

# D&C

## DIRITTI&CONSUMI

MENSILE DEL MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO

### DIRETTORE RESPONSABILE

ANTONIO LONGO

### REDAZIONE

SILVIA BIASOTTO  
VALENTINA CORVINO  
LAURA SIMIONATO  
LIVIA ZOLLO  
PAOLO DI LENA

HA COLLABORATO A QUESTO NUMERO:

LEONARDO PINI  
ROSY BATTAGLIA

### COORDINAMENTO EDITORIALE

CONSUMEDIA SOC. COOP. A.R.L.

### PROGETTO GRAFICO

MARCO LOVISATTI

### SEDE E REDAZIONE

VIA PIEMONTE 39A - 00187 ROMA  
TEL. 06 4881891 - FAX 06 4820227  
E-MAIL: DIRITTECONSUMI@MDC.IT

### STAMPA

REPROSTAMPA INDUSTRIA GRAFICA  
FINITO DI STAMPARE IL 28/05/2009

ANNO IX NUMERO 5 MAGGIO 2009

ISCRIZIONE TRIBUNALE DI ROMA SEZIONE STAMPA N.503-00 DEL 28.11.2000  
POSTE ITALIANE SPA, SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE DECRETO LEGGE 353/03  
(CONVENZIONE LEGGE 46/04) ARTICOLO 1 COMMA 2, DCB ROMA

### L'EDITORIALE

#### CONSUMATORI, OCCHI APERTI!

di ANTONIO LONGO

PAG. 1

### IN PRIMO PIANO

#### AL VIA OCCHI APERTI!

di LAURA SIMIONATO

PAG. 2-3

### MDC JUNIOR

#### CENTRI ESTIVI: BOOM DI RICHIESTE IN LOMBARDIA

di ROSY BATTAGLIA

PAG. 4

### ULTIME DALLE SEDI

A CURA DI LIVIA ZOLLO

PAG. 5

### RC AUTO

#### RC AUTO, GIOVANI E NEOPATENTATI: COME SCEGLIERE LA POLIZZA MIGLIORE?

di LAURA SIMIONATO

PAG. 5

### CONSUMATORI A TAVOLA

#### ARANCIATA SENZA ARANCE? NO, GRAZIE

di PAOLO DI LENA

PAG. 6

### L'ESPERTO RISPONDE

#### TASSO FISSO, VARIABILE O...

A CURA DI LEONARDO PINI

PAG. 7

### HC NEWS

A CURA DELLA REDAZIONE DI HELP CONSUMATORI

PAG. 8

### L'EDITORIALE

## CONSUMATORI, OCCHI APERTI!

di ANTONIO LONGO

I consumatori hanno dei diritti, ma troppo spesso non lo sanno. Per potersi difendere hanno bisogno di uno strumento fondamentale: la conoscenza. La **campagna Occhi Aperti!**, che ricordo è finanziata con i fondi derivanti dall'azione dell'Antitrust ricavati dalle sanzioni comminate alle aziende che hanno messo in pratica azioni commerciali scorrette, ha come obiettivo finale quello della diffusione dell'informazione. Occhi Aperti! intende raggiungere bambini, ragazzi e adulti per insegnare le regole, per sviluppare un **consumo attento** ed evitare gli inganni. Su tre fronti: quello delle garanzie dei beni post-vendita, quello delle pratiche commerciali scorrette e quello dell'uso degli strumenti creditizi.

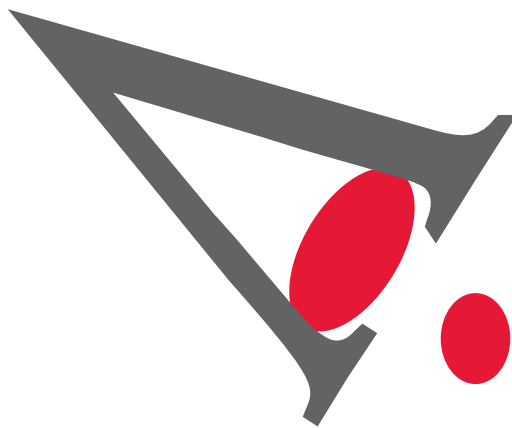
Per quanto riguarda le **garanzie post vendita**, puntiamo a che il consumatore acquisisca alcune semplici regole e, così come mette al sicuro i documenti più importanti, conservi anche le prove di acquisto, soprattutto quando si tratta di prodotti che hanno comportato una spesa rilevante. Spesso è anche l'atteggiamento del rivenditore, che rimette la responsabilità al produttore e scoraggia qualsiasi tipo di richiesta di risarcimento, a deviare il comportamento del consumatore che preferisce rinunciare al proprio diritto piuttosto che farlo valere.

La crescita della consapevolezza passa anche dal buon senso del consumatore. Le **pratiche commerciali scorrette** sono all'ordine del giorno e il

cittadino deve imparare a difendersi. Le logiche della pubblicità fanno leva sull'emozione e sui desideri, ma molto spesso rendono ingenui, soprattutto se i destinatari sono soggetti più vulnerabili. Acquistare una crema che promette il dimagrimento immediato o un prodotto di bellezza che ci renderà irresistibili significa cedere all'inganno. Lo stesso vale se si riceve una lettera che promette la vincita di premi o di vacanze da sogno.

L'attenzione è la madre di tutte le regole, anche sul fronte del credito e dell'uso degli **strumenti**

**creditizi**. Negli ultimi anni si sono moltiplicati gli strumenti che consentono pagamenti dilazionati e che spingono a fare acquisti che altrimenti verrebbero rimandati. Mentre in passato si ricorreva al credito per l'acquisto di un bene durevole e necessario, come un'automobile ad esempio, oggi constatiamo che si utilizza il credito anche per una vacanza in montagna. Anche in questo caso è necessario che il consumatore venga "educato" alla spesa per evitare il rischio di fare il passo più lungo della gamba.



**occhiAperti!**

## AL VIA OCCHI APERTI!

di LAURA SIMIONATO

PARTE LA CAMPAGNA DI INFORMAZIONE DELLE ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI SU STRUMENTI CREDITIZI, PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE E GARANZIE DEI BENI POST-VENTA.

Nel 2008 l'indebitamento dei cittadini ha raggiunto i 60,7 miliardi di euro, si sono registrati 212 casi di pubblicità ingannevole e pratiche commerciali scorrette e sono state comminate sanzioni per oltre 37 milioni di euro, oltre la metà di chi ha acquistato un prodotto difettoso non è riuscito a fare valere la garanzia.

Questi dati dimostrano quanto i **consumatori vittime del mercato** non riescano a difendere le proprie ragioni e di quanto sia necessario informarli sui propri diritti e su come tutelarsi in materia di strumenti di credito, pratiche commerciali scorrette, garanzie post-vendita.

