



Editoriale di Massimo Massara

L'esperienza dimostra che l'apertura dei mercati degli agricoltori (i cosiddetti farmer's market) favorisce un contenimento dei prezzi per effetto della riduzione delle intermediazioni, del maggior consumo di prodotti locali che non bruciano petrolio per lunghi trasporti e per una più generale funzione calmieratrice nell'area in cui nascono. Coldiretti, che ha realizzato anche a Pavia un'iniziativa promozionale di farmer's market non ha dubbi: «I mercati dei produttori agricoli locali: un'occasione per riscoprire i territori e le identità». Sembra davvero incredibile poter acquistare prodotti di ortofrutta o il latte a prezzi davvero contenuti, quando la struttura della filiera distributiva del settore agroalimentare arriva a rincari, nei banchi dei supermercati o dei negozi di vicinato, che si aggirano intorno al 200-300 per cento. I mercati degli agricoltori favoriscono la ripresa dei consumi per alimenti base della dieta come frutta e verdura - ha sottolineato la Coldiretti - in riferimento al calo delle vendite al dettaglio registrato dall'Istat. Si tratta di una risposta al numero crescente di consumatori che vogliono conciliare il risparmio economico con quello energetico ed ambientale privilegiando il consumo di prodotti del territorio a chilometri zero che non subiscono gli effetti del caro gasolio sui trasporti e senza emissioni ad effetto serra, garantendo peraltro genuinità. «I Farmer's Market introducono elementi di concorrenza sleale nel settore della distribuzione, danneggiando le imprese commerciali. Chiediamo, pertanto, che, nel rigoroso rispetto degli

Continua a pag.2

TIM E Vodafone cambiano i profili tariffari (ovviamente a loro esclusivo vantaggio)

TIM e Vodafone hanno deciso, a ridosso dell'estate appena trascorsa, di abolire unilateralmente alcuni profili tariffari considerati "poco remunerativi". La loro decisione e le modalità scelte (una comunicazione via sms) sono emblematiche della situazione italiana del settore e dimostra come il mercato della telefonia sia dominato, in tutti i sensi, dalle società che si muovono a loro piacere in materia contrattuale e tariffaria.

Le società di telefonia possono, stante l'attuale assetto legislativo in vigore, cambiare in corso d'opera le norme contrattuali, introducendo peggioramenti a danno del cliente, e soprattutto variare le tariffe con una semplice comunicazione, anche via sms, e finanche eliminare i profili tariffari non più remunerativi. L'utente, invocato a gran voce negli spot pubblicitari, è diventato un optional ovvero una mucca da cui prelevare il profitto, senza contrasti, imponendogli tutto ciò che le compagnie decidono di fargli ingoiare. L'Autorità Italiana per le Garanzie nelle telecomunicazioni è da tempo un fantasma che opera con procedure obsolete che mal si attagliano con il mercato che corre

molto più in fretta della sue decisioni. I suoi obblighi (è di pratica commerciale nata per proteggere la parte più debole del mercato ovvero quei consumatori che utilizzano la telefonia per comunicare con il mondo) sono spesso disattesi e i suoi interventi avvengono quasi sempre a buoi scappati. Queste affermazioni sono suffragate dai fatti perché gli interventi più importanti di tutela dei consumatori italiani, in materia, hanno tutti origini Europee (vedi i costi di ricarica dei cellulari e le tariffe di romimg). Per venire ai fatti bisogna raccontare cosa è accaduto all'inizio dell'estate 2008 quando TIM e Vodafone hanno deciso di abolire alcuni tra i profili tariffari più vantaggiosi per i loro clienti. L'abolizione di questi profili determina un aumento medio delle tariffe di circa il 40% (le nuove tariffe aumentano la spesa da 44 a 90 € su base annua) con un aggravio che partirà per la TIM dal 9 settembre e per Vodafone dal prossimo 1 ottobre. Ovviamente è partita la rivolta dei clienti che hanno inondato i due gestori di contestazioni e sono partiti gli esposti alle due Autorità per le Telecomunicazioni e per la Concorrenza sul mercato. L'ipotesi è quella di violazione degli accordi contrattuali,

