



EDITORIALE

DI MASSIMO MASSARA

Nel 1968 un giudice americano, su richiesta di una associazione di consumatori, obbligo la Ford a istituire una linea telefonica gratuita per facilitare le chiamate di reclamo. Naque così il primo call center, Oggi il Nord America conta 90 mila call center, in Italia solo poche migliaia. E per fortuna!

Già perché, nel nostro paese, il significato di quella sentenza illuminata è stato un po' snaturato. In una logica di profitto esasperato, le "grandi imprese" hanno impugnato la scure, tagliato il personale e trasformato i loro uffici informazione in call center. Un bel risparmio per le casse aziendali; un bel problema per i loro utenti-consumatori.

Pensate al 187, il servizio clienti di Telecom. Provate ad avere un problemino sulla rete. Prendere la linea è già difficile..... Poi inizia lo scaricabarile tra i vari uffici e infine , può pure capitare, che all'operatore distratto cada la linea.

E allora bisogna ricominciare tutto da capo. A meno che non vi ricordiate a quattro o cinque cifre del vostro interlocutore.

Non va meglio con Sky, Enel e aziende del gas. Se vi imbattete in call center telefonico rischiate di perdere solo tempo. Magari anche quando volete solo comunicare le cifre del vostro contatore della luce , che non ha mai avuto il piacere di ricevere gli addetti dell'Ente Nazionale Energia Elettrica, ..."il servizio non è attivo" è la risposta più frequente dall'altro capo del filo.

Va un po' meglio con la telefonia mobile, prima

continua a pag 3

CONGRESSO NAZIONALE DI FEDERCONSUMATORI Sintesi del documento politico

Premessa

Il movimento consumerista nel nostro paese ha avuto , negli ultimi anni, un impulso notevole.

Diversamente dal passato, quando erano i grandi soggetti sociali e politici ad avere l'esclusivo protagonismo nella scena economica e sociale, oggi, sia per una maggiore capacità di intervento in qualità e quantità e sia per questioni derivanti da innumerevoli comportamenti scorretti nell'ambito del mercato, si stanno prefigurando nuovi ruoli e nuove funzioni delle associazioni dei consumatori.

Tra le molte cause citiamo:

- I gravi problemi e le ripercussioni determinati, nella coscienza individuale e collettiva di larga parte dei cittadini, di alcuni scandali alimentari, a partire da quello gravissimo della BSE.

- L'evento rilevantissimo del cambio Lira/Euro che da questione storica, prefigurante nuovi e più a-

vanzati sviluppi in tema di unità europea, si è trasformato, a causa di comportamenti anomali e di una scadente opera di vigilanza e controllo da parte delle autorità di governo, in un drammatico problema di diminuzione del potere di acquisto delle famiglie e di un notevole spostamento di distribuzione della ricchezza del Paese a scapito dei percettori di reddito fisso: a ciò si sono aggiunti gli scandali legati ai crack industriali e finanziari Cirio e Parmalat che hanno messo in crisi, al di là delle ricadute negative su centinaia di famiglie, lo stesso rapporto risparmio/investimento presso i cittadini.

- La capacità (tempestività) di intervento nei problemi da parte dell'associazionismo in una nuova visione dei propri compiti e delle proprie funzioni, tendenti a superare ogni subalternità in un mercato caratteriz-

zato da poteri asimmetrici e favorevole ai soggetti istituzionali che vi operano.

- La maggiore consapevolezza ed un diverso atteggiamento dei cittadini relativamente ai propri diritti ed alla richiesta, sempre più convinta, di dover ottenere una maggiore tutela a prescindere da qualsiasi questione che abbia connotazioni politiche e ideologiche.

In buona sostanza, questa nuova consapevolezza e queste nuove capacità sono alla base di un processo che sta consolidando le associazioni come un nuovo soggetto sociale (che si sta imponendo con forza e determinazione) forte e autorevole. Tale ruolo viene inoltre ad essere riconosciuto non solo dall'attenzione che i mezzi di comunicazione dedicano al loro lavoro, ma soprattutto da un crescente sostegno della cittadinanza intera.

i valori

I valori di una associazione di consumatori devono scaturire tutti da un requisito fondamentale . Ci riferiamo alla questione, da noi considerata un valore in sè, della piena autonomia nei confronti di governi, istituzioni ed imprese.

