



Editoriale

Sarà un autunno amaro per le famiglie italiane tartassate dalle tasse del nostro Governo e da una serie di aumenti a raffica dei generi necessari alla vita quotidiana. Spesa alimentare, elettricità, gas, acqua, rifiuti, benzina, trasporti, fino ai libri scolastici e alle eventuali piccole sorprese, compreso un aumento dell'IMU (se il gettito non raggiungerà le cifre sperate).

I calcoli della nostra associazione dicono che nel 2012 le famiglie italiane saranno chiamate a sborsare 2.300,00 € in più rispetto al 2011 e ovviamente si tratta di calcoli prudenziali sotto-stimati.

Colpa della crisi, certamente, ma anche colpa di una dissennata politica di tagli di spesa lineari che subito dopo riversano il loro nefasto riflesso a carico dei consumatori/cittadini/famiglie ecc.ecc.

I nostri enti locali fanno poi quelli che mettono la ciliegina; lamentando i tagli ai loro bilanci ricaricano sui cittadini i costi e magari anche qualche multa in più che non guasta mai.

Gli aumenti sono insostenibili e determinano pesantissime ricadute sulle condizioni di vita delle famiglie che non trovano il riequilibrio e la compensazioni di una politica sociale di ridistribuzione. Se agli aumenti si aggiunge la pesante disoccupazione e i licenziamenti, che comportano una drastica diminuzione del potere di acquisto e una forte contrazione economica, la situazione diventa

Continua a pag.2

Vademecum per l'acquisto dei cosmetici

L'Authority per la Concorrenza e il Mercato ha pubblicato recentemente un utile vademecum per orientarsi tra le numerosissime comunicazioni commerciali relative a prodotti cosmetici. Ne pubblichiamo uno stralcio specificando che la versione integrale è reperibile sul sito dell'Authority.

1) UN COSMETICO NON È UN FARMACO

La natura del prodotto deve risultare chiaramente: un cosmetico non può essere paragonato ad un farmaco. Al prodotto non possono essere attribuite, direttamente o indirettamente proprietà curative o terapeutiche capaci di intervenire in maniera risolutiva sulle cause degli inestetismi.

2) MASSIMA ATTENZIONE ALLE PROMESSE DI RISULTATO

L'utilizzo di vantii di efficacia specifici e puntuali – espressi in termini assoluti o percentuali, con indicazione di tempi serrati o/e con corredo di immagini - deve basarsi su un veridico e mirato supporto scientifico e su sperimentazioni adeguate. L'efficacia di un componente non supporta da sola e di per sé l'efficacia del prodotto.

3) SÌ AI TEST CLINICI, SOLO SE ATTINENTI E ACCESSIBILI

Se espressamente richiamati, i test clinici devono essere pertinenti e correlati con l'efficacia attribuita al prodotto; nel messaggio, vanno specificati la metodologia, le misurazioni ed i parametri utilizzati. Gli studi scientifici richiamati in pubblicità a sostegno dei vantii prestazionali devono essere adeguatamente accessibili – in versione integrale o in esaustiva sintesi esplicativa.

4) IL VALORE MASSIMO OTTENUTO NELLE SPERIMENTAZIONI NON CORRISPONDE ALL'EFFICACIA DEL PRODOTTO

Non può essere vantato in pubblicità, neppure se presentato insieme a locuzioni quali "fino a...", il valore massimo risultante dalle sperimentazioni in quanto non esemplificativo dell'efficacia generale ascrivibile al cosmetico.

5) OCCHIO AI LIMITI DI EFFICACIA

Non possono essere richiamati dalla pubblicità studi limitati a situazioni specifiche, né si possono omettere informazioni rilevanti su limiti e confini di efficacia in modo da generalizzarne indebitamente la portata del prodotto. In particolare, non possono essere affidati a *super* o *note in calce*, spesso con

caratteri ridotti, i vantii principali dei messaggi.

6) VANTII DI INNOVATIVITA' SOLO SE SCIENTIFICAMENTE ASSODATI

Fare attenzione quando sono ascritti vantii di innovatività oppure quando questo viene presentato come frutto di nuove scoperte: al riguardo non basta richiamare studi in corso non ancora assodati e condivisi in seno alla comunità scientifica.

