



Pronto Consumatore

Tariffa Associazioni Senza Fini di Lucro POSTE ITALIANE S.p.a. Spedizione in A.P. D.L.353/2003 (conv. in L.27/02/2004 n.46) art. 1 comma 2, DCB Bolzano Taxe Percue

Mensile d'informazione del Centro Tutela Consumatori Utenti



RC-Auto e moto

Pagina 3



Risoluzione contratto dopo consulenza errata

Pagina 4



Sentenza: Telecom Italia indennizzo

Pagina 5



Gomme invernali

Pagina 7

Diventare soci e rimanere soci attivi del Centro!

► **Cosa ricevo in cambio dell'iscrizione al Centro?** I soci attivi beneficiano di un pacchetto di vantaggi, che comprende per ciascun anno solare: una consulenza specialistica oppure un „check-up assicurativo“ oppure un „check-up“ della polizza RC auto; l'adesione ad una polizza di tutela legale per la vita privata dell'intera famiglia; l'invio del giornalino „Pronto Consumatore“. I soci possono inoltre avvalersi di consulenze specialistiche nei seguenti settori: servizi finanziari, assicurazioni e previdenza, telecomunicazioni, alimentazione, aspetti legali e tecnici inerenti la costruzione e la conduzione dell'abitazione, vita in condominio, controversie legate ad acquisti e consumi transfrontalieri attraverso il Centro Europeo dei Consumatori.

► **Quanto costa?** 29 euro per tutto l'anno in corso e fino al 31 gennaio del prossimo anno. La tessera di socio vale automaticamente anche per tutti i famigliari residenti nella stessa abitazione (vale il certificato di famiglia) e può essere restituita in qualsiasi momento al Centro, nel caso in cui non si desideri essere più soci.

► **Come si diventa soci?** Con il pagamento della relativa quota, che può essere effettuato in contanti presso una sede del CTCU oppure a mezzo di bonifico - versamento bancario, anche sotto forma di ordine permanente (vedi modulo al centro del giornalino).

► **Come rinnovare la quota?** Siete già soci e avete già autorizzato un ordine permanente di incasso della quota? Allora non preoccupatevi: la quota verrà addebitata sul vs. conto corrente presumibilmente verso il 10 gennaio 2012. Per chi non avesse autorizzato l'ordine permanente, basta invece farci pervenire l'importo entro il 31 gennaio 2012: tramite bonifico bancario sul ns. conto corrente IBAN IT 98 K 08081 11600 000300048500, oppure a mezzo pagamento in contanti presso i nostri sportelli (sede o filiali). Il pagamento entro la data del 31 gennaio di ciascun anno evita l'interruzione della copertura per la tutela legale prevista per i soci.

► **Quali vantaggi ho in caso di pagamento della quota a mezzo di ordine bancario permanente?** Di solito conviene economicamente, ma soprattutto evita eventuali interruzioni nella copertura della tutela legale dovute ad eventuali ritardi nei pagamenti.

Tutti i consumatori

possono associarsi

Assicuratevi i vantaggi previsti per i soci attivi Versate la quota per il 2012!

Il termine "tutela dei consumatori" è di per sé un termine un po' astratto. In qualcuno potrebbe anche far sorgere la domanda rispetto a quali situazioni e casi della propria vita quotidiana esso sia concretamente utilizzabile. A pensarci bene, però, la risposta appare abbastanza ovvia: tutti noi, chi più chi meno, siamo "consumatori". Dal pane per la colazione acquistato al panificio, al DVD noleggiato al negozio video per la serata con la famiglia, ognuno di noi "consuma" quotidianamente moltissimi prodotti e utilizza altrettanti servizi. E fino a quando il mercato funziona a dovere, non ce ne accorgiamo nemmeno. Non di rado ricordiamo di essere consumatori e consumatrici solo nel momento in cui si verifica un intoppo: se la fattura supera il preventivo che ci era stato rilasciato, se l'assicurazione si rifiuta di risarcire il danno, se la banca all'improvviso decide di aumentare il tasso d'interesse del mutuo. In casi come questi i consumatori si rivolgono al Centro Tutela Consumatori Utenti (CTCU) per un consiglio o un'assistenza. A ragione, perché la **consulenza ai consumatori** è uno dei compiti "chiave" del CTCU. Altrettanto importanti sono i settori **dell'informazione e dell'educazione dei consumatori**, nonché la **rappresentanza dei loro interessi**. Da tali ambiti scaturiscono per tutti noi, sia come società che come singoli cittadini, molti vantaggi: per sapere quali siano, e come fare per aiutarci a garantirli anche in futuro, in queste pagine vi invitiamo a fare un breve tour virtuale attraverso il nostro Centro.

Chi siamo?

Un'associazione indipendente, di promozione sociale e senza scopo di lucro, che raggruppa 8 Associazioni attive nel campo della tutela del consumatore, riconosciuta a livello nazionale ai sensi del Codice del Consumo,

- con 13.000 soci, privati cittadini,
- con una squadra di oltre 80 persone fra volontari, collaboratori dipendenti e membri

degli organi delle associazioni che ne fanno parte,

- con una rete di 11 filiali sparse in vari centri della provincia e con lo "Sportello Mobile del Consumatore";
- l'Associazione è l'interlocutore di oltre 50.000 consumatori all'anno, che prendono contatto con le nostre strutture e ci sottopongono i loro quesiti, dubbi e problemi di vario genere.



Gerettet! In salvo!

Le erogazioni liberali al CTCU ti consentono una detrazione di imposta!

Le erogazioni liberali a favore del CTCU possono essere detratte dall'imposta sul reddito (19% di max. 2.065,83 euro all'anno). La modalità più semplice è un bonifico al seguente IBAN: IT 98 K 08081 11600 000300048500. Anche donazioni per importi più piccoli sono un sostegno importante al nostro lavoro!



Raccolta informativa: progetto Informacon

Cosa facciamo?