Continua a pag. 2

CONGRESSO PROVINCIALE

L'assemblea congressuale di Pavia è convocato per mercoledì 9 febbraio 2005 alle ore 16,00 presso la Pizzeria Vecchia Pavia in via Mantovani, a Pavia Oltre alle determinazioni congressuali l'assemblea è convocata anche per la discussione l'approvazione del bilancio consuntivo 2004 e preventivo 2005.

Sommario:

Editoriale di Massimo Massara	pag. 1
Congresso Nazionale—sintesi del documento	pag. 1
Bollette da record	pag. 2
Insider Trading – due parole complicate	pag. 3
Notizie in breve.....	pag. 4

IN ITALIA BOLLETTE DA RECORD

L'Italia mantiene il primato europeo, poco invidiabile, dei prezzi medi più alti di elettricità e gas.

Lo ha recentemente confermato l'ufficio statistico europeo - Eurostat - fotografando i prezzi praticati in Europa.

Per le famiglie l'Italia è il paese più caro per l'elettricità ed è al terzo posto per il gas metano.

In particolare 100 KW/ ora di elettricità costa da noi 8,60 € contro una media europea di 6,13 €.

Al secondo posto per il prezzo di energia elettrica ci sono i portoghesi, al terzo i tedeschi e chiudono la classifica Olanda e Lituania.

Nel gas a uso domestico, considerando il co-

sto sia al netto delle tasse che tasse comprese, la bolletta più salata la pagano i danesi, seguono gli svedesi e poi gli Italiani che pagano una media di 17,42 € per 1 giga Jaules di potenza contro una media Europea di 10,46 €.

In coda alla classifica del prezzo del gas ci sono i paesi baltici Lettonia, Estonia e Lituania.

Tariffe elettriche praticate in UE per 100 Kw/h

Italia 8,60 : Germania 7,29: Grecia 6,30: Spagna 5,38:Francia 5,33: Portogallo 6,80: Finlandia 5,18: Rep, Ceca 4,91: Danimarca 4,41: Polonia 4,69: Slovenia 5,28: Slovacchia 6,97:Svezia 5,45: Gran Bretagna 5,24.

Federconsumatori

Congresso continua da pagina 1

E' partendo da questo assunto che si realizza il massimo della credibilità e della possibile incidenza rispetto agli obiettivi ed alle iniziative che si vanno ad assumere, nelle grandi e nelle piccole questioni. A questo importante requisito si devono aggiungere i valori che devono stare alla base della operatività dell'associazione e che ne sono i parametri fondamentali di riferimento in tutte le iniziative: sviluppo equo-solidale nel contesto internazionale, sviluppo eco-compatibile nel rispetto e nella valorizzazione dell'ambiente e del territorio, piena solidarietà tra i cittadini e soprattutto particolare attenzione verso gli strati sociali più deboli.

Il ruolo e le funzioni

Ruoli e funzioni sono per noi importantissimi e implicano la capacità di non essere subalterni nella nostra attività per conseguire gli obiettivi di tutela. Partiamo dalla considerazione che i nostri compiti non possono, né debbono essere estranei agli effetti che il mercato pro-

duce. La nostra operatività deve essere incisiva anche per chiedere semplicemente chiarezza e trasparenza nella lettura o nella spiegazione di una qualsiasi bolletta, nel dare consigli ad un cittadino su come risparmiare nell'acquisto di beni o servizi, nell'indicare il miglior modo di affrontare determinate situazioni, chiarendo che ogni decisione è necessariamente di esclusiva competenza del consumatore, al fine di evitare spiacevoli conflitti d'interesse. Altrettanto importante è tuttavia l'intervento sulle cause che determinano un certo effetto; quindi intervenire sì sulla bolletta elettrica, ma dire anche la nostra su come il paese si dovrebbe dotare di un piano energetico. Questa è la duplice dimensione in cui vogliamo collocare la nostra associazione e per ciò necessita una struttura associativa articolata sul territorio, che sappia realizzare un rapporto sociale funzionale a queste due esigenze, e cioè di massa critica che pesi sulle tematiche generali e che sappia essere contemporaneamente interlocutore di ogni singolo

cittadino. E' quindi necessario avere come imperativo l'obiettivo di implementazione e di insediamento territoriale che renda effettiva ed efficace funzione che vogliamo svolgere.

