguito i casi di Rugiada Salom e di un ristoratore Lucchese in merito all'azienda lucchese del gas, la Gesam. Come si legge nell'intervento dell'Avv. Lorenzi su "LA NAZIONE", entrambi avevano denunciato la sproporzione tra il costo del gas effettivamente consumato e l'importo in bolletta (fino anche il triplo).

Il ristoratore, in particolare, aveva segnalato una prima lettura errata (con importi maggiori) poi ridimensionata – 2.400 euro da pagare a fronte di circa 800 euro di spesa per il gas consumato – proprio grazie alla sua segnalazione a Gesam. "Il problema è che la bolletta Gesam non è facilmente leggibile perché è trasparente, e perché in generale Gesam opera con criteri di scarsa trasparenza nei confronti dei propri clienti", spiega Lorenzi su "LA NAZIONE". "In ciò contravviene a molte delle disposizioni emanate dall'AEEGSI, cui dovrebbe obbligatoriamente attenersi. Un esempio? Gesam, come le aziende sue pari è obbligata a redigere una carta dei servizi, ove deve indicare i tempi e i modi di risposta ai propri clienti, ed anche le penali che intende pagare se non rispetta le regole; questa "Carta dei servizi" dovrebbe inoltre essere consultabile online sul proprio sito: ebbene, non solo non c'è sul sito, ma non mi risulta che Gesam l'abbia mai redatta".

"Non esiste nemmeno un altro documento obbligatorio, ossia il regolamento per i reclami", continua Lorenzi su "LA NAZIONE", "e non è disponibile un modellino prestampato: tutto è delegato all'accesso fisico degli utenti agli sportelli di Gesam, dove le informazioni vengono scambiate senza che ne resti traccia".

"Per tornare alla bolletta: è priva di trasparenza", spiega ancora Lorenzi, "ci sono voci – come il costo della gestione del contatore – che non è sempre dovuto, ad esempio quanto il contatore è di proprietà della stessa Società che distribuisce il gas; alla voce "altre partite" i costi riportati dovrebbero essere analiticamente imputati a qualcosa (ad esempio: interessi, di mora, intervento di riparazione, ecc.) in modo tale che il cliente possa verificarli; non si dice in bolletta su quali voci sia calcolata l'Iva e perché Gesam la applica in parte al 10% ed in parte al 22%; così come non è dato rilevare in bolletta quali siano le variazioni dei prezzi del gas (che sono trimestrali e vengono pubblicate sul sito dell'Aeegsi, mentre Gesam emette bollette bimestrali). Troppe informazioni mancanti. La trasparenza non c'è".

MENSILE DEL MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO

Direttore Responsabile Francesco Luongo Redazione Silvia Biasotto, Francesca Marras, Livia Zollo, Antonella Giordano Progetto Grafico Eleonora Salvato Sede e Redazione Viale Carlo Felice, 103 00185 Roma tel. 06 4881891 Stampa Sti Tipolitografica Italiana srl Finito di stampare il 28/04/2017

A questo numero ha collaborato Emanuele De Luca Volontario MDC

Il Movimento Difesa del Cittadino nasce nel 1987 con l'obiettivo di promuovere con ogni mezzo la difesa dei diritti, della libertà e della dignità dei cittadini, in particolare nei confronti della Pubblica Amministrazione. Uno scopo a cui, negli ultimi anni, si sono affiancati tanti altri temi legati alla tutela del cittadino e consumatore. Siamo un'associazione rappresentativa dei consumatori a livello nazionale, riconosciuta dal Ministero dello Sviluppo Economico e componente del Consiglio Nazionale dei Consumatori ed Utenti. La nostra rete di oltre 100 Sedi e Sportelli del cittadino in 18 Regioni Italiane offre quotidianamente ai soci servizi di assistenza e consulenza, con esperti qualificati, per tutte le problematiche connesse al consumo ed al risparmio consapevole e sicuro.

L'ISCRIZIONE A MDC COSTA SOLO 1 EURO!

TIENITI AGGIORNATO SU WWW.DIFESADELCITTADINO.IT

E ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER MDC NEWS E SALUTE&GUSTO

SEGUICI SU

MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO

DIFESA DEL CITTADINO

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

Sostegno delle organizzazioni non lucrative di utilità sociale, delle associazioni di promozione sociale, delle associazioni che operano nei settori di cui all'art. 10, c. 1, lett a), del D.Lgs. n. 460 del 1997 e delle fondazioni nazionali di carattere culturale

FIRMA Mario Rossi

Codice fiscale del beneficiario (eventuale) 97055270587

Finanziamento agli enti della ricerca scientifica e delle università

FIRMA

Codice fiscale del beneficiario (eventuale)

Finanziamento agli enti della ricerca sanitaria

FIRMA

Codice fiscale del beneficiario (eventuale)

Sostegno alle associazioni sportive dilettantistiche in possesso del riconoscimento ai fini sportivi rilasciato dal CONI e norme di legge

FIRMA

Codice fiscale del beneficiario (eventuale)

In aggiunta a quanto indicato nell'informativa sul trattamento dei dati, contenuta nel paragrafo 1 delle "Informazioni per il contribuente", si precisa che i dati personali del contribuente verranno utilizzati solo dall'Agenzia delle Entrate per attuare la scelta.

AVVERTENZE Per esprimere la scelta a favore di una delle finalità destinatarie della quota del cinque per mille dell'IRPEF, il contribuente deve apporre la propria firma nel riquadro corrispondente. Il contribuente ha inoltre la facoltà di indicare anche il codice fiscale di un soggetto beneficiario. La scelta deve essere fatta esclusivamente per una delle finalità beneficiarie.

SE SI È ESPRESSA LA SCELTA È NECESSARIO APPORRE LA FIRMA ANCHE NELL'APPOSITO RIQUADRO POSTO IN FONDO ALLA PAGINA.

DONACI IL 5X1000, SCRIVI 97055270587

Iscrizione Tribunale di Roma sezione stampa n. 503-00 del 28.11.2000 poste italiane spa, spedizione in abbonamento postale di 353/03 (conv. 1.46/04) art. 1 c.2, dcb Roma