7) IL BREVETTO SI PUO' VANTARE SOLO SE È STATO CONCESSO

Per vantare un brevetto, non basta aver presentato la domanda ma occorre che sia già rilasciata la concessione: al riguardo, si può controllare la banca dati tenuta dal Ministero dello Sviluppo Economico.

8) DISTINGUERE TRA TEST DI AUTOVALUTAZIONE E TEST SCIENTIFICI

I test di autovalutazione non possono essere portati a supporto di vantii e vanno comunque tenuti distinti da test e sperimentazione scientifiche. In ogni caso, devono essere chiaramente presentati come tali e va evidenziato il loro contenuto con riferimento alla tipologia di domande e al campione utilizzato.

(FONTE:AGCOM)

sommario

Editoriale	pag. 1
Vademecum per l'acquisto dei cosmetici	pag. 1
Le lampadine a incandescenza vanno in pensione ..	pag. 2
Nuove ricette per i farmaci	pag. 3
Varie	pag. 4

Lampadine a incandescenza

L'Europa ha deciso di mandare in pensione (dal 1 settembre 2012) tutte le vecchie lampadine a incandescenza con un semplice click per far posto alle più efficienti compatte a basso consumo e ai led. Da questa data to, i 10 migliori prodotti, in le aziende non potranno più commercializzare le lampadine di quel tipo.

Per aiutare a scegliere il modello di lampadina più adatto e, a orientarsi tra vecchie e nuove etichette

Di ciascuno dei "migliori prodotti" (frigoriferi, congelatori, lavatrici, lavastoviglie, televisori, lampadine, automobili e altri elettrodomestici monitor, stampanti e multi-funzione, e anche automobili), vengono indicate le funzioni principali, il costo e la classe di efficienza energetica.

I vantaggi delle lampadine a basso consumo e a led sono notevoli. Si può sostituire una lampadina a incandescenza da 75W con una equivalente a basso consumo di 15/20 W, risparmiando il 70% dei costi (calcolando il costo medio annuo di elettricità).

Non è tutto perché le lampadine ad alta efficienza determinano l'emissione di molto meno CO2. Se volete andare oltre ad approfondire le tematiche vi consigliamo di visitare il sito internet "Topten" che è una società.

WWF e associazioni dei consumatori e può diminuire in modo concreto l'impatto sulla vita quotidiana di milioni di consumatori e può diminuire in modo concreto l'impatto della nostra società.

Se volete andare oltre ad approfondire le tematiche vi consigliamo di visitare il sito internet "Topten" che è una società.

Il diritto di recesso

Del diritto di recesso hanno sentito parlare in molti, ma le numerose richieste che arrivano dimostrano che non sempre i consumatori conoscono il loro diritto.

Facciamo un po' di chiarezza spiegando innanzitutto che la legge non prevede alcun diritto di recesso o di restituzione di un prodotto acquistato in un negozio o entro un locale commerciale. Se il venditore decide di riprendersi la merce è per mera gentilezza perché questa possibilità non è consentita dalla legge. Questione diversa è il diritto a garanzia che è obbligatorio e a carico del venditore.

È invece consentito recedere da un contratto che è stato stipulato fuori dai locali commerciali. Tra gli esempi c'è l'acquisto dell'aspirapolvere da un venditore che viene a trovare a casa, oppure il contratto firmato in un bar o presso una fiera o negli androni dei centri commerciali. Una direttiva comunitaria ha introdotto tempo fa il principio secondo il quale in questi casi il consumatore ha (almeno) 7 giorni di tempo per ripensarci - magari perché si è fatto convincere da un venditore particolarmente abile - e di poter "annullare" la sua de-

cisione, recedendo dal contratto. Gli stati d'Europa avevano la possibilità, recependo la norma, di introdurre dei termini più lunghi e così in Germania il recesso è di 14 giorni, in Austria 7 giorni feriali; in Italia è ora di 10 giorni lavorativi che decorrono dalla data di sottoscrizione del contratto. Se nel contratto manca l'informativa il diritto di recesso si estende a 60 giorni. Il recesso deve essere comunicato per iscritto (con raccomandata a/r) e la merce deve essere restituita al venditore a spese del consumatore; quest'ultimo non deve indicare i motivi del recesso e ha diritto alla restituzione di quanto eventualmente già pagato. Un'altra direttiva europea del 97 prevedeva anche disposizioni specifiche per i contratti conclusi a distanza. L'Italia ha successivamente unificato la norma prevedendo i 10 giorni anche per questa circostanza. **Attenzione:** per alcuni prodotti e servizi il diritto di recesso è sempre escluso, indipendentemente dal canale di acquisto: è il caso ad esempio dei contratti del tempo libero (viaggi, biglietti per concerti e via dicendo).