L'attività svolta per la comunità è assai varia; fra le altre cose:

- **informiamo:** oltre 200 schede informative, 3000 pagine web, 150 comunicati stampa, innumerevoli interviste alla radio, alla tv e sulla stampa, diverse pubblicazioni specifiche, confronti-prezzi e strumenti online vengono elaborati e aggiornati annualmente per tutti i consumatori altoatesini;
- **consigliamo:** grazie a contributi pubblici possiamo offrire, gratuitamente, prima informazione e consulenza generale. Per tutti i soci del CTCU sono poi a disposizione consulenti specializzati in vari settori, dal diritto del consumo in generale al settore delle telecomunicazioni, alla consulenza tecnica per il settore "abitare e costruire"; nostri consulenti sono presenti sia presso la sede principale a Bolzano che nelle filiali di Merano, Brunico, Bressanone, Vipiteno, Chiusa e Silandro;
- **rappresentiamo:** rappresentiamo gli interessi di tutti i consumatori e le consumatrici. Ci impegniamo per tutelare pubblicamente in modo efficiente gli interessi economici e la salute dei consumatori nei confronti della politica, della pubblica amministrazione e dell'economia. Creiamo trasparenza nei mercati, e ci impegniamo affinché migliori la qualità della vita nel nostro Paese. Attraverso la nostra partecipazione in numerosi comitati e associazioni professionali garantiamo che la tutela del consumatore venga riconosciuta quale argomento di trattazione "trasversale";
- **formiamo ed educiamo:** "consumare", oggi più che mai, è diventato un comportamento che abbisogna di conoscenze approfondite. Pertanto siamo attivi sia nella formazione permanente che nelle scuole. Con la nostra offerta formativa miriamo a migliorare le capacità decisionali e operative di tutti i cittadini-consumatori.

Chi beneficia del nostro lavoro?

- **i soci:** consulenza specialistica, tutela legale per l'intera famiglia, informazione continua con raffronti e test merceologici, notizie e suggerimenti;

- **tutti:** informazione indipendente, consulenza e formazione sui temi del consumo; un partner importante, in rappresentanza degli interessi dei consumatori nelle sedi della politica e dell'economia;
- **le imprese "serie":** clienti informati, interlocutori competenti, concorrenza funzionante.

5 motivi per aderire

- **il pacchetto "sicurezza":** il vostro salvagente nel caso in cui qualcosa non andasse per il verso giusto;
- **informazioni pronta consegna:** il nostro giornale "Pronto Consumatore" vi fornisce le ultime novità, ma anche comparazioni dettagliate e ricerche di mercato, con le date degli appuntamenti da non perdere, comodamente a casa vostra;
- **sostenete un interlocutore importante e il movimento dei consumatori:** operiamo esclusivamente nell'interesse dei cittadini-consumatori e attribuiamo la massima importanza alla nostra indipendenza ed autonomia, consapevoli che da ciò dipende la nostra credibilità. Il vostro contributo ci sostiene anche in questo;
- **ci aiutate a realizzare la nostra visione del presente e del futuro:** auspichiamo un futuro in cui sia i cittadini-consumatori, sia gli altri attori del mercato si assumano piena responsabilità delle proprie azioni. Un futuro in cui ognuno concorra allo sviluppo sostenibile dell'economia e della società, ad una rinnovata qualità della vita in sintonia con i principi di giustizia sociale e del patto fra generazioni e alla salvaguardia dell'ambiente. Promuoviamo processi di cambiamento sociale, sosteniamo l'integrazione e, soprattutto, ci battiamo per una buona coesione della società. Pensiamo già da oggi ai consumatori di domani;
- **il sapere per i consumatori "giovani" e quelli che lo sono rimasti:** presso la biblioteca specializzata del centro didattico "infoconsum" è a vostra disposizione una vasta gamma di libri e riviste specializzate nei vari settori del consumo.



Walther Andreaus,
direttore del CTCU

Walther Andreaus

Tempi (sempre più) duri...

L'Italia è fortemente indebitata, e deve – per forza di cose – risparmiare. Il nuovo governo del Prof. Monti ha varato un drastico pacchetto di misure volte al risparmio e alle riforme. Previsti, fra altre, un riordino incisivo del sistema pensionistico, l'aumento delle imposte sui carburanti e l'abrogazione di agevolazioni fiscali. Inoltre si parla di un possibile aumento dell'IVA di 2 punti percentuali nel 2012. L'età pensionabile viene alzata, sia nel pubblico che nel privato, e si prevede di risparmiare evitando di adeguare le pensioni all'inflazione. Anche la reintroduzione dell'ICI, sotto la nuova sigla dell'IMU, è una delle misure più dolorose in programma. Per salvare l'Italia dalla crisi, si tende a decurtare quanto resta dello "stato sociale", con l'unico reale motivo di fare cassa. Per i lavoratori dipendenti e i pensionati tutto questo significa, di fatto, una diminuzione degli stipendi e delle pensioni; i prezzi di beni e servizi aumenteranno, con effetti devastanti sul potere d'acquisto di larghe fasce della popolazione. Ci si chiede se misure come queste potranno davvero stimolare una ripresa economica del Paese.

Il Vangelo di Matteo ci riporta la parabola del padrone del vigneto, narrata da Gesù. Questi promise ai suoi braccianti un compenso equo. Il compenso giornaliero era di un denaro (16 assi), indipendentemente dal tempo effettivo che questi avevano lavorato. Con un tale salario i braccianti avevano da vivere fino al giorno dopo, avendo poi la possibilità di continuare a lavorare per il viticoltore. Lo scrittore romano Sueton (70 d.C.) addirittura ci racconta che era possibile provvedere al proprio sostentamento con soltanto 2 assi al giorno. Nella nostra moderna società, nella quale il sostentamento avviene tramite il consumo e l'approvvigionamento presso terzi, sono necessari circa 37,50 euro per membro di una famiglia al giorno (considerando la spesa media di una famiglia altoatesina). Al mese fanno 1.125 euro per ogni componente una famiglia. Ma quante sono davvero le famiglie che hanno a disposizione una simile somma netta al mese? Quanti viticoltori remunerano i loro lavoratori con una cifra necessaria a vivere per 8 giorni? E parliamo di cifre nette, perché dobbiamo appunto "vivere".