e anche poca trasparenza e anche scorretta stante il sospetto che ipotizza un accordo di cartello tra le due compagnie. Dopo lunghe cogitazioni l'Autorità per le telecomunicazioni ha finalmente deciso che a seguito delle ispezioni effettuate il 28 agosto le due società sono da diffidare al fine da indurle ad adottare tutte le misure necessarie a rendere trasparente la manovra effettuata. Ha poi avviato due procedimenti sanzionatori nei confronti di TIM per l'esiguità del preavviso nelle recenti modifiche dell'autoricarica già entrato in vigore lo scorso 6 agosto. L'Autorità sgrida i due gestori e li consiglia, per il futuro, a non comportarsi più così. Nulla fa per tutelare l'utenza rimandando il tutto a ipotetici interventi futuri. L'Autorità Italiana conferma ancora una volta la sua indole e dimostra di essere fuori dai tempi di mercato. E gli utenti? Ovviamente rimangono cornuti e mazzati!! Attendiamo ora il pronunciamento della seconda Autorità, quella per la concorrenza, sperando (poco) che questa decida di sospendere cautelamente le decisioni di TIM e Vodafone.

sommario

Editoriale di Massimo Massara.....	pag. 1
TIM e Vodafone cambiano le tariffe.....	pag. 1
Mercato elettrico—nuove tutele.....	pag. 2
Stop al marketing selvaggio.....	pag. 3
Notizie in breve.....	pag. 4

Sono in arrivo nuove norme di tutela nel mercato elettrico e del gas

La liberalizzazione del mercato elettrico e il gas ha avviato regole comuni per i mercati per migliorare il trattamento elettrico, che sta muovendo ora l'istruttoria su un documento dell'energia elettrica e dei reclami; maggiore tempestività nei suoi primi passi, ha anche che intende rendere più efficace la gestione dei reclami; che l'attuale regolazione comporta un vertiginoso aumento del contenzioso tra operatori ed utenti che non ha trovato purtroppo risoluzione puntuale. Le nuove società di distribuzione si sono lanciate nel mercato con l'obiettivo di acquisire clienti ed hanno sottovalutato questo aspetto del problema che ha portato e comporta difficoltà all'utenza la quale è impossibilitata a contattare gli operatori al fine di instaurare un dialogo che risolva i problemi posti. Le società sono impermeabili al dialogo, non rispondono ai reclami e anzi si comportano come se i loro clienti fossero numeri da sfruttare. Anche per queste ragioni e per le lamentele ricevute l'Autorità per l'energia elettrica e il gas lo fa con un documento aperto alle indicazioni dei operatori e consumatori nel settore elettrico aumenti di potenza, verifiche tecniche base di un "Testo integrato che) che il venditore è tenuto a comunicare al distributore; regole più stringenti

La consultazione terminerà entro la fine di luglio per consentire all'Autorità di deliberare le nuove norme il prossimo settembre.

Le nuove norme prevedono garanzie di una risposta motivata alle richieste di verifica della fatturazione e un termine massimo di 60 giorni per la rettifica di fatturazione automatica di 30 € a carico del venditore se le risposte mancate rispetto di questo termine, scatta un indennizzo automatico di 30 euro. Le richieste di rettifica potranno essere inoltrate non solo per una fattura già pagata, ma anche per fatture per le quali è prevista la possibilità di rateizzazione.

L'Autorità vuole sostanzialmente migliorare la qualità dei servizi commerciali di vendita di energia elettrica e preventivi, esecuzioni di lavori semplici e complessi, spostamenti di impianti, o interventi di manutenzione nel settore elettrico aumenti di potenza, verifiche tecniche base di un "Testo integrato che) che il venditore è tenuto a comunicare al distributore; regole più stringenti

Federconsumatori Pavia

Segue da pag. 1

obiettivi dichiarati dei mercati contadini di tutela dei consumatori finali e di promozione dei prodotti tipici del territorio locale, venga definita in via prioritaria e in modo chiaro e trasparente la provenienza dei prodotti venduti in questi mercati» - ribatte invece il Presidente FIDA (Federazione Italiana D e t t a g l i a n t i dell'Alimentazione), Dino Abbascià, sui Farmer's Market. E allora? Quale la verità? Difficile rispondere a questa domanda, soprattutto fino a quando i Farmer's Market resteranno delle iniziative isolate, in grado, tra parentesi, di soddisfare un piccolo numero di consumatori. L'attuale de-