Come spiega **Antonio Longo**, presidente del Movimento Difesa del Cittadino, associazione capofila del progetto Occhi Aperti! "la prima forma di autotutela del consumatore è la conoscenza". "Per tutelarsi - spiega Longo - è infatti necessario avere nozione delle regole e agire nelle sedi opportune. Ed è proprio l'informazione capillare sul territorio nazionale l'obiettivo del progetto che presentiamo".

**Occhi Aperti!** è un progetto di comunicazione a livello nazionale che verrà realizzato nel corso dell'anno per terminare nei primi mesi del 2010

da sei associazioni nazionali dei consumatori (Assoutenti, Cittadinanzattiva, Confconsumatori, Movimento Consumatori, Movimento Difesa del Cittadino, Unione Nazionale Consumatori) al fine di facilitare l'esercizio dei diritti dei consumatori e la conoscenza dei comuni strumenti di tutela in materia di strumenti creditizi, pratiche commerciali scorrette, garanzie post-vendita.

Si tratta, dunque, di una **campagna di informazione e di educazione** che le associazioni impegnate svolgeranno in tutta Italia attraverso le rispettive sedi locali, che comprenderà servizi di informazione, consulenza e assistenza, convegni e seminari, materiale informativo, pagine web dedicate, concorsi nelle scuole e giochi per l'apprendimento degli argomenti per i giovani consumatori, spot radiofonici e audiovisivi.



Nei siti delle 6 associazioni e nel sito [www.occhi-aperiti.it](http://www.occhi-aperiti.it) sono già disponibili gli opuscoli e le guide pratiche sulle tre tematiche.

Per ognuno dei temi sono stati attivati **servizi di consulenza e assistenza diretta ai cittadini** via e-mail ed è, inoltre, prevista una "campagna educativa" per rafforzare il grado di consapevolezza sulle tre tematiche di tutti i cittadini, in

particolare gli studenti delle scuole medie superiori. Si realizzeranno "learning object" rivolti ai professori delle scuole e un **concorso scolastico** cui potranno partecipare gli studenti allo scopo di dare dimostrazione dell'effettivo apprendimento sulle tre tematiche oggetto dell'intervento. La campagna sarà integrata dalla realizzazione di tre **art video**, diffusi sulla rete web secondo il prototipo della cosiddetta "co-

municazione virale", e cioè lo strumento che consente di far circolare i contenuti tra gli utenti grazie alla disponibilità degli stessi di inoltrarsi vicendevolmente il video contenente situazioni accattivanti e strettamente collegate alla concreta esperienza di ciascuno.

Al fine di monitorare l'efficacia e il grado di penetrazione dei contenuti diffusi attraverso la campagna educativa, si realizzerà un **gioco quiz** (con domande su garanzie dei beni post-vendita, strumenti creditizi e pratiche commerciali scorrette) fruibile con un link sui siti delle sei associazioni coinvolte.

Ecco le **attività previste** per ognuna delle tre tematiche del progetto.

## OCCHI APERTI SU... STRUMENTI CREDITIZI



Le sedi delle associazioni in tutto il territorio nazionale offriranno servizi di informazione, consulenza ed educazione ai consumatori nell'**uso degli strumenti creditizi** anche al fine di evitare i rischi dell'indebitamento delle famiglie.

I responsabili degli sportelli delle associazioni si avvarranno della formazione e del supporto in itinere di esperti finanziari per i casi più com-



plexi dell'indebitamento e dell'utilizzo del credito. A tal proposito, è previsto anche un convegno-seminario formativo sull'utilizzo degli strumenti creditizi, sulla corretta gestione del bilancio familiare e sui rischi di indebitamento, con la partecipazione di esperti, funzionari di banca, organismi e associazioni anti-usura, giuristi e docenti universitari.

Per offrire consulenza e assistenza diretta ai cittadini, è attivo anche un indirizzo e-mail dedicato: [strumenticreditizi@occhi-aperti.it](mailto:strumenticreditizi@occhi-aperti.it)

In ottobre, in occasione della **Giornata Mondiale del Risparmio**, sarà organizzata una giornata di informazione sugli strumenti creditizi durante la quale, nei punti di maggiore aggregazione, saranno distribuite oltre a una brochure informativa, anche una Guida OcchiAperti! Strumenti



Creditizi con approfondimenti su credito al consumo, mutui, conto corrente bancario, carte di credito e bancomat. I cittadini possono comunque trovare questo materiale presso gli sportelli e nei siti web delle associazioni coinvolte. Per i piccoli consumatori, un gioco di società che attraverso l'intrattenimento ludico favorisce l'apprendimento delle tematiche finanziarie.

Per raggiungere il maggior numero di cittadini, il progetto prevede, infine, la realizzazione di **servizi radiofonici** sul tema, proposti sui siti web delle associazioni dei consumatori, dove sarà possibile trovare pagine dedicate al progetto con informazioni e approfondimenti.

## OCCHI APERTI SU... GARANZIE POST-VENDITA



Le sedi delle associazioni in tutto il territorio nazionale offriranno servizi di informazione, consulenza e assistenza ai consumatori per fornire loro strumenti utili per esercitare il proprio diritto alle garanzie post-vendita. Sarà organizzato anche un **Convegno-seminario** sul tema con la partecipazione di esperti aziendali, giuristi, docenti universitari e responsabili degli sportelli delle associazioni proponenti e delle associazioni sindacali dei commercianti, rappresentanti delle Camere di Commercio.

E' attivo un indirizzo e-mail diretto dedicato: [garanzie@occhi-aperti.it](mailto:garanzie@occhi-aperti.it)

Anche per questa tematica, oltre a **servizi radiofonici** per informare i cittadini sul tema, sono disponibili presso gli sportelli e nei siti web delle associazioni coinvolte una brochure informativa e una Guida OcchiAperti! Garanzie post-vendita con approfondimenti su questa forma di tutela. Inoltre, nei **centri commerciali** di dieci capoluoghi sarà organizzata una campagna informativa con la distribuzione di un gadget che riproduce le principali caratteristiche delle garanzie post-vendita e le modalità di esercizio e tutela.

## OCCHI APERTI SU... PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE



Per offrire ai cittadini-consumatori strumenti utili per difendersi da pratiche commerciali scorrette, come contratti poco chiari e pubblicità ingannevoli, gli esperti delle associazioni predisporranno anche per questa tematica un servizio di consulenza via e-mail [pratichecorrette@occhi-aperti.it](mailto:pratichecorrette@occhi-aperti.it), una brochure informativa e una Guida OcchiAperti! Pratiche Commerciali Scorrette, pagine web dedicate sui siti delle 6 associazioni, servizi radiofonici. In più, saranno realizzati mini-spot audiovisivi sul tema proposti al pubblico attraverso le pagine web dedicate.

Sarà organizzato un **Convegno-seminario sulle pratiche commerciali scorrette** con partecipazione di esperti di marketing aziendale, giuristi, docenti universitari e responsabili degli sportelli delle associazioni, rappresentanti delle Camere di Commercio.