Per i prossimi mesi si prospetta quindi un acuirsi della recessione già in atto. Se si continua a consolidare il debito delle famiglie, le entrate fiscali sono destinate inevitabilmente a diminuire, aprendo così nuove falle che andranno tappate con ulteriori misure di risparmio. Una spirale verso il basso, insomma. Alla quale bisogna prepararsi ...

Come sostenere il nostro lavoro

- **Essere soci:** diventarlo e rimanerlo – per informazioni dettagliate vedi casella a pagina 1
- **5 per mille:** i contribuenti (730 o Unico) possono destinare il 5 per mille dell'IRPEF ad organizzazioni per la promozione sociale, fra le quali rientra anche il CTCU. L'importo rappresenta una quota dell'imposta da versare: basta apporre la propria firma sulla dichiarazione dei redditi, indicando nell'apposita casella il codice fiscale del CTCU: **94047520211**. Nel caso in cui ci abbiate destinato il vostro 5 per mille, comunicateci il vostro indirizzo e vi invieremo il nostro giornale periodico "Pronto Consumatore".
- Erogazioni liberali a favore del CTCU possono essere detratte dall'imposta sui redditi (19% di max. 2.065,83 euro all'anno). La modalità di versamento più semplice è un bonifico all'IBAN (prego indicare il Vostro numero socio/a, questo è riportato nella prima riga dell'indirizzo): **IT 98 K 08081 11600 000300048500**. Anche erogazioni e donazioni di piccoli importi sono un sostegno finanziario importante al nostro lavoro!
- **Grazie!**



Il Consiglio direttivo del CTCU (da sinistra):
Maurizio Albrigo, Martin Wieser, Heidi Rabensteiner,
Maria Federspiel, assente Alfred Ebner

Assicurazione & previdenza

Confronto polizze RC auto e moto in Alto Adige: aumenti fino al 60% in venti mesi

Che i costi delle assicurazioni obbligatorie per i veicoli a motore rappresentino un aggravio non da poco per il budget familiare, è un problema ben noto alle famiglie. E purtroppo si aggiungono anche gli aumenti. Se il tasso di inflazione certificato locale da febbraio 2010 a ottobre 2011 è stato del 4,4% (fonte: ASTAT), di quanto sono cresciute le polizze? Per scoprirlo, il Centro Tutela Consumatori Utenti di Bolzano ha confrontato le migliori offerte assicurative estratte dal sito dedicato del "Preventivatore UNICO ISVAP" per sei profili cliente tipo residenti in Alto Adige riferiti agli stessi periodi di cui sopra (febbraio 2010 e ottobre 2011) e ha trovato quanto segue:

nr.	Profili tipo (tutti abitanti a Bolzano)	migliore offerta 02/2010	migliore offerta 10/2011	aumento (%)
1	Uomo, 18 anni, celibe, studente automobile a benzina 1.200 cc, 14 CF, 60 kW classe bonus-malus: 14 (classe d'ingresso)	1.077,50 €	1.248,70 €	+15,9%
2	Donna, 18 anni, nubile, studentessa automobile a benzina 1.200 cc, 14 CF, 60 kW classe bonus-malus: 01 (legge Bersani)	276,00 €	441,50 €	+60,0%
3	Uomo, 35 anni, sposato, impiegato automobile a benzina 1.200 cc, 14 CF, 60 kW classe bonus-malus: 01 (da 17 anni senza incidenti)	203,26 €	209,00 €	+2,8%
4	Donna, 21 anni, nubile, impiegata automobile a benzina, 1.200 cc, 14 CF, 60 kW classe bonus-malus: 15	931,71 €	1.061,05 €	+13,9%
5	Uomo, 45 anni, coniugato, dipendente automobile a benzina, 1.200 cc, 14 CF, 60 kW classe bonus-malus: 18 (con incidenti)	1.379,74	1.617,00	+17,2%
6	Uomo, 18 anni - scooter 50 cc classe bonus-malus: 14	174,00	217,88	+25,2%

La prima evidenza è che, tranne il terzo profilo tipo, tutte le altre migliori offerte sono aumentate più dell'inflazione: nel caso peggiore, ben del 60%. Un altro dato da rimarcare e che non compare in tabella, è che una sola delle assicurazioni migliore offerta del 2010 ha mantenuto il primato nel 2011. Tutte le altre sono scese in classifica ed i primi posti sono stati conquistati da altre compagnie.

„Il modo per far scendere i prezzi comunque esiste“, commenta il direttore del CTCU, Walther Andreas, „ed è quello di una maggiore concorrenza e di attuare una seria e concreta riforma del settore. In Italia l'assenza di concorrenza fa sì che i consumatori oltre alle polizze rc auto devono già pagare le tariffe telefoniche, i carburanti, la luce ed il gas tra i più cari d'Europa.“

Ai consumatori il CTCU rivolge i seguenti consigli: se la vostra polizza era la più conveniente, in prossimità della scadenza non accontentatevi di rinnovarla ma verificate se non vi sia un'offerta migliore. Ricordatevi che la disdetta va inviata per iscritto almeno quindici giorni prima della scadenza naturale; ma se l'aumento proposto è superiore al tasso di inflazione programmata (1,7% per il 2011), sono sufficienti 24 ore di preavviso.

Nota: fonte dati <http://isvap.sviluppoeconomico.gov.it/prevrca/prvportal/index.php> tutte le offerte sono state elaborate con il criterio del massimale minimo di legge pari a 2,5 milioni di euro

Casa, bilancio familiare, tessuti

Scuola materna: ma quanto mi costi? Differenze superiori al 200% tra i singoli comuni

Dai 74 euro al mese di Laives ai 23,75 euro di Rasun Anterselva
Fonte dati: Osservatorio tariffe pubbliche della Provincia Autonoma di Bolzano

In questo particolare periodo storico che si annuncia foriero di tagli alla spesa, le preoccupazioni maggiori vanno al possibile aumento delle tariffe pubbliche. Tra queste, i costi relativi alle scuole materne rappresentano una voce non trascurabile del bilancio familiare. Per scoprire quale sia la situazione ad oggi nella nostra provincia, il Centro Tutela Consumatori Utenti di Bolzano ha estratto ed elaborato le tariffe pubblicate dall'osservatorio presso l'ASTAT: con i seguenti risultati.