Federconsumatori Pavia

Segue da pag 1

drammatica malgrado i buoni propositi diffusi dal nostro Presidente del Consiglio e dai suoi Ministri.

In sostanza chi sta pagando la crisi sono le famiglie italiane mentre non sono toccate le grandi ricchezze che vivono e prosperano; il peso della crisi sulle famiglie incide sul 48% del bilancio domestico e sottrae il corri-

spettivo al consumo di necessità. Non parliamo poi di mutui che in un anno hanno visto aumentare gli interessi del 103%

Di rilancio della domanda si parla poco così come non si parla delle liberalizzazioni (quelle vere), degli investimenti in innovazione e sviluppo tecnologico.

Chi vive e prospera sono le

aziende di utility e proprio loro ricavi del 16,4%, le imprese idriche del 9,5% e delle realizzazioni. I dati sono chiari: quelle che operano nei rifiuti utili degli investimenti delle del 7,5%. Questo significa che la meta degli aumenti tariffari di acqua, gas, luce e rifiuti a carico degli utenti hanno contribuito ad ingrassare le aziende mentre l'altra meta è finita nelle tasche dello stato a titolo di tassazione.

del gas hanno incrementato i

Nuove ricette mediche per la prescrizione dei farmaci

Con la trasformazione in legge della spending review sono entrate in vigore nuove norme sui farmaci generici: sulla ricetta rossa, cioè quella dove si prescrivono i farmaci erogati dal Servizio sanitario nazionale, **dovrà, d'ora in poi, comparire il nome del principio attivo** contenuto nel farmaco. Questo è già sufficiente perché la ricetta sia valida. Il farmacista consegna quindi il farmaco al prezzo più basso contenente quel principio attivo. **La norma prevede anche che il medico "abbia sistemi i medici prescrittori detto che il nuovo sistema è facoltà" di aggiungere, oltre dovranno ricorrere ad una frutto di un compromesso al principio attivo, anche il nome commerciale di un farmaco, specificando sulla ricetta che esso "non è sostituibile"; in tal caso deve essere con una sintetica motivazione scritta. Dal ministero della salute si prevedono circa 2 mesi per l'entrata a regime del nuovo sistema. Intanto "per la compilazione delle ricette on line e per la trasmissione dei relativi dati, in attesa che vengano adeguati**

il nuovo sistema. Intanto il medico può quindi obbligare il farmacista a consegnare proprio quella marca scrivendo un codicillo vincolante, sempre su quella ricetta.

I nostri sportelli in provincia

Pavia - via G. Cavallini 9 - lunedì, mercoledì, giovedì e venerdì dalle ore 9,30 alle 13,00 e dalle 14,30 alle 18,00 - tel. 0382 35000 fax 0382 394596;

Vigevano - via Bellini 26 c/o Camera del Lavoro - martedì e giovedì dalle 14,30 alle 18,00 Tel 0381 690901;

Voghera - via XX Settembre 63 c/o Camera del Lavoro - mercoledì dalle 14,30 alle 18,00 e sabato dalle 9,00 alle 12,00 - Tel 0383 46345 fax 0382 368721;

Casteggio - c/o Camera del Lavoro - via Giuletti 45 - venerdì dalle 14,30 alle 18,00

Casorate Primo - c/o Sala consiglio sede Municipio - mercoledì dalle 9,00 alle 12,00

Albuzzano - c/o Municipio di Albuzzano ogni martedì mattina su appuntamento;

Siziano - c/o Biblioteca Comunale di Siziano - martedì dalle ore 16,30 alle 18,30;

S. Zenone e Spessa - ogni giovedì dalle 10,00 alle 12,00 presso il Municipio di S. Zenone su appuntamento;

Meda - ogni lunedì dalle 14,30 alle 18,00 presso la Camera del Lavoro in via Invernizzi 2 tel. 0384820297