### PER SAPERNE DI PIU'

Per ulteriori informazioni e dettagli sulle attività previste dal progetto Occhi Aperti! si invita a consultare il sito web [www.occhi-aperti.it](http://www.occhi-aperti.it).

Ministero dello Sviluppo Economico - [www.sviluppoeconomico.it](http://www.sviluppoeconomico.it)

CNCU Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti - [www.tuttoconsumatori.it](http://www.tuttoconsumatori.it)

### I SITI DELLE 6 ASSOCIAZIONI

Movimento Difesa del Cittadino - [www.mdc.it](http://www.mdc.it)

Assoutenti - [www.assoutenti.it](http://www.assoutenti.it)

Cittadinanzattiva - [www.cittadinanzattiva.it](http://www.cittadinanzattiva.it)

Confconsumatori - [www.confconsumatori.it](http://www.confconsumatori.it)

Movimento Consumatori - [www.movimentoconsumatori.it](http://www.movimentoconsumatori.it)

Unione Nazionale Consumatori - [www.consumatori.it](http://www.consumatori.it)

### INDIRIZZI E-MAIL

Per richiedere consulenza e assistenza, contattare una delle sedi locali delle 6 associazioni oppure scrivere agli indirizzi dedicati alle tre tematiche:

[strumenticreditizi@occhi-aperti.it](mailto:strumenticreditizi@occhi-aperti.it)

[garanzie@occhi-aperti.it](mailto:garanzie@occhi-aperti.it)

[pratichecorrette@occhi-aperti.it](mailto:pratichecorrette@occhi-aperti.it)

## CENTRI ESTIVI: BOOM DI RICHIESTE IN LOMBARDIA

DI ROSY BATTAGLIA

SECONDO LA 4A INDAGINE MDC JUNIOR SULLE VACANZE PER BAMBINI E RAGAZZI, LE RICHIESTE SONO AUMENTATE DEL 30% RISPETTO AL 2008.

Ritorna, per il quarto anno consecutivo, l'indagine del Movimento di Difesa del Cittadino Dipartimento Junior, sui centri estivi comunali per bambini e ragazzi dai 3 ai 17 anni, in Lombardia. Oltre a Milano, interessate dalla ricerca anche Brescia, Cremona, Lecco, Monza, Pavia e Varese. "L'intento è quello di continuare a fornire a genitori, famiglie ma anche alle Istituzioni, un contributo al miglioramento del servizio dedicato a bambini e ragazzi nella nostra regione", dichiara Lucia Moreschi, responsabile nazionale di MDC Junior.

### Centri estivi aperti ad agosto a Milano, Brescia, Cremona e Monza con aumento iscrizioni

Tra le amministrazioni comunali che prevedono centri ricreativi aperti per tutto il periodo estivo, soprattutto ad agosto, MDC Junior segnala oltre Milano, Brescia, Cremona e Monza. A Varese, Lecco e Pavia, invece saranno chiusi e addirittura, in alcuni casi, come a Varese, non sono previsti centri aperti per i bambini dai 3 ai 5 anni per tutto il periodo estivo da giugno ad agosto. Il dato sostanziale che emerge dall'inchiesta del Dipartimento Junior di MDC è come, quest'anno, la domanda risulti in generale superiore all'offerta, non solo a Milano, ma in

tutte le province interessate dall'indagine con, in alcuni casi, un lieve aumento dei costi per le famiglie.

### Milano: boom di richieste, aumentano le liste di attesa: migliora il servizio?

Particolare poi la situazione di Milano: a fronte dell'aumento delle iscrizioni il Comune risponde non aumentando l'offerta ma, di fatto, frammentandola. "Appare strano - dichiara Moreschi - come in un momento di forte crisi economica, non si sia previsto un adeguato aumento del servizio, ad esempio per le colonie estive, fiore all'occhiello dei servizi educativi milanesi".

Impressione confermata dal boom di iscrizioni alle colonie marine e montane gestite dal comune, con un 28% in più dello scorso anno, secondo i dati elaborati da MDC Junior, in base alle graduatorie pubblicate on-line anche sul sito del Comune dedicato, [www.comune.milano.it/estatebambini2009](http://www.comune.milano.it/estatebambini2009), e una lunghissima lista d'attesa pari a oltre 1700 bambini. Mentre, per gli altri servizi in città, come nel caso dei centri estivi, si è scelto di limitare e frazionare il servizio e, in pratica di "esternalizzarlo" attraverso i campus estivi.

"Infatti, i 37 centri estivi delle scuole primarie quest'anno rimarranno completamente chiusi ad agosto - denuncia Moreschi - sostituendoli di fatto, con i campus settimanali, gestiti da enti



ed associazioni private, sportivi e religiosi, al medesimo prezzo dello scorso anno (40 euro a settimana) esclusi i pasti".

La frammentarietà del servizio ha disorientato alla fine i genitori: dai dati delle graduatorie (rilevati online al 28 maggio 2009 ndr), emergono però diversi problemi: in diversi casi, come nei campus Pianeta Azzurro di Calvairete e Macaliese, ad esempio, per il mancato raggiungimento del numero minimo di iscritti, i campus non saranno aperti e i ragazzi saranno dirottati su altri centri disponibili.

### Monza: boom di richieste ed eccellenza nella scelta degli educatori

Anche a Monza boom di richieste dei centri estivi comunali, con quasi 300 bambini in più contro i 1260 posti previsti per l'anno 2009. Pur essendo state chiuse le iscrizioni al 20 aprile 2009, il Comune dovrebbe, comunque, provvedere all'intera copertura dei posti. Chiaro e preciso il capitolato d'appalto in merito alla qualifica degli operatori dei centri che devono essere adeguatamente formati e con esperienza pregressa nei Centri estivi di almeno 3 anni.

### Cremona: sono ancora aperte le iscrizioni

A Cremona, invece, le iscrizioni ai "Centri Ricreativi Diurni" sono aperte dal 18 maggio 2009 e si chiuderanno il 19 giugno per il mese di luglio; dal 6 luglio al 17 luglio per il mese di agosto. Tutte le informazioni sono state raggruppate in un unico opuscolo che è in distribuzione in questi giorni alle famiglie e sono presenti on-line al link [http://www.comune.cremona.it/bd\\_ui-view-Content-id\\_info\\_form-63.phtml](http://www.comune.cremona.it/bd_ui-view-Content-id_info_form-63.phtml)

### Brescia: centri estivi comunali aperti tutto il mese di agosto

Le proposte della città di Brescia continuano a perseguire il modello di integrazione tra servizio pubblico e privato, con proposte, per tutto il periodo estivo, per bambini e ragazzi dai 3 fino ai 21 anni, come nel caso del Centro di Aggregazione Giovanile "La ludo", gratuito ed attivo dall'8 giugno fino al 31 agosto.