Tariffa per 1 bambino:

da economica ...	Rasun-Anterselva: 23,75 €	Silandro: 25,00 €	Gais: 26,00 €
... a onerosa:	Merano: 71,00 €	Bolzano: 71,00 €	Laives: 74,00 €

una differenza di costo superiore al 200%. Calcolando, a mero titolo di esempio, nove pagamenti – per nove mesi -, il totale rispettivo equivarrebbe a 666,00 euro per Laives e 213,75 euro per Rasun Anterselva: vale a dire, **452,25 euro in più.**

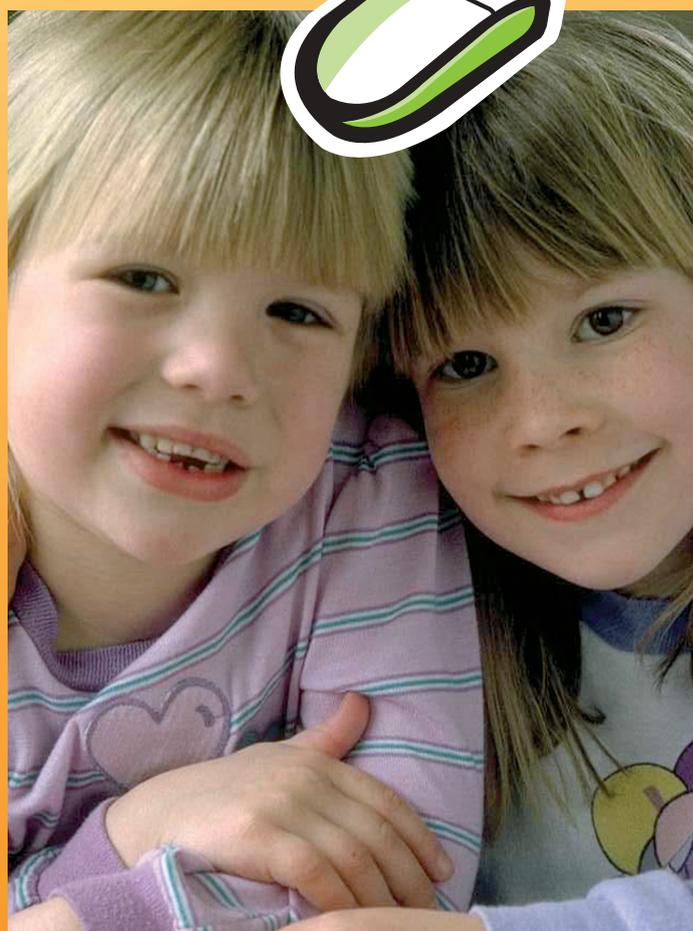
Tariffa per 2 bambini:

da economica ...	Rasun-Anterselva: 46,50 €	S. Felice 48,00 €	Silandro: 50,00 €
... a onerosa:	Bronzolo: 130,00 €	Tirol: 134,00 €	Appiano: 136,00 €

Anche in questo caso la differenza tra il comune più virtuoso e quello più caro è rilevante e supera il 190%; e simulando di nuovo i nove pagamenti, il totale rispettivo equivale a 1.224,00 euro per Appiano e 418,50 euro per Rasun Anterselva: per **ben 805,50 euro in più.**

«Che vi fossero delle differenze così rilevanti tra i comuni – esordisce Walther Andreas – è francamente una sorpresa: e certo non positiva. Va comunque precisato che la Provincia si limita a fissare il tetto massimo dell'importo, ma le tariffe a carico vengono determinate dai singoli comuni. A questo punto la nostra proposta è di una riduzione della sperequazione: non è accettabile che un cittadino del comune di Laives paghi quasi il triplo del suo omologo di Rasun Anterselva. Noi riteniamo – conclude il direttore del CTCU – che la Provincia dovrebbe farsi carico del problema riequilibrando le risorse economiche disponibili in modo tale da ridurre la differenza tra le rispettive tariffe: puntando, però, ad un ribasso di quelle più onerose».

Informazioni in un clic
www.centroconsumatori.it



Impennata degli spread: aumentano i guadagni delle banche

Spread e parametri di riferimento

Rispetto all'ultima rilevazione effettuata (giugno 2011), si registrano aumenti degli spread dallo 0,05 fino ad addirittura a +1,90 punti percentuali (!) e questo si traduce in automatici, maggiori introiti per gli istituti che erogano mutui (in particolare si registrano aumenti degli spread sul variabile per tutte le banche esaminate nel confronto). Per quanto riguarda i parametri di riferimento, si registra un ribasso dei valori euribor di ca. 0,05 p.p., mentre gli IRS registrano cali vistosi sempre rispetto all'ultima rilevazione di giugno scorso (es. l'IRS 20 anni cala di quasi un punto percentuale). Di fatto, gli istituti hanno approfittato di questi cali dei parametri sul mercato per aumentare gli spread e inca-

merarsi così maggior guadagni con i mutui di nuova accensione (per dettaglio vedi tabella in fondo alla pagina). Per i mutui già in corso gli spread fissati in contratto non si possono invece modificare.

Tassi medi e di usura

Da giugno 2011 i tassi medi per mutui a tassi fissi sul mercato nazionale sono aumentati di 0,44 p.p., mentre per i mutui a tasso variabile di ca. 0,50 p.p. Sono saliti di conseguenza anche i limiti di usura fissati trimestralmente che ormai sono arrivati al 10,40% per i tassi fissi e all'8,125% per i variabili, a seguito delle nuove modalità di calcolo (a favore delle banche) introdotte nel maggio scorso dal governo.