Inoltre tutta la nostra operatività deve caratterizzarsi con atteggiamenti di forte radicalità. Ciò non significa tenere atteggiamenti di indisponibilità o di rifiuto al compromesso che deve essere perseguito dopo che è stata messa in campo la disponibilità della controparte o dopo che sia intervenuta una terza parte, istituzionale, che permetta, attraverso un'opera di mediazione, il conseguimento di risultati positivi per i cittadini. Sono la tenuta e la determinazione dell'iniziativa che rendono più agevole e più vicina la possibilità di esito positivo della vertenza. Vogliamo operare con responsabilità, che non significa essere moderati, in un mercato decisamente asimmetrico nella conoscenza e nei poteri sbilanciati a favore di chi produce e distribuisce beni e servizi.

La politica delle alleanze

L'obiettivo dell'unità delle

associazioni non può non stare a cuore ad una associazione come la nostra.

Ma l'unità non serve a nessuno e soprattutto ai consumatori se, per quel pur importante e fondamentale obiettivo, si rischia la subalternità nei confronti dei protagonisti istituzionali del mercato. Questo sarebbe inaccettabile. Ecco perché si è reso necessario, in questi ultimi anni, operare per spostare modificare un baricentro sbilanciato a favore di poteri forti, che usano le nostre debolezze per essere ancora più dominanti.

Da questa considerazione è nata Intesaconsumatori che è riuscita ad unire organizzazioni con alle spalle storie differenti ed ha contribuito ad alzare quantitativamente e qualitativamente il ruolo del consumerismo attivo nel nostro Paese. Sull'unità delle associazioni bisogna ancora impegnare la nostra volontà per consentire al movimento un maggior peso ed un rapporto ancora più concreto con i cittadini

INSIDER TRADING – DUE PAROLE COMPLICATE

Anche nelle cronache italiane, sovente si trovano accenni a condotte di insider trading. E' poi facile scoprire che nella realtà questo comportamento delittuoso è stato sanzionato da pochissime sentenze, una decina dal lontano 19-91 quando è stato introdotto il reato nell'ordinamento Italiano. Ma che cosa è l'insider trading? La norma penale è stata introdotta una decina di anni fa dalla legge "Draghi" al fine di impedire ad alcuni soggetti di sfruttare le informazioni

"sensibili" anticipando le conoscenze del mercato, falsandone così le regole, al fine di ottenerne benefici acquistando o vendendo strumenti finanziari finalizzati. E' punibile altresì chi comunica ad altri le informazioni e lo privilegia senza giustificato motivo.

Il reato si perfeziona con il semplice utilizzo dell'informazione: non è quindi necessario che il reo ottenga alcun utile dall'operazione, che può chiudersi anche in perdita. La pena, oltre alla confisca

del bene e del profitto, può arrivare a due anni di reclusione alla quale si aggiunge una multa (da 1-0.000,00 a 3.000.000,00 €) il cui ammontare può essere triplicato se ritenuto inadeguato per le floride condizioni economiche del soggetto che ha utilizzato il trading. E' un principio difficile da applicare (da qui le poche sentenze esistenti) per le difficoltà di indagine, che richiederebbero un miglior coordinamento tra la Consob e l'Autorità Giudiziaria, senza dimenticare

che la pena è tenue e la prescrizione assai breve (sette anni e mezzo) quindi poco conciliabile con le difficoltà di indagine. Da tempo è in discussione in Parlamento l'attuazione della Direttiva Comunitaria, sul market abuse: la pena dovrebbe quindi salire a sei anni di reclusione e, si spera, di allungare i tempi di prescrizione. E' ovvio che con la lentezza del nostro Parlamento ogni speranza di celerità (vedi la legge di tutela del risparmio) è vana.