### A Pavia centri chiusi ad agosto ma proposta di progetti per l'integrazione di bambini e ragazzi

Pavia, al secondo anno di rilevazione da parte di MDC Junior, dimostra di avere programmato un discreto servizio, i bambini dai 3 agli 11 anni, istituendo due centri estivi diurni. Il periodo di apertura dei centri è compreso tra il 22 giugno al 31 luglio 2009, lasciando scoperto, quindi, il mese di agosto. Da segnalare per i bambini ed i ragazzi di recente arrivo nella città di Pavia, il progetto "Impariamo giocando" in collaborazione con l'associazione BABELE Onlus nell'ambito dei "Percorsi locali per l'integrazione", che realizza un laboratorio estivo gratuito di lingua italiana, affiancato ad attività ludico-ricreative.

### Lecco: solo 160 posti disponibili e niente servizio per il mese di agosto

A Lecco il comune mette a disposizione anche per quest'anno solo 160 posti da suddividere tra i bambini e ragazzi dai 6 ai 12 anni, con modalità di iscrizione un po' dispersive. In ogni caso è possibile reperire ulteriori informazioni sul sito del comune di Lecco: [www.comune.lecco.it](http://www.comune.lecco.it) o telefonando al 0341 48154/481358.

### Varese: niente servizi comunali per i bambini dai 3 ai 6 anni, aperti ad agosto solo i centri privati

Fanalino di coda per Varese: solo 3 centri estivi comunali per i bambini delle scuole primarie saranno aperti dal 22 giugno al 31 luglio, chiusi durante il mese d'agosto. Inoltre, non esistono strutture pubbliche per i bambini delle scuole d'infanzia durante i mesi di luglio e agosto.

L'indagine completa è scaricabile al link:

<http://www.mdcjunior.it/data/cms/doc/doc123.pdf>

### DATE UN VOTO AL CENTRO ESTIVO DI VOSTRO FIGLIO!

MDC Junior è a disposizione dei genitori e delle famiglie che volessero segnalare efficienze, ma anche disservizi del sistema nel corso dell'estate, in modo da poter integrare i dati raccolti con un voto di gradimento del servizio da parte dei bambini e sul suo funzionamento da parte delle famiglie. Ciò sarà possibile telefonando al 02 89 055396 o via mail, all'indirizzo [junior@mdc.it](mailto:junior@mdc.it) o entrando nel forum del sito [www.mdcjunior.it](http://www.mdcjunior.it), dove sarà possibile esprimere la propria opinione e votare il sondaggio in modo anonimo.

A CURA DI LIVIA ZOLLO

**MDC LAZIO****Digitale terrestre: posticipato lo switch over nel Lazio**

Con la proposta al Governo di posticipare la prima tappa del passaggio dall'analogico al digitale al 1° agosto, l'assessore alla tutela dei consumatori della Regione Lazio, Vincenzo Maruccio, ha dato una risposta alle richieste delle Associazioni dei consumatori tra le quali il Movimento Difesa del Cittadino (MDC) Lazio, che ha ricevuto numerose segnalazioni e proteste dai cittadini, colti alla sprovvista alla notizia dello **switch over**. Un'iniziativa che dimostra la preoccupazione e l'interesse dell'assessore ad andare incontro ai cittadini, ma che purtroppo, se accolta, non fa che rattoppare alla bene e meglio il grave ritardo con cui la Regione Lazio si è apprestata a informare le famiglie in modo adeguato sul funzionamento della tv digitale terrestre e sulle modalità di acquisto del decoder. "La campagna d'informazione appena avviata doveva quantomeno essere iniziata a inizio 2009 - spiega Livia Zollo, presidente del MDC Lazio - per dare la possibilità anche alle fasce più deboli della popolazione di capire e di organizzarsi in tempo". "Il disagio delle famiglie, purtroppo, rimane. Ma quello che più ci preoccupa ora - conclude Zollo - è sapere da Governo e dalla Regione Lazio l'ammontare dei sussidi previsti (e se sono previsti!) per agevolare l'acquisto del decoder terrestre per le famiglie disagiate".

**MDC CIVITAVECCHIA****Ricorso al TAR contro l'aumento della tariffa rifiuti**

Un aumento esponenziale dei costi nel ciclo dei rifiuti si è riversato sulle tasche dei cittadini, mentre la raccolta differenziata ha percentuali irrisorie e la raccolta porta

a porta non è mai iniziata: queste le denunce dalle quali è partito il **Movimento Difesa del Cittadino di Civitavecchia**, che ha presentato un ricorso al Tar del Lazio contro l'aumento della tariffa rifiuti chiedendone l'annullamento. "I cittadini ci hanno contattati, lamentando le **esorbitanti tariffe** che riguardano il ciclo dei rifiuti nel Comune di Civitavecchia", denuncia l'associazione. Dalle verifiche sul territorio, emergono secondo MDC una serie di inefficienze che riguardano "raccolta differenziata a livelli insignificanti, raccolta porta a porta mai iniziata, stipendi di Manager non in linea alle normative ed ulteriori problematiche circa la gestione della Municipalizzata", che hanno portato a un aumento esponenziale dei costi. Ma, denuncia MDC, "non si possono far pagare ai cittadini le **inefficienze degli amministratori**": "Se la raccolta differenziata è inferiore al 2%, irrisorio in confronto al valore medio del 10,4% della **Regione Lazio** e quasi risibile in confronto agli obiettivi previsti dalla legge, pari al 35%, il conseguente maggior costo di conferimento in discarica non può essere pagato dai cittadini". Da qui la decisione di presentare ricorso al Tar chiedendo di annullare la delibera che ha deciso gli aumenti e di sospenderne da subito gli effetti.

**MDC PALERMO****Tariffa rifiuti, associazioni sul piede di guerra**

"Per l'ennesima volta le associazioni dei consumatori vengono raggirate dalla 1^ Commissione Consiliare: invitate a un tavolo di confronto a palazzo delle Aquile per discutere sulla Tarsu, nessuno si presentava e veniva ipotizzata un ulteriore rinvio in luogo e data da destinarsi". È quanto dichiara il **Movimento Difesa del Cittadino Palermo** che chiede a Prefetto, Sindaco e Presidente della Regione che i diritti di rappresentanza non vengano negati e che ci sia la volontà a considerare le posizioni delle associazioni dei consumatori che avevano con una lettera aperta espresso le perplessità sull'aumento della Tarsu. "È una situazione inaudita e inverosimile - commenta Giuseppe Messina, Presidente di Mdc Palermo - che dopo l'**aumento della Tarsu del 105% in due anni**,

senza alcun giustificato motivo, venga ulteriormente aumentato del 35% a fronte di un piano industriale e dei servizi di cui le associazioni non hanno alcuna conoscenza. L'Amministrazione comunale si trova a dover fronteggiare il **deficit gestionale dell'Amia**, premiando inopportuno una cattiva gestione, invece d'intervenire razionalizzando il sistema di raccolta rifiuti. La mancata attivazione della raccolta differenziata - continua Messina - è un ulteriore danno per i cittadini che non potranno usufruire delle premialità e in più stante che la produzione dei rifiuti a Palermo si è stabilizzata come nel resto d'Italia, è inspiegabile come si possa aumentare la tassa a fronte dello stesso servizio codificato".