Le offerte migliori a tasso fisso (20 anni)

Banca di Trento e Bolzano: www.btbonline.it 20 anni: 4,90%
Poste Italiane: www.poste.it IRS di durata +... 20 anni: + 1,95% (TAEG=5,23%)
Banca Popolare dell'Alto Adige www.volksbank.it IRS di durata arrotondato a 0,10 + ... (FIRST FIX) 20 J.: +1,90 (= 4,90% - TAEG 5,341%)
Cassa di Risparmio di Bolzano www.caribz.it IRS lettera arrotondato all'1/8 superiore +...: 20 anni: +2,10% (TAEG 5,37%)
BHW Bausparkasse AG: www.bhw.it 20 anni: rata 657/ 4,55% - 3,75% <i>Nota: i tassi indicati non possono essere direttamente confrontati con le offerte delle altre banche</i>
Cassa Rurale Val d'Isarco www.raiffeisen.it IRS di durata (al 1/4 di punto) +... 20 anni: +1,75% (TAEG 4,995%)

Le offerte migliori a tasso variabile (20 anni):

Banca di Trento e Bolzano: www.btbonline.it Euribor 1M/360 + ... 20 anni: + 1,80%
Cassa Rurale di Brunico www.raiffeisen.it Euribor 6M/360 +... 20 anni: +1,60
Tiroler Sparkasse: www.sparkasse.at/tirolersparkasse Euribor 3M/360 +... 20 anni: +1,50%
Cassa Rurale del Renon www.raikaritten.it Euribor 6M 365 +... 20 anni: +1,50%
Cassa Rurale Val d'Isarco www.raiffeisen.it Euribor 6M/360 +... 20 anni: +1,25%
BHW Bausparkasse AG: www.bhw.it 20 anni - Euribor 3M + 1,20% <i>Nota: i tassi indicati non possono essere direttamente confrontati con le offerte delle altre banche</i>

Per i criteri applicati nel calcolo del TAEG, i dettagli per le altre durate nonché le offerte degli altri istituti vedasi il confronto integrale, disponibile gratuitamente sul sito del CTCU www.centroconsumatori.it nonché in forma cartacea presso le singole sedi e lo sportello mobile.

✓ Il caso del mese

Risoluzione del contratto dopo consulenza errata

Il cliente può chiedere il rimborso del prezzo d'acquisto

Da tempo il sig. C. è alla ricerca di un piccolo gruppo elettrogeno, per poter utilizzare i suoi apparecchi elettronici anche in casi di emergenza. Nel volantino di una grande catena di centri fai-da-te finalmente trova un'offerta interessante. Recatosi in filiale gli viene confermato che il prodotto è perfettamente idoneo per fornire corrente ad apparecchi elettronici, ed anche il prezzo di ca. 300 euro sembra buono: così l'affare si conclude.

Una volta tornato a casa, il sig. C con grande dispiacere, sul libretto di istruzioni trova l'avvertimento "Il prodotto non è utilizzabile per l'alimentazione di apparecchiature elettroniche". Siccome lo scopo per il quale era stato acquistato era proprio quello di alimentare TV e PC, nonostante le conferme da parte del venditore il prodotto si rileva inutile per il sig. C.

Questi riporta quindi il prodotto - nella confezione originale e non utilizzato - alla filiale del mercato fai-da-te. Il venditore si scusa per l'informazione sbagliata data al suo cliente, e ritira la merce senza problemi. Le cose però si complicano quando il sig. C. chiede a sua volta la restituzione di quanto pagato: gli viene comunicato che in nessun caso questo importo può essere restituito, e gli si propone invece l'emissione di un buono-acquisto. Il sig. C. però non è interessa-

to a ricevere un buono, anche perché non avrebbe saputo quali merci comprare per la somma di 300 euro. Anche il direttore del negozio, confrontato con la richiesta, faceva letteralmente "orecchie da mercante": per quanto dispiaciuto dell'avvenimento, la prassi del negozio prevede l'emissione di un buono per merci restituite.

Il sig. C. quindi si rivolge al CTCU, che contatta la direzione, spiegando che questa prassi è contraria alle previsioni di legge. Secondo quanto previsto del Codice Civile, il cliente ha diritto a rescindere il contratto, se il prodotto non dovesse rispettare le caratteristiche assicurate in occasione del colloquio di vendita. Rescindere un contratto di compravendita comporta la resa della merce e la restituzione del prezzo di acquisto, senza ripiegare su nota di accredito o buono-acquisto. In particolare questo principio si applica se le caratteristiche siano determinanti per l'acquisto (come in questo caso): in assenza dell'informazione sbagliata, il sig. C. non avrebbe mai acquistato il prodotto.

La direzione del mercato fai-da-te reagisce subito, bonificando l'intero importo sul conto bancario del sig. C. Questo esempio mostra ancora una volta le difficoltà vissute dai consumatori nel beneficiare realmente di diritti garantiti loro per legge.

Informazioni in un clic

www.centroconsumatori.it



Le pratiche commerciali scorrette

cosa sono, come denunciarle

Cos'è, innanzitutto, una pratica commerciale?

Il codice del consumo sancisce il divieto di pratiche commerciali scorrette.

Per poter capire la concreta portata di questo divieto, dobbiamo in primo luogo dare un significato al termine "pratica commerciale" e, in secondo luogo, sapere quando la stessa possa dirsi scorretta.

Il codice del consumo (decreto legislativo n. 206 del 2005) contiene, all'art. 18, una serie di definizioni proprio allo scopo di delimitare l'ambito di applicazione della normativa.

Vediamo, in sintesi, le più importanti:

- pratica commerciale: "qualsiasi azione, omissione, condotta o dichiarazione, comunicazione commerciale ivi compresa la pubblicità e la commercializzazione del prodotto, posta in essere da un professionista, in relazione alla promozione, vendita o fornitura di un prodotto ai consumatori".
- professionista: "qualsiasi persona fisica o giuridica che [...] agisce nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale e chiunque agisce in nome o per conto di un professionista";
- consumatore: "qualsiasi persona fisica che [...] agisce per fini che non rientrano nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale".

Ne discende che la normativa del codice del consumo si applica **esclusivamente** quando interagiscono un professionista da una parte ed un consumatore dall'altra.

A tutti gli altri tipi di rapporti commerciali (professionista con professionista e consumatore con consumatore) si applicano invece le norme del codice civile e delle altre leggi ordinarie.

Si ricordi infine che la medesima persona può assumere, a seconda del caso concreto, il ruolo di consumatore o di professionista.