creto ministeriale parla chiaro: nei farmer's market qualcosa di davvero significativo, serve una serrata concertazione di tutti gli "addetti ai lavori". E non è un'impresa facile, perché la grande industria, le multinazionali rischiano di mettere i bastoni tra le ruote. Regione, Provincia, Comuni, associazioni di categoria e di consumatori dovrebbero sedersi intorno a un tavolo e stipulare precisi accordi. Non si può infatti pensare che le aziende agricole, che producono tonnellate di ortaggi e di frutta, al principio del mese possano essere interessati a un fenomeno così contenuto come è quello attuale dei prodotti di frutta, ortaggi, latte, carne e formaggi. Siamo fermi al territorio. Il problema non è di risorse umane alle bancarelle dei "mercati degli agricoltori",

farmer's market diventino per vendere magari solo il 2-3% della produzione. Diversa sarebbe invece la situazione se gli enti pubblici e le associazioni di categoria sostenessero un massiccio ingresso di prodotti locali nella catena commerciale al dettaglio. Ne guadagnerebbero un po' tutti: soprattutto le famiglie pavesi alle prese con un incontrollato aumento dei prezzi. E invece: niente. Caliamo, quindi, necessaria una valutazione più approfondita della normativa attuale in materia, sostituendo le norme di ortaggi e di frutta, contro il lievitare dei costi (al termine della lunga filiera) di frutta, ortaggi, latte, carne e formaggi. Siamo fermi al mercatoino della Coldiretti. Iniziativa lodevole, ma troppo poco.

Stop al marketing selvaggio—Il provvedimento del garante della Privacy

L'Autorità Garante per la privacy, con un provvedimento del 2 sett. scorso, ha per lo stoppato il marketing sel- ti, e servizi, tramite call e venduto i dati, sia verso operatori telefonici e aziende oltre 15 milioni di famiglie telefonate promozionali in- “Se qualcuno vuole entrare che avevano acquistati gli italiane suddivise per redditi desiderate. L'Autorità ha in casa nostra deve bussare- elenchi e i call center che e stili di vita, senza che gli vietato ad alcune società re. Così, se qualcuno vuole contattavano gli utenti. Nu- interessati fossero stati in- specializzate nella creazio- chiamarci per vendere un merosi sono stati i cittadini formati o avessero dato il ne e nella vendita di banche prodotto o un servizio, de- che hanno segnalato al Ga- loro assenso alla comunica- dati il trattamento di dati ve avere il nostro consenso rante la ricezione di chiama- zione dei dati a terzi. Da personali di milioni di utenti. per usare il nostro numero promozionali indesiderate parte loro le aziende e le I dati, nello specifico numeri telefonico.” E' questo il prin- effettuate da e per conto di compagnie telefoniche che telefonici, erano stati raccol- cipio cui il Garante si è ispi- diversi operatori telefonici o hanno acquistato i dati e li ti e utilizzati illecitamente, rato per difendere i cittadini aziende che promuovevano hanno utilizzati a fini di mar- senza aver informato gli che si sentono molestati da beni o servizi. Dalle verifiche keting telefonico (il cosid- interessati e senza che que- telefonate non desiderate ed effettuate presso le società detto teleselling), non si sti avessero fornito uno spe- in questo modo si tutelano che hanno fornito i data base sono preoccupate di accer- cifico consenso alla cessio- anche gli operatori di tele- è emerso che i dati degli u- tare, come prevede invece ne delle loro informazioni marketing che si comportano tenti erano stati raccolti e la disciplina sulla protezio- personali ad altre società. correttamente. ceduti a terzi senza informa- ne dei dati, che gli abbonati Il divieto è scattato anche A questo provvedimento ini- re gli interessati, o informan- siano stati avvertiti. Cont. a per le aziende che hanno bitorio si è giunti dopo ripetuti doli in maniera inadeguata, e pag. 4

I nostri sportelli in provincia

Pavia -via F.Cavallini 9 - lunedì, mercoledì e venerdì dalle ore 9,00 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;

Stradella - via Cavour 25 c/o Camera del Lavoro- sabato dalle 9,00 alle 12,00 tel 0385 48039 solo su appuntamento

Castelletto di Branduzzo— c/o Biblioteca Comunale ogni mercoledì dalle 9,30 alle 12,30