**MDC PARMA****Piscine sicure per tutti**

**Mdc Parma** ha messo a punto un vademecum per cercare di limitare gli incidenti in piscina e chiede, attraverso il lancio di una petizione on line sul sito [www.mdc.it](http://www.mdc.it), l'approvazione di una legge per rendere i locali più sicuri al pari di altri Stati Europei. **Piscine più sicure, specialmente quelle che accolgono i più piccoli**, è quanto chiede il Movimento Difesa del Cittadino che si è fatto promotore di una serie di iniziative volte a far conoscere i rischi della balneazione e a far approvare una legge che obblighi a rendere sicure le piscine soprattutto per i più piccoli. "In Francia, - spiega Michele Saldina, responsabile della sede MDC di Parma e promotore dell'iniziativa - dal gennaio 2006 tutte le piscine devono dotarsi di protezioni, per evitare il pericolo di cadute accidentali in acqua. In Australia e Nuova Zelanda, tale obbligo esiste fin dal 1991 e ha dimostrato la sua efficacia, con una sensibile diminuzione degli annegamenti". "In Europa, invece, gli annegamenti rappresentano la **prima causa di morte nella fascia di età da 1 a 4 anni**, e nei paesi più sviluppati, si verificano soprattutto in piscina. Bastano pochi secondi, una semplice distrazione oppure un comportamento imprevedibile del bambino, perché si consumi un dramma".

**RC AUTO****RC AUTO, GIOVANI E NEOPATENTATI: COME SCEGLIERE LA POLIZZA MIGLIORE?**

di LAURA SIMIONATO

CALCOLO DEI PREVENTIVI ONLINE, NUMERO VERDE E GUIDE: QUESTI I PRINCIPALI STRUMENTI DELLA CAMPAGNA PROMOSSA DA MDC, MC E CODICI

**Neopatentati** e giovani che vogliono assicurare la propria auto costituiscono la categoria più penalizzata: arrivano a pagare anche oltre 3.000 euro per un'assicurazione RC Auto. Scegliere, allora, una polizza assicurativa conveniente diventa ancora più importante. Per questo, Movimento Difesa del Cittadino, Movimento Consumatori e Codici hanno lanciato la **campagna R.C.A. Responsabili Consapevoli Attenti**, rivolta in primo luogo a questa categoria di assicurati.

L'iniziativa, realizzata con il patrocinio e il contributo finanziario del Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti (CNCU), vuole informare sul settore R.C. Auto gli assicurati, in particolare **neopatentati e giovani** che molto spesso non hanno gli strumenti adeguati né l'esperienza per orientarsi nel panorama di offerte delle compagnie e scegliere la polizza più conveniente e adatta alle specifiche esigenze.

Oltre a un servizio per **calcolare online il preventivo** per la propria polizza RC Auto e il prezzo migliore sul mercato attraverso la comparazione delle tariffe (accessibile anche tramite [www.mdc.it](http://www.mdc.it)), le tre Associazioni di consumatori,

hanno attivato un **Numero Verde 800.589.218**, attivo dal lunedì al venerdì dalle 9:00 alle 13.00, e indirizzi e-mail dedicati ([rcauto@movimento-consumatori.it](mailto:rcauto@movimento-consumatori.it) - [rcauto@mdc.it](mailto:rcauto@mdc.it) - [rcauto@codici.org](mailto:rcauto@codici.org)) per offrire assistenza diretta agli utenti.

Sui siti web delle Associazioni è possibile anche consultare informazioni e materiali utili sul mondo delle assicurazioni: le FAQ, il glossario, la normativa, la guida su RC Auto e "polizze giovani".

"R.C.A. Responsabili Consapevoli Attenti nasce dalla volontà di contribuire a creare una nuova

generazione di giovani utenti della strada attenti alle tematiche relative all'assicurazione di Responsabilità Civile, in grado di capire cosa viene loro offerto dalle compagnie e di scegliere consapevolmente secondo il proprio profilo di rischio - spiegano **Movimento Difesa del Cittadino, Movimento Consumatori e Codici** -. La scelta della polizza migliore non è facile sia per il numero elevato di compagnie che operano sul mercato e delle diverse offerte, sia per la complessità delle norme contrattuali, sia perché le informazioni reperibili sui siti Internet e nelle agenzie sono spesso più orientate alla pubblicità che all'informazione".

**DEVI ACQUISTARE UNA POLIZZA? ECCO ALCUNE FAQ (FREQUENTLY ASKED QUESTIONS)****Il contraente di una polizza R.C. Auto può essere una persona diversa dall'intestatario al P.R.A.?**

Sì. I contratti di assicurazione prevedono oltre all'assicurato, altri due soggetti: l'intestatario al P.R.A., che è il proprietario del veicolo come risulta dal libretto di circolazione, e il contraente, cioè chi stipula e paga la polizza. Quindi, si può stipulare una polizza con contraente e intestatario del veicolo che non siano la stessa persona. Inoltre il contraente può essere diverso da una annualità all'altra e può utilizzare la classe di merito del proprietario del veicolo, purché questi rimanga invariato.

**Posso usufruire della classe di merito maturata da un mio familiare per un'autovettura già di mia proprietà?**

No. Se l'auto non è di nuova proprietà, la classe non può passare da un soggetto a un altro se non in particolari condizioni, ad esempio tra moglie e marito se in regime di comunione di beni.

**Posso utilizzare la classe di merito che ho già maturato sulla mia auto per l'autovettura che sto acquistando per mio figlio?**

Sì, se l'autovettura da assicurare è di nuova proprietà; se il familiare è stabilmente convivente; se la classe maturata è riferita anch'essa a un'autovettura; in questo caso potrai beneficiare delle agevolazioni previste dall'applicazione della Legge Bersani.

## ARANCIATA SENZA ARANCE? NO, GRAZIE

DI PAOLO DI LENA

Nell'aranciata resta l'arancia. La Commissione Politiche dell'Unione Europea della Camera ha approvato l'emendamento soppressivo dell'articolo 21 che abrogava la legge n. 286 del 3 aprile 1961, riguardante il requisito minimo di percentuale del 12% di **succo d'arancia** per produrre aranciata. L'articolo 21 della legge avrebbe, in-



vece, consentito anche nel nostro Paese la commercializzazione di bevande al gusto d'arancia senza tuttavia contenere neppure una minima percentuale di agrumi.