Quando una pratica commerciale è scorretta?

Il legislatore persegue un duplice obiettivo. Da un lato formula una norma di ampio respiro, affinché essa sia sempre attuale ed al passo con l'evolversi delle tecniche e degli usi commerciali. Una pratica commerciale è quindi scorretta "se è contraria alla diligenza professionale, ed è falsa o idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio che essa raggiunge o al quale è diretta o del membro medio di un gruppo qualora la pratica commerciale sia diretta a un determinato gruppo di consumatori" (art. 20 comma 2).

In questo modo, si delega alle Autorità preposte il compito di stabilire in concreto la natura scorretta di una specifica pratica commerciale. Dall'altro lato, al fine di non rendere la norma troppo generica e di difficile applicazione, il le-

gislatore definisce due tipi di pratiche commerciali scorrette, ossia le **pratiche ingannevoli** e le **pratiche aggressive**, all'interno delle quali specifica ulteriormente alcune pratiche da considerarsi in ogni caso scorrette (le c.d. liste nere).

Le pratiche ingannevoli

Sono considerate pratiche ingannevoli tutte quelle azioni od omissioni tese ad indurre in errore il consumatore, affinché prenda una decisione di acquisto che altrimenti non avrebbe preso, ingannandolo o tacendo informazioni essenziali riguardo la natura o l'esistenza del prodotto, le sue caratteristiche, i suoi vantaggi e benefici o rischi, l'assistenza post-vendita, l'idoneità a determinati usi, l'origine, il prezzo, la manutenzione, i controlli superati e riconoscimenti ottenuti o marchi di qualità, o ancora sull'identità o le qualifiche di chi lo propone e l'adesione a codici di condotta.

Le pratiche aggressive

Sono considerate aggressive le pratiche commerciali che, mediante molestie, coercizione, compreso il ricorso alla forza fisica o indebito condizionamento, limitano o sono idonee a limitare considerevolmente la libertà di scelta o di comportamento del consumatore medio in relazione al prodotto e, pertanto, lo inducono o sono idonee ad indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.

Le liste nere

Come abbiamo visto, il codice del consumo redige degli elenchi di pratiche commerciali da considerarsi in ogni caso scorrette.

Vediamo quali sono:

Pratiche commerciali considerate in ogni caso ingannevoli (art. 23 co.1)

- a) affermazione non rispondente al vero, da parte di un professionista, di essere firmatario di un codice di condotta
- b) esibire un marchio di fiducia, un marchio di qualità o un marchio equivalente senza aver ottenuto la necessaria autorizzazione
- c) asserire, contrariamente al vero, che un codice di condotta ha l'approvazione di un organismo pubblico o di altra natura
- d) asserire, contrariamente al vero, che un professionista, le sue pratiche commerciali o un suo prodotto sono stati autorizzati, accettati o approvati, da un organismo pubblico o privato o che sono state rispettate le condizioni dell'autorizzazione, dell'accettazione o dell'approvazione ricevuta
- e) invitare all'acquisto di prodotti ad un determinato prezzo senza rivelare l'esistenza

di ragionevoli motivi che il professionista può avere per ritenere che non sarà in grado di fornire o di far fornire da un altro professionista quei prodotti o prodotti equivalenti a quel prezzo entro un periodo e in quantità ragionevoli in rapporto al prodotto, all'entità della pubblicità fatta del prodotto e al prezzo offerti

f) invitare all'acquisto di prodotti ad un determinato prezzo e successivamente:

1) rifiutare di mostrare l'articolo pubblicitizzato ai consumatori, oppure

2) rifiutare di accettare ordini per l'articolo o di consegnarlo entro un periodo di tempo ragionevole, oppure

3) fare la dimostrazione dell'articolo con un campione difettoso, con l'intenzione di promuovere un altro prodotto

g) dichiarare, contrariamente al vero, che il prodotto sarà disponibile solo per un periodo molto limitato o che sarà disponibile solo a condizioni particolari per un periodo di tempo molto limitato, in modo da ottenere una decisione immediata e privare i consumatori della possibilità o del tempo sufficiente per prendere una decisione consapevole

h) impegnarsi a fornire l'assistenza post-vendita a consumatori con i quali il professionista ha comunicato prima dell'operazione commerciale in una lingua diversa dalla lingua ufficiale dello Stato membro in cui il professionista è stabilito e poi offrire concretamente tale servizio soltanto in un'altra lingua, senza che questo sia chiaramente comunicato al consumatore prima del suo impegno a concludere l'operazione

i) affermare, contrariamente al vero, o generare comunque l'impressione che la vendita del prodotto è lecita

l) presentare i diritti conferiti ai consumatori dalla legge come una caratteristica propria dell'offerta fatta dal professionista

m) salvo quanto previsto dal decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, e successive modificazioni, impiegare contenuti redazionali nei mezzi di comunicazione per promuovere un prodotto, qualora i costi di tale promozione siano stati sostenuti dal professionista senza che ciò emerga dai contenuti o da immagini o suoni chiaramente individuabili per il consumatore;

n) formulare affermazioni di fatto inesatte per quanto riguarda la natura e la portata dei rischi per la sicurezza personale del consumatore o della sua famiglia se egli non acquistasse il prodotto

o) promuovere un prodotto simile a quello fabbricato da un altro produttore in modo tale da fuorviare deliberatamente il consumatore inducendolo a ritenere, contrariamente al vero, che il prodotto è fabbricato dallo stesso produttore

p) avviare, gestire o promuovere un sistema di promozione a carattere piramidale nel

quale il consumatore fornisce un contributo in cambio della possibilità di ricevere un corrispettivo derivante principalmente dall'entrata di altri consumatori nel sistema piuttosto che dalla vendita o dal consumo di prodotti

q) affermare, contrariamente al vero, che il professionista è in procinto di cessare l'attività o traslocare

r) affermare che alcuni prodotti possono facilitare la vincita in giochi basati sulla sorte

s) affermare, contrariamente al vero, che un prodotto ha la capacità di curare malattie, disfunzioni o malformazioni