Mortara - ogni martedì dalle 14,30 alle 18,00 presso la Camera del Lavoro in c.so Piave 32 tel. 038499012

Italia programmi - la truffa continua

Continua l'odissea dei consumatori contro la truffa Italia-programmi.org. Da messa in atto da Italia Pro-grammi. Sono tante le segnalazioni che riceviamo contro la truffa perpetrata da questa società a cui si aggiungono le denunce e software gli interventi dell'Antitrust italiana. Sui fatti ricordiamo che la Procura di Roma ha aperto un procedimento nei confronti di "Estesa Limitata", al quale è riconducibile il "Italiaprogrammi.net", sollecito del pagamento del pseudo abbonamento. La truffa è ben architettata e promette di scaricare un "noto avvocato ultracento" che non risulta iscritto a nessun ordine professionale. E' ovvio che si tratta di un altro tassello della truffa finalizzato a provocare inquietudine nelle persone e a indurle a pagare. **Non pagate quindi e non fatevi spaventare.**

Editore: Federconsumatori Pavia—Via Cavallini, 9 - 27100 Pavia
tel—0382 35000 fax 0382-394596 E-mail : 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

le altre notizie

Convertendo

La Banca Popolare di Milano ha firmato l'accordo con le Associazioni dei Consumatori Adiconsum, Adoc e Federconsumatori per l'avvio di una procedura di conciliazione paritetica in relazione al prestito obbligazionario denominato "Convertendo 2009/2013 - 6,75%"

La Banca ha reso noto di aver sottoscritto a inizio agosto un Protocollo d'intesa per l'avvio della procedura avente ad oggetto il prestito obbligazionario denominato "Convertendo 2009/2013 - 6,75%", codice ISIN IT0004504046. Le domande di accesso alla procedura potranno essere presentate a partire dal 1° ottobre 2012 e fino al 30 aprile 2013. Sempre sotto il profilo procedurale, la trattazione di ciascuna posizione al fine di valutare l'ammissibilità della domanda e, in caso positivo, la sussistenza o meno dei presupposti di risarcibilità e i termini dell'eventuale conciliazione, di regola, avverrà entro sessanta giorni dal ricevimento della domanda del cliente da parte della segreteria tecnica. Tutte le informazioni sono disponibili presso le sedi di Federconsumatori.

Gli integratori alimentari

Secondo una ricerca realizzata da una nota azienda di rilevazione demoscopica un italiano su tre usa integratori di varia natura, il 32% dichiara di assumerli abitualmente. I numeri confermano una vera esplosione di questo mercato che fattura più di un miliardo di euro solo in farmacia e quasi duecento milioni in altri canali di vendita. Ai primi posti nelle vendite si attestano i fermenti lattici, i multivitaminici e i dimagranti. Preoccupante è l'eccesso di "fai da te": circa un terzo degli acquirenti decidono infatti autonomamente di assumere tali prodotti, decidendone dosaggio e somministrazione. Secondo alcuni studiosi dell'università c'è il reale rischio che la gente percepisca gli integratori come sostanze prive di effetti collaterali, anche perché, a differenza dei farmaci, non hanno bisogno di prescrizione medica. In effetti la maggior parte degli integratori non hanno effetti collaterali ed è per questo che vengono messi in commercio con relativa facilità: non c'è bisogno di prove cliniche o tossicologiche, non bisogna nemmeno dimostrarne l'efficacia e possono essere acquistati senza prescrizione medica. Ciò nonostante, non è sempre vero che non abbiano effetti collaterali e se consumati in eccesso l'utilizzo potrebbe esporre a potenziali rischi.

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 H3G , 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 62781372 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 2012 costa € 50 (i rinnovi € 35 con il giornalino)

La tessera in convenzione costa € 25 (compreso il contributo per il giornalino).

Ma ci si può iscrivere semplicemente per sostenere l'associazione , ed in caso si può versare da 15 € in su.

La Federconsumatori è convenzionata con SPI e CGIL.

FEDERCONSUMATORI HA UN SITO INTERNET NAZIONALE www.federconsumatori.it
In Lombardia la trovi anche a :Milano - Melegnano - Brescia - Bergamo - Mantova - Cremona- Lecco- Sondrio - Lodi - Como - Legnano - Varese - Monza e Darfo Boario