Questa possibilità era prevista dal progetto di legge comunitaria già licenziato dal Senato e avrebbe avuto l'effetto di confondere e disorientare gli stessi consumatori che, si sarebbero trovati a bere un prodotto, reclamizzato per i suoi contenuti di frutta, senza tuttavia contenerli. A pagarne le spese sarebbero stati anche i produttori italiani di agrumi, già costretti ad affrontare una situazione di mercato sempre più difficile e con pesanti costi di gestione.

Finora, ogni anno, i deputati avevano detto **no alla norma "anti vitamina C"**, in coerenza tra l'altro con tutte le campagne finanziate dal Governo a favore di un'alimentazione sana e in coerenza con tutti i soldi spesi da Bruxelles per promuovere frutta e verdura nelle scuole (90 mln di euro, ma Strasburgo ha chiesto che se ne spendano 500).

Così, si è deciso di lasciare in vigore **la legge italiana n.286 del 1961**, che garantisce ai consumatori "un minimo sindacale" di succo d'agrumi del 12% nelle bevande "con denominazioni di fantasia" con gusto e aroma e colore di agrumi evitando il chiaro inganno, nonché l'assurdo, di un'aranciata senza arancia o di una limonata senza limone. Inganno aggravato dal fatto che consumatori di queste bevande sono per lo più i ragazzini.

### I commenti

Il Ministro delle Politiche agricole alimentari e forestali, **Luca Zaia**, ha commentato positivamente il provvedimento della Camera: "Una de-

cisione importante presa in favore dei consumatori e a difesa di una produzione d'eccellenza della nostra agricoltura. Con questo no della Camera - ha spiegato - si fa un ulteriore passo avanti per chiudere una partita che andava contro ogni regola di buon senso e che avrebbe portato sulle tavole degli italiani le aranciate senza arance. Una stortura che avrebbe messo in serie difficoltà un comparto strategico come quello dell'agrumicoltura".

"Con questo no si garantisce innanzitutto agli italiani di poter consumare un **prodotto di qualità e sicuro** - ha detto il Ministro - Abbiamo rimesso a posto una situazione che avrebbe avuto delle ripercussioni serie per un settore che ci sta a cuore in quanto comparto fondamentale dell'agricoltura e dell'agroalimentare italiani".

Per la **Coldiretti**, la sostituzione del succo con aromi e coloranti sarebbe stato un inganno per i consumatori e avrebbe posto seri dubbi sugli effetti per la salute considerato che molte di queste sostanze sono oggetto di studi e verifiche per il loro supposto effetto negativo sui bambini (iperattività). D'altra parte, l'elevato contenuto di zuccheri ha sicuramente effetti negativi sul preoccupante aumento della percentuale di casi di obesità e sovrappeso tra i giovani. L'organizzazione ricorda che la tendenza all'abbandono della dieta mediterranea, con una diminuzione del 20% dei consumi di frutta e verdura negli ultimi cinque anni, è una delle cause dell'aumento dell'obesità insieme alla scarsa attività fisica. Si stima che un terzo dei bambini fra 6 e 11 anni sia obeso o sovrappeso.

## SUCCHI DI FRUTTA, COME SCEGLIERLI?

DI LAURA SIMIONATO

Nella scelta del succo di frutta è necessario innanzitutto fare attenzione alla denominazione e leggere attentamente le etichette nutrizionali (in particolare, i conservanti e la quantità di zuccheri aggiunti).

**Concentrato di frutta:** prodotto ottenuto dalla purea di frutta mediante eliminazione di una determinata quantità di acqua in costituzione.

**Polpa di frutta:** prodotto ottenuto dalle parti commestibili del frutto senza l'eliminazione del succo.

**Purea di frutta:** prodotto ottenuto mediante la setacciatura della parte commestibile dei frutti interi o senza buccia, senza l'eliminazione del succo.

**Nettare di frutta:** prodotto fermentescibile ma non fermentato, ottenuto con l'aggiunta di acqua, zuccheri (limite massimo 20%) o miele alla purea di frutta. Di consistenza densa, il nettare ha una percentuale di frutta minima compresa tra il 30 e il 50% secondo il gusto, non ha aromi né coloranti.

**Bevanda alla frutta:** prodotto preparato a partire da puree o concentrati con una percentuale finale minima di frutta (12%, al di sotto del quale si parla di bevanda al gusto di frutta). Le caratteristiche organolettiche vengono esaltate con l'aggiunta di aromi e coloranti.

**Succo di frutta da concentrato:** prodotto ottenuto reinserendo nel succo di frutta concentrato l'acqua estratta dal succo al momento della concentrazione, e ripristinando gli aromi.

## SUCCHI DI FRUTTA SÌ, MA... ATTENZIONE AL DIABETE!

DI LAURA SIMIONATO

I succhi di frutta aumentano del 18% le probabilità di insorgenza del **diabete di tipo 2**, quello cosiddetto alimentare. Queste bevande a base di frutta e soprattutto zuccheri bruciano i benefici di una dieta sana composta, invece, di verdure e frutta fresca, che al contrario si dimostrano capaci di tagliare i rischi di ammalarsi della malattia. Sono queste le conclusioni di uno studio pubblicato su **Diabetes Care** e realizzato dalla Scuola di salute pubblica dell'università di Tulane, in Usa, condotto su 71.346 donne tenute sotto osservazione per ben 18 anni. Di queste, ben 4.529 nell'arco di tempo preso in considerazione hanno sviluppato il diabete di tipo 2. L'intero campione era stato diviso in 5 gruppi in base alle abitudini alimentari, anche in relazione alle quantità di frutta e verdura fresche consumate, o di succhi di frutta bevuti.

Ebbene, **tre porzioni di frutta fresca al giorno**, da sole, riducono del 18% le probabilità di insorgenza del diabete, e una sola portata di verdure incrementa i benefici di un ulteriore 9%. Basta però una porzione di succo di frutta per mandare in fumo per intero i benefici delle tre porzioni di frutta fresca. All'origine del meccanismo, secondo i ricercatori, risiederebbe la grande quantità di zuccheri contenuta nelle bevande, che introdotta in forma di liquidi viene assorbita molto velocemente.

## TASSO FISSO, VARIABILE O...

di LEONARDO PINI

## PRIMO QUESITO

“Il mese scorso io e mia moglie abbiamo stipulato il compromesso per l'acquisto della nostra nuova abitazione che richiede un impegno finanziario maggiore rispetto a quello preventivato, a causa di alcuni lavori di ristrutturazione inderogabili. Il mutuo che originariamente avevo richiesto era a tasso fisso per 25 anni, perché sia io che mia moglie non siamo avvezzi a correre rischi finanziari, ma essendo costretti a chiedere un importo maggiore il consulente dell'istituto mi ha proposto la sottoscrizione del mutuo a tasso variabile o con il CAP per ottenere una rata meno onerosa. Cosa mi consigliate di fare?”