t) comunicare informazioni inesatte sulle condizioni di mercato o sulla possibilità di ottenere il prodotto allo scopo d'indurre il consumatore all'acquisto a condizioni meno favorevoli di quelle normali di mercato

u) affermare in una pratica commerciale che si organizzano concorsi o promozioni a premi senza attribuire i premi descritti o un equivalente ragionevole

v) descrivere un prodotto come gratuito o senza alcun onere, se il consumatore deve pagare un supplemento di prezzo rispetto al normale costo necessario per rispondere alla pratica commerciale e ritirare o farsi recapitare il prodotto

z) includere nel materiale promozionale una fattura o analogo richiesta di pagamento che lasci intendere, contrariamente al vero, al consumatore di aver già ordinato il prodotto

aa) dichiarare o lasciare intendere, contrariamente al vero, che il professionista non agisce nel quadro della sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale, o presentarsi, contrariamente al vero, come consumatore

bb) lasciare intendere, contrariamente al vero, che i servizi post-vendita relativi a un prodotto siano disponibili in uno Stato membro diverso da quello in cui è venduto il prodotto.

Pratiche commerciali considerate in ogni caso aggressive (art. 26 co.1)

a) creare l'impressione che il consumatore non possa lasciare i locali commerciali fino alla conclusione del contratto

b) effettuare visite presso l'abitazione del consumatore, ignorando gli inviti del consumatore a lasciare la sua residenza o a non ritornarvi, fuorchè nelle circostanze e nella misura in cui siano giustificate dalla legge nazionale ai fini dell'esecuzione di un'obbligazione contrattuale

c) effettuare ripetute e non richieste sollecitazioni commerciali per telefono, via fax, per posta elettronica o mediante altro mezzo di comunicazione a distanza, fuorchè nelle circostanze e nella misura in cui siano giustificate dalla legge nazionale ai fini dell'esecuzione di un'obbligazione contrattuale, fatti salvi l'articolo 58 e l'articolo 130 del decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196

d) imporre al consumatore che intenda presentare una richiesta di risarcimento del danno in virtù di una polizza di assicurazione di esibire documenti che non possono ragionevolmente essere considerati pertinenti per stabilire la fondatezza della richiesta, o omettere sistematicamente di rispondere alla relativa corrispondenza, al fine di dissuadere un consumatore

dall'esercizio dei suoi diritti contrattuali

e) salvo quanto previsto dal decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, e successive modificazioni, includere in un messaggio pubblicitario un'esortazione diretta ai bambini affinché acquistino o convincano i genitori o altri adulti ad acquistare loro i prodotti reclamizzati

f) esigere il pagamento immediato o differito o la restituzione o la custodia di prodotti che il professionista ha fornito, ma che il consumatore non ha richiesto, salvo quanto previsto dall'articolo 54, comma 2, secondo periodo

g) informare esplicitamente il consumatore che, se non acquista il prodotto o il servizio saranno in pericolo il lavoro o la sussistenza del professionista

h) lasciare intendere, contrariamente al vero, che il consumatore abbia già vinto, vincerà o potrà vincere compiendo una determinata azione un premio o una vincita equivalente, mentre in effetti non esiste alcun premio né vincita equivalente.

Le autorità competenti e le sanzioni

Il compito di tutelare i consumatori dalle pratiche commerciali scorrette è affidato all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, comunemente chiamata anche "Antitrust". Si tratta di un'istituzione indipendente che può attivarsi sia d'ufficio sia su istanza di ogni soggetto od organizzazione che ne abbia interesse. Per lo svolgimento dei propri compiti è dotata di poteri investigativi e può avvalersi dell'apporto della Guardia di Finanza.

L'Autorità può sospendere, in via cautelare, le pratiche commerciali che appaiono scorrette e, una volta terminati gli accertamenti, ne sancisce il divieto. È inoltre dotata di un importante potere sanzionatorio sia per i casi di accertata pratica commerciale scorretta sia per i casi di inottemperanza ai suoi provvedimenti d'urgenza e ispettivi.

L'intervento dell'Autorità è indipendente dalla circostanza che i consumatori interessati si trovino nel territorio dello Stato membro in cui è stabilito il professionista o in un altro Stato membro.

Come denunciare una pratica commerciale scorretta.

Chi si imbatte in una pratica commerciale scorretta, lo può segnalare senza particolari formalità all'Autorità, secondo una delle se-

guenti modalità:

- chiamando gratuitamente il numero verde 800 166661 (dal lunedì al venerdì 10:00-14:00);
- tramite posta ordinaria all'indirizzo Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, Piazza Giuseppe Verdi 6/A - 00198 Roma;
- tramite il numero di fax dell'Ufficio Protocollo 06-85821256;
- compilando e inviando on line il modulo messo a disposizione sul sito dell'Autorità (www.agcm.it).

La "vittima" di una pratica commerciale scorretta ha diritto ad un risarcimento?

Di per sé, il fatto che una prassi commerciale sia dichiarata scorretta non comporta un automatico diritto al risarcimento in capo ai consumatori interessati.

Perché questo diritto sussista bisogna che vi siano i presupposti previsti dal diritto civile ordinario e cioè

un effettivo danno che sia la conseguenza immediata e diretta della pratica commerciale scorretta (nesso di causalità);

che tale danno sia "ingiusto" e sia stato arrecato con colpa (illiceità della pratica commerciale);

Naturalmente per quanto riguarda il requisito dell'illiceità l'avvenuta pronuncia dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato potrà essere fatta valere anche in sede civile, così che al consumatore basterà di fatto dimostrare l'esistenza del danno e del nesso di causalità.

Inoltre, quando una pratica scorretta abbia danneggiato una moltitudine di consumatori, questi potranno scegliere di associarsi ed intraprendere la strada dell'azione collettiva risarcitoria (c.d. "class action"), disciplinata dall'art. 140 bis del Codice del Consumo.

Senza contare che, anche in sede stragiudiziale, se si fa valere una pronuncia dell'Autorità è più facile trovare un'azienda disposta a venire a miti consigli!

Consigli ed assistenza

Comunque è sempre utile anche consultare un'associazione di consumatori (l'elenco delle associazioni è pubblicato online su www.tuttoconsumatori.it).