OBLIGAZIONI EMESSE ALL'ESTERO—IN VIGORE LE NUOVE NORME

Il 31 dicembre scorso è stato pubblicato sulla G.U. il decreto legislativo n.310 che modifica il c.c. ed aggiunge all'art. 2412 norme di tutela per le obbligazioni emesse all'estero da società Italiane. In virtù di questa modifica, a partire dallo scorso 15 gennaio, le obbligazioni emesse all'estero da società Italiane, ovvero da loro controllate e controllanti sono Non dubitiamo.....

soggette all'articolo 2412 del c.c. la tutela del risparmio. Questo significa che sono sottoposte ad alcuni limiti, in un'anticipazione, fatta per caso di vendita a investitori non professionali. La nuova regola riguarda la quantità e- messa (che non potrà essere eccedente il doppio del capitale sociale) e l'obbligo del rispetto, se collocate presso investitori non professionali. La norma in parola era già contenuta nel testo, ancora in discussione in Parlamento, per

mentari. Da riferire quindi che se l'articolo 2412 del c.c. fosse stato in vigore, nella attuale stesura, al momento delle emissioni delle obbligazioni Cirio o Parmalat i risparmiatori Italiani ed in particolare le molte famiglie coinvolte in questi scandali, non avrebbero subito gli ingenti danni che tutti conosciamo.

Bond Argentina : La ns. Associazione, unitamente alle altre sigle nazionali, giudica inaccettabile l'ultima proposta del Governo argentino e suggerisce ai risparmiatori di non aderire al piano di ristrutturazione.

Tutte le forze politiche e diversi altri soggetti si stanno infatti attivando per ottenere dallo Stato argentino un'offerta migliore.

In alternativa si può procedere per le vie legali citando per danni la propria Banca: Federconsumatori è pronta ad offrire la massima assistenza.

Libretti di risparmio al portatore: Per disposizione di Legge (c.d. antiriciclaggio), entro il 31 gennaio 2005 il saldo facciale del "Libretto di risparmio al portatore" non può superare l'importo di Euro 12.500,00.

Entro tale data è indispensabile recarsi in banca e procedere alla regolarizzazione delle posizioni eccedenti detta cifra.

In caso contrario si incorrerà in pesanti sanzioni pecuniarie: le multe previste variano dal 20% al 40% del saldo del

Continua da pag 1

Però dovete sorbirvi almeno cinque minuti di informazione pubblicitaria di Tim Italia Mobile, Wind o Omnitel, a seconda del gestore prescelto.

E se vi serve un numero di telefono con urgenza? Avete mai provato a fare richie-

sta al "servizio clienti" di Telecom? Un inferno! Una voce metallica vi costringe a gridare a squarciagola nomi, indirizzi e numeri, tra gli sguardi divertiti di chi vi sta intorno. Ma siamo matti?

Così rimpiangiamo le vecchie e care signorine con le cuffie in testa che ci forniva-

no, in pochi minuti, le informazioni richieste. Le aziende si difendono e continuano per la loro strada: "gli Italiani sono troppo esigenti nel richiedere servizi di tipo personalizzato-dicono- in America, il call-center è accettato senza proteste".

In USA mangiano patate e hot-dog con burro di mandorle. Non ci risulta però che Tronchetti Provera porti Afef da McDonald per una serata importante.

Massimo Massara

**Editore: Federconsumatori Pavia—Via Cavallotti, 9 - 27100 Pavia tel. 0382-35000 -
E-mail federpv@libero.it—pavia@federconsumatoripavia.it
Sito internet provinciale: www.federconsumatoripavia.it
Direttore responsabile: Massimo Massara
Stampato da: Tipografia Mondo Grafico—Via F.lli Cuzio 20 Pavia
Registrazione n. 599 del 14 luglio 2004—Tribunale di Pavia**

Notizie in breve....

Alemanno e Sirchia presentano il Comitato Sicurezza Alimentare Il Ministro delle Politiche agricole e forestali, Gianni Alemanno, e il Ministro della Salute, Girolamo Sirchia, hanno presentato il 23 dicembre scorso, presso l'Auditorium di Lungotevere Ripa a Roma, il Comitato Nazionale per la Sicurezza Alimentare.

L'organismo rappresenta l'interfaccia italiana dell'Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare (EFSA) ed è stato istituito al fine di promuovere e coordinare l'attività di definizione di criteri uniformi di valutazione del rischio alimentare.