E-mail firmata

## La risposta del nostro esperto

Come si evince chiaramente dalla sua lettera, dinanzi alla richiesta di un finanziamento preferisce non correre ulteriori rischi. Pertanto, il consiglio che posso darle è quello di orientarsi sul tasso fisso cercando, nei limiti di quanto è possibile ma con insistenza e convinzione, di negoziare lo spread (il margine di interesse della banca) migliore con la sua banca.

Si ricordi, inoltre, che nessun tasso variabile può garantire in assoluto un risparmio sul costo di un finanziamento, proprio perché la caratteristica di variabilità del tasso dipende dall'anda-



mento dei mercati finanziari e monetari che, come lei sa, mutano continuamente nelle aspettative e negli effetti economici, pertanto la scelta fra il tasso fisso o il tasso variabile deve essere sempre subordinata alla consapevolezza del rischio che intende assumersi.

Per quanto concerne, invece, i prodotti a tasso variabile con il cosiddetto cap (limite oltre il

quale il tasso non può salire), solitamente vengono offerti dagli istituti con spread più alti rispetto ai classici fisso e variabile, per cui raramente sono negoziabili, tuttavia va sempre preventivamente analizzato ogni aspetto contrattuale del mutuo e, in particolare, le clausole che regolano la copertura (cap) in caso di rialzo dei tassi.



## L'ESPERTO

Leonardo Pini, consulente finanziario del progetto Occhi Aperti!  
www.occhi-aperti.it  
strumenticreditizi@occhi-aperti.it

## SECONDO QUESITO

“Ho contratto un mutuo a tasso fisso per acquisto prima casa nel dicembre del 2007 a un tasso di interesse nominale annuo del 5,85% per 30 anni; vista la discesa dei tassi nel corso dell'ultimo anno mi chiedo se era il caso di rinegoziare il mio contratto magari modificando il tasso in variabile. Ho fatto due conti ed effettivamente la rata risulterebbe meno onerosa. Che cosa mi consigliate di fare?”

E-mail firmata

## La risposta del nostro esperto

Per la scelta fra fisso o variabile vale quanto detto nella precedente lettera. Tuttavia prima di prendere decisioni che potrebbero poi in futuro risultare avventate, le consiglio di recarsi presso la sua banca o accedere al sito web per conoscere le offerte migliori che il suo istituto riserva a chi volesse accendere o rinegoziare il proprio mutuo o eventualmente anche quelle di qualche altro istituto.

Comunque posso anticiparle che, alla fine della sua indagine, non potrà fare a meno di notare che i nuovi spread applicati dal suo, come da altri istituti di credito, sono di gran lunga superiori rispetto, per esempio, allo spread nel suo originario contratto di finanziamento (tenuto conto dell'euroirs a dicembre 2007 il suo spread è al di sotto dell'1%!). Pertanto, le sue eccessive ed ottimistiche aspettative sul risparmio del costo finanziario del suo mutuo potrebbero rimanere deluse.

## TIPOLOGIE DI MUTUO E PRODOTTI

## TASSO FISSO

Parametro di indicizzazione EUROIRS

## TASSO VARIABILE

Varia in relazione al parametro di indicizzazione EURIBOR

## TASSO BCE

Varia in relazione al tasso ufficiale BCE

## TASSO MISTO ( CON OPZIONE)

Durante l'ammortamento del mutuo è possibile modificare, secondo scadenze e condizioni stabilite nel contratto, il tipo di tasso applicato inizialmente scegliendo tra tasso fisso e tasso variabile.

## CAP

Tasso variabile con limite massimo predefinito oltre il quale il tasso d'interesse non potrà mai salire. A tale garanzia corrisponde sempre uno spread più alto.

## TASSO BILANCIATO

Composto da una parte a tasso fisso e una a tasso variabile.

## TASSO VARIABILE RATA COSTANTE

Nel caso di rialzo dei tassi si allunga la durata del mutuo o viceversa ;il prodotto in passato offerto solo da alcune banche è stato al centro di grandi polemiche ;il rialzo consistente dei tassi negli anni precedenti non ha consentito alle banche di mantenere inalterata l'entità della rata venendo meno quindi agli accordi previsti dal contratto.

## TASSO D'INGRESSO

Molte banche pubblicizzano prodotti con tassi più concorrenziali rispetto a quelli di mercato; in realtà sono tassi che vengono applicati solo per 3,6,12 mesi, massimo 2 anni superati i quali viene applicato il tasso a regime, che è sempre più elevato, fisso o variabile che sia.

## Come scegliere?

Così come per qualsiasi altro prodotto finanziario l'unico vero grande elemento di valutazione deve essere la giusta e **obiettiva valutazione dei rischi e la consapevolezza**, non la percezione, del rischio che ciascun risparmiatore intende assumersi. La scelta fra fisso e variabile (alla fine ricade qui la scelta nella stragrande maggioranza dei casi), anche se fortemente condizionata dalle mutevoli condizioni dei mercati monetari e finanziari in cui si adotta, deve sempre rimanere una scelta motivata dalla consapevolezza del rischio e dalla valutazione attuale delle conseguenze che **nella peggiore delle situazioni future** questa scelta può rappresentare.

**PRELIMINARI DI VENDITA, ADESSO C'È UNA GUIDA PER COMPRENDERLI AL MEGLIO**

La collaborazione tra Consiglio Nazionale del Notariato e le Associazioni dei Consumatori appartenenti al CNCU (Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti) ha dato un nuovo frutto. Si tratta della **Guida alle Garanzie Preliminari** per l'acquisto di una casa: uno strumento utile e trasparente che chiarisce al cittadino, sia esso il venditore o l'acquirente, quali sono i suoi diritti e doveri rispetto all'atto preliminare di vendita, quel compromesso con cui le parti si obbligano a concludere una compravendita, stabilendone modalità e termini.

"Questa guida ha un significato particolare - ha detto **Paolo Piccoli**, Presidente del Consiglio Nazionale del Notariato durante la conferenza stampa di presentazione della guida - perché entra nel vivo dell'acquisto della casa e fa capire al cittadino che il contratto preliminare è complesso e contiene una serie di verifiche da fare per non incorrere in problemi economici o giuridici".

"Purtroppo il contratto preliminare non è un contratto standard - ha precisato il notaio Rizzi che ha lavorato alla stesura della Guida - quindi si deve diffidare da chi presenta un modello standard perché il preliminare è come un vestito tagliato su misura, va fatto caso per caso. Grazie alle Associazioni dei Consumatori - ha aggiunto Rizzi - siamo riusciti a tradurre il nostro linguaggio tecnico in linguaggio semplice e utile a tutti".

"Spesso è proprio nell'acquisto della prima casa che si fanno errori - ha ribadito **Antonio Longo**, Presidente del Movimento Difesa del Cittadino (MDC) - La garanzia preliminare è importante e questa Guida arriva in un momento delicato in cui il Governo sta mettendo in discussione il ruolo dei notai come intermediari, che ci affiancano nell'acquisto della prima casa. Ci impegniamo, per questo, a diffondere questa Guida nelle nostre sedi e ci auguriamo che la collaborazione con i notai prosegua".