Federconsumatori Pavia

le pile ricaricabili

L'acquisto di pile usa e get- ambientale. tano il grande vantaggio di cabatteria superveloci e ta è in crescita a causa del Le pile ricaricabili si possono aver superato l'effetto memo- sceglierne un modello che proliferare degli apparecchi riutilizzare per almeno 200 ria ed è quindi possibile ricari- sia in grado di ricaricare al- portatili ad alto assorbimen- cicli e il loro uso è possibile carle anche se non sono del meno due formati di pila. to di energia. Ognuno di noi per circa 18 mesi. I costi di tutto esaurite, dispongono La ricarica completa si ottie- ne consuma circa 150 acquisto iniziale sono alti inoltre di una capacita doppia ne in almeno un ora ed è all'anno con costi molto alti rispetto alle pile normali ma di immagazzinare energia, ovvio che una scorta di pile per lo smaltimento urbano. rappresentano sempre meno espressa in millianpere/ora, e consente di non rimanere E' infatti da notare che al- di un decimo del costo glo- di rilasciarla per l'uso richie- con l'utilizzatore spento. meno il 60% delle pile usa bale delle 150 che esse so- sto. Le pile cariche e non utiliz- zate non mantengono inalte- e getta viene buttato nella stituiscono. Le pile ricaricabi- Il carica batteria è l'elemento zate non mantengono inalte- normale spazzatura con li di nuova generazione sono di supporto necessario per le rata la ricarica e se non uti- gravi problemi ambientali. costruite senza cadmio che pile ricaricabili e deve essere lizzate tendono a diminuire Le pile ricaricabili sono è un metallo tossico difficile scelto anch'esso con cura per la capacità. L'altro avverti- quindi la vera alternativa, da smaltire. Le nuove pile evitare di accorciare la loro mento è quello di non cari- valida sia dal punto di vista Nichel-metal Idruro presen- vita. Bisogna diffidare dai cari- care mai insieme pile Ni-Mh economico che da quello con NI-Cad.

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

Notizie in breve....

Modifiche al Codice della Strada

Con la trasformazione in legge del "pacchetto sicurezza", avvenuta lo scorso agosto, sono state introdotte anche alcune modifiche al Codice della Strada.

Sono così stati modificati gli articoli 186 e 187 che riguardano la guida in stato di ebbrezza e in alterazioni psichiche, l'articolo 189 dove sono state introdotte norme più severe in caso di incidente stradale e sono state inasprite le pene, articolo 222, a seguito di reati connessi alla guida in stato di ubriachezza o sotto effetto di stupefacenti.

Le nuove norme sono già in vigore.

Garante Privacy continua da pag 3

Considerata l'aggressività delle aziende Italiane c'è da giurarci che le telefonate riprenderanno sotto qualche altra forma. E' quindi bene avere dei riferimenti di comportamento per contrastare gli abusi.

Innanzitutto si deve sapere che chi telefona deve presentarsi e se non vuole dichiarare la propria identità è comunque obbligato a dire la sua matricola, per quale società di marketing opera e per conto di quale azienda sta facendo promozione di vendita.

Si ha diritto ad ottenere il nome del responsabile dei dati e l'indirizzo per intimargli la cancellazione dei dati personali.

Se tutto questo non basta si può inviare una segnalazione al Garante della Privacy o tramite moduli specifici reperibili sul suo sito internet: www.garanteprivacy.it oppure inviare una comunicazione direttamente al suo indirizzo di Roma: p.zza Montecitorio 121 00186 Roma

INFORMAZIONE PER I NOSTRI SOCI

Dal mese di settembre 2007 è attiva un'area riservata entro il ns. sito internet

www.federconsumatoripavia.it

L'area contiene una serie di informazioni riservate ai nostri soci sulle normative di difesa del consumatore con indicazioni e comunicazioni che riguardano i singoli argomenti.

Nell'area sono anche disponibili le sentenze che i nostri legali hanno ottenuto a seguito delle vertenze intraprese.

Per accedere all'area è necessaria una password che sarà inviata su richiesta, unitamente al codice di accesso, agli iscritti che ne faranno richiesta tramite e-mail.

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 2008 costa € 40 (i rinnovi € 35 con il giornalino)

La tessera in convenzione costa € 25,0 (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 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
Sondrio - Lodi - Como - Legnano - Varese e Busto Arsizio - Monza- Darfo Boario