Il Comitato si occuperà, inoltre, di proporre metodi di pianificazione dei programmi di monitoraggio e sorveglianza per il controllo della sicurezza dei prodotti agroalimentari e di verifica della corretta applicazione della normativa relativa alla sicurezza alimentare e alle biotecnologie.

“Pesce fresco...forse...quasi”, il I Rapporto sui prodotti ittici in Italia

Etichettatura di legge assente in più dei due terzi dei banchi, pesce al metallo pesante, trote affette da setticemia curate con farmaci cancerogeni, pesce congelato servito al ristorante come fresco: sono alcuni dei dati rilevati dal “Il Rapporto su sicurezza alimentare e prodotti ittici in Italia” redatto dalla Rete Salute&Gusto in collaborazione con Legambiente. Per verificare l'osservanza degli obblighi di legge, la Rete nazionale di Sportelli “Salute&Gusto” (12 Sportelli in 12 regioni), ha condotto la prima indagine sui consumi e sulla corretta informazione ai consumatori nella vendita del pesce fresco in Italia.

I risultati emersi dimostrano che i banchi di vendita del pesce sono in gran parte fuori legge. Solo in poco più del 25% del campione di banchi esaminati c'è l'etichetta regolare con tutte le informazioni richieste a garanzia del consumatore. Tre quarti dei punti vendita dei mercati quindi sono inadempienti

Chi è Federconsumatori ?

E' una associazione libera e democratica nata per difendere i legittimi interessi dei consumatori e degli utenti nei confronti della pubblica amministrazione, degli erogatori di pubblici servizi e dei soggetti privati che offrono in vendita beni e servizi. L'associazione opera con azioni proprie e in collaborazione con altri soggetti sociali. Federconsumatori è una associazione riconosciuta ai sensi della legge 281/98.

Di cosa si occupa ?

- ◇ informa i consumatori sui loro diritti;
- ◇ promuove l'educazione ai consumi;
- ◇ interviene sulla pubblicità ingannevole;
- ◇ interviene nelle scelte dei pubblici poteri, che interessano l'utenza;
- ◇ rivendica servizi efficienti, gestiti con trasparenza e a costi contenuti;
- ◇ combatte tutte le forme di illegalità, di truffa e di raggirio;
- ◇ rivendica regole che difendano i cittadini dai soprusi.

In quali settori interviene ?

Federconsumatori è in grado di dare un servizio di prima consulenza e di assistere il consumatore nel contenzioso con:

- ◇ Telecom - Tim ,Wind e 3 , Aziende del gas, delle acque e del trasporto pubblico;
- ◇ Banche e assicurazioni;
- ◇ Le ditte che vendono fuori dai locali commerciali;
- ◇ Le multiproprietà;
- ◇ Gli artigiani e i commercianti;
- ◇ Gli altri settori.

Che tipo di assistenza ti offre ?

- ◇ Ti consiglia in caso di semplici vertenze;
- ◇ Ti assiste nel contenzioso;
- ◇ Ti assicura la consulenza specifica dei suoi esperti;
- ◇ Ti garantisce i consigli legali;
- ◇ **E....nella necessità ti assiste legalmente**

Come si fa ad iscriversi ?

Iscriversi è molto semplice, basta pagare la quota associativa. Ci si può iscrivere presso la sede di Pavia oppure con un versamento postale sul c/c 33746215 intestato a Federconsumatori - Pavia. La tessera ti dà diritto alla consulenza e all'assistenza gratuita per un anno, alla consulenza specializzata ed in caso di vertenza legale: ad una assistenza a costi contenuti.

Quanto costa iscriversi ?

La tessera annuale ordinaria 2005 costa €37 (i rinnovi 32 con il giornalino)

La tessera in convenzione costa €.20,0 (compreso il contributo per il giornalino).

Ma ci si può iscrivere semplicemente per sostenere l'associazione , ed in caso si può versare da 10 €. in su. La federconsumatori è convenzionata con SPI e CGIL ed è federata con il SUNIA

**FEDERCONSUMATORI HA UN SITO INTERNET NAZIONALE www.federconsumatori.it
In Lombardia la trovi anche a :Milano - Brescia - Bergamo - Mantova - Cremona- Lecco -
Lodi - Como - Legnano - Varese e Busto Arsizio**