Notai e consumatori, dunque, insieme al fianco dei cittadini in un momento delicato della loro vita, in cui facilmente si rischia di essere preda di venditori senza scrupoli o di agenti immobiliari "poco professionali", che, a differenza dei notai, non rispondono in prima persona davanti alla legge.

La Guida è scaricabile dai siti internet delle Associazioni dei Consumatori che hanno partecipato alla stesura nonché dal sito [www.notariato.it](http://www.notariato.it)



**SEDE NAZIONALE**  
Via Piemonte 39a - 00187 ROMA  
tel. 06 4881891 - fax 06 4820227  
[www.mdc.it](http://www.mdc.it) - [info@mdc.it](mailto:info@mdc.it)

*Il Movimento Difesa del Cittadino (MDC) è associazione di promozione sociale è nata a Roma nel 1987, con l'obiettivo di promuovere la tutela dei diritti dei cittadini consumatori, informandoli e dotandoli di strumenti giuridici di autodifesa, prestando assistenza e tutela tramite esperti.*

*È riconosciuta quale associazione nazionale di consumatori e utenti ai sensi del Codice del Consumo e fa parte del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU) presso il Ministero dello Sviluppo Economico e il Consumers'Forum.*

*È presente in 15 regioni con 50 sedi che offrono ai soci servizi di consulenza e assistenza per contratti, bollette, condominio, rapporti con la Pubblica Amministrazione, sicurezza alimentare, problemi con banche e assicurazioni.*

*Per contattare le nostre sedi: [www.mdc.it](http://www.mdc.it)*

HC FLASH

**MASSIMILIANO DONA ELETTO MEMBRO ITALIANO DELL'ECCG**



Sarà Massimiliano Dona a rappresentare i consumatori italiani presso la Commissione europea. La designazione del Segretario generale dell'Unione Nazionale Consumatori è avvenuta stamane nel corso del Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti presso il Ministero dello Sviluppo economico. Come suo vice è stato designato Carlo Pileri, presidente Adoc. Dona succede nel ECCG (Gruppo consultivo europeo sui consumatori) ad Anna Bartolini che aveva ricoperto l'incarico negli ultimi due mandati. Si attende per la fine dell'anno la nomina della Commissione Europea. Il gruppo consultivo europeo, istituito nel 2003, è l'organo consultivo della Commissione "su tutti i problemi riguardanti la tutela degli interessi dei consumatori a livello comunitario" (decisione 2003/709/92).

LINK:  
<http://www.helpconsumatori.it/news.php?id=23285>

**AL VIA LA CONCILIAZIONE CON POSTE VITA**

Poste Vita e le Associazioni dei consumatori presenti nel Cncu hanno siglato un accordo che permetterà agli utenti possessori delle polizze index linked Programma Dinamico di avviare una procedura di conciliazione ove fosse necessario. Come funziona la procedura di conciliazione? Presso la sede centrale di Poste Italiane verrà istituita una Commissione di Conciliazione formata da un rappresentante dell'azienda e uno delle Associazioni dei consumatori, scelto dal cliente, che si occuperà di analizzare i casi. I costi della procedura -

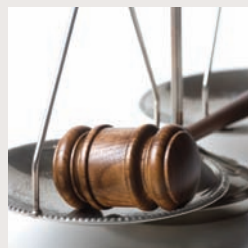
totalmente gratuita per il cliente - saranno interamente a carico di Poste Italiane.

LINK:  
<http://www.helpconsumatori.it/news.php?id=23292>

**ACEA - CONSUMATORI: SI CONCILIA**

Il gruppo Acea e le associazioni regionali dei consumatori che fanno parte del Cncu (Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti) hanno siglato oggi un Protocollo d'intesa sulla conciliazione paritetica. La procedura, valida per tutte le società del Gruppo, partirà da giugno con la formazione dei conciliatori delle associazioni dei consumatori, dopodiché seguirà un periodo di sperimentazione di un anno.

LINK:  
<http://www.helpconsumatori.it/news.php?id=23374>



**CLASS ACTION, CNCU: "BASTA CON LE PROROGHE"**

Basta con le proroghe all'entrata in vigore nel nostro ordinamento della class action. E' quanto hanno chiesto le Associazioni del Cncu (Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti) chiedendo una formale

audizione ai presidenti di Camera e Senato per illustrare le ragioni della ferma opposizione al testo licenziato da Palazzo Madama.

LINK:  
<http://www.helpconsumatori.it/news.php?id=23487>

**PUBBLICITÀ INGANNEVOLE, MULTATE VODAFONE E TELECOM ITALIA PER UN TOTALE DI 460MILA EURO**

Ancora sanzioni alle compagnie telefoniche italiane per pratiche commerciali sleali. Ammonta a 460mila euro il totale della multa inflitta oggi dall'Antitrust a Tele-

com Italia e Vodafone; le società dovranno pagare rispettivamente 200mila e 260mila euro. Vodafone è stata multata per lo spot che promuoveva l'offerta "Vodafone Casa": l'attivazione facile dei servizi di telefonia fissa e internet veloce. Telecom Italia invece, nel mese di novembre 2008, ha diffuso uno spot televisivo, su RaiUno, della durata di 30 secondi, in cui si pubblicizzava l'offerta "Alice casa senza canone".

LINK:  
<http://www.helpconsumatori.it/news.php?id=23522>

**AL VIA CONCILIAZIONE PER 30 MILIONI DI CLIENTI ENEL**



E' partita la procedura di conciliazione delle controversie per oltre 30 milioni di clienti Enel dell'elettricità e del gas, sia del mercato libero che del servizio di maggior tutela. Grazie a un accordo fra l'azienda e le associazioni dei Consumatori del CNCU, e dopo una fase sperimentale avviata in Piemonte e

una formazione che ha coinvolto 560 operatori e più di 150 conciliatori, i clienti Enel possono avvalersi della procedura di conciliazione paritetica su base volontaria delle controversie, che permetterà di azzerare i costi attraverso una procedura online. Dopo l'invio di un reclamo scritto, se non ritengono soddisfacente la risposta o non hanno ricevuto esito entro 30 giorni dall'invio, i clienti Enel potranno dunque rivolgersi alle associazioni dei Consumatori firmatarie dell'accordo (informazioni sul sito dedicato dell'Enel e sui siti delle associazioni) e attivare la procedura di conciliazione. L'accordo si applica a tutti i clienti di Enel Servizio Elettrico e di Enel Energia, con un contratto per uso domestico o condominiale con potenza impegnata fino a 15 kW e per i clienti del gas con un consumo annuo fino a 50 mila metri cubi.

LINK:  
<http://www.helpconsumatori.it/news.php?id=23542>