Il progetto „INFORMACON“

5 associazioni dei consumatori insieme

www.adiconsum.it

www.adoc.org

www.centroconsumatori.it

www.cittadinanzattiva.it

www.legaconsumatori.it

Progetto finanziato dal Ministero dello Sviluppo Economico.



Raccolta informativa:
progetto Informacon

 **Sentenza**

561 giorni di ritardo nel trasloco della linea telefonica:

Telecom Italia s.p.a. condannata a risarcire 4.958,70 euro

Dal 2 aprile 2007 al 17 febbraio 2009 per un trasloco di linea telefonica! Sono troppi! Il caso ha riguardato un consumatore trentino che aveva chiesto il trasloco tra due vie nel Comune di Arco. In caso di trasloco Telecom Italia S.p.a. deve provvedere entro 10 giorni, lo stabilisce l'art. 25 delle Condizioni Generali di abbonamento. Le stesse dispongono anche che, per ogni giorno di ritardo successivo al decimo, spetti al consumatore, a titolo di indennizzo, una cifra corrispondente al 50% del canone mensile corrisposto. Oltre a ciò è sempre possibile chiedere il risarcimento del danno non patrimoniale.

Il consumatore vittima del ritardo ha così chiesto in sede giudiziaria il totale indennizzo previsto per 561 giorni di ritardo (3.758,70 euro) oltre al risarcimento del danno non patrimoniale (1.200,00 euro), consistito negli innumerevoli disagi causati al consumatore. Il Giudice di Pace di Riva del Garda ha condannato Telecom Italia a risarcire al consumatore questa cifra.

Ai consumatori consigliamo:

1. di effettuare la richiesta di trasloco in forma scritta (raccomandata a.r.), in modo da avere una "data certa" da cui far partire i dieci giorni;
2. in caso di ritardo, di sollecitare sempre in forma scritta;
3. nel caso vengano adottati presunti motivi ostativi dipendenti dal Comune o altri enti e o privati, di verificare di persona il loro fondamento;
4. in caso di persistente ritardo, di rivolgersi al CTCU.

 **Il clima chiama**

La spesa sostenibile

Poche volte ne siamo davvero consci, ma attraverso ogni nostra decisione (o rifiuto) di acquisto mandiamo un chiaro segnale all'economia. Della serie: sì, questo prodotto rispecchia le mie idee oppure no, quest'altro non mi piace o non va bene.

Il termine "sostenibile" è ultimamente molto in voga (forse troppo), anche se può apparire come poco concreto: in breve, uno stile di vita sostenibile è quello che mira a non gravare (troppo) sulle generazioni future attraverso le nostre azioni odierne.

Di conseguenza la spesa "sostenibile" significa valutare, per ogni singolo acquisto di beni e servizi, le possibili conseguenze di questa azione per le generazioni future (vedi i nostri figli o nipoti). Ad esempio, ci si può chiedere se per produrre un determinato oggetto siano state utilizzate materie prime non rinnovabili, che pertanto in futuro rischiano di non poter essere più disponibili. Chiaramente non è possibile stilare un ecobilancio esaustivo per ogni prodotto che si intende acquistare; nessuno di noi uscirebbe, infatti, più dal supermercato. Per fortuna un'organizzazione austriaca, la SOL, ha sviluppato uno strumento di valutazione di facile uso, il quale - grazie ad un progetto

comune di KWW, OEW e CTCU e al sostegno dell'Agenzia Provinciale per l'Ambiente - dalla prossima primavera sarà diffuso anche in Alto Adige sotto il nome di "Bussola dei consumi - comprare, consumare e assaporare consapevolmente". Seguendo questo metodo, di un prodotto si possono considerare principalmente tre aspetti: eco, equo e vicino. Vicino significa scegliere, per quanto possibile, beni e servizi prodotti nella propria regione; equo significa appunto che tutti i soggetti impegnati nel processo produttivo abbiano beneficiato di trattamenti e compensi equi, ed eco sta per produzione ecologica. Un esempio ci può rendere forse più chiaro il concetto: una mela biologica dell'Alto Adige sicuramente porterà a casa buoni voti in tutte e tre le materie, mentre un pomodoro cresciuto in serra in Spagna risulterà assai meno sostenibile. Il metodo ci permette pertanto di valutare in un tempo relativamente breve la sostenibilità dei nostri acquisti, e di decidere poi se acquistare o meno il prodotto.

Incuriositi? Forse vi piacerebbe partecipare ad un workshop? Luoghi e date delle manifestazioni saranno pubblicate nelle prossime edizioni del Pronto Consumatore.

 **Diritto del consumo & pubblicità**

Sconti carburanti: attenzione alle promozioni "fittizie"

Promessa "ingannevole", consumatore "gabbato": i meno 7 centesimi per ENI e i meno 5 per ESSO, di fatto diventano rispettivamente meno 3 e meno 1 centesimi di sconto alla pompa.

Visti i tempi che corrono, ogni possibilità di risparmio è più che benvenuta - e gli sconti carburanti promessi dalle compagnie petrolifere rappresentano un richiamo a cui è davvero difficile resistere. Non sempre, però, è tutt'oro quel che luccica: e lo testimoniano i numerosi cittadini che si sono rivolti al Centro Tutela Consumatori Utenti per protestare contro le campagne promozionali di sconto su benzina e gasolio varate da ENI e ESSO (rispettivamente Iperself e Esso SelfPiù). Ma dove sta l'inghippo? Per capirlo, il CTCU ha effettuato un sopralluogo presso diverse stazioni di servizio.

Quando l'automobilista arriva alla stazione di servizio, le prime cose che vede sono due: la tabella dei prezzi, che nella totalità dei casi corrisponde praticamente al costo alle pompe self service, e il cartellone della campagna promozionale, che "promette" - rispettivamente per ENI e ESSO -7 e -5 centesimi di sconto per chi effettui il rifo-

nimento di carburante negli orari di chiusura. Sicché l'automobilista, facendo quello che si dice "due più due", è portato a dedurre che i -7 e i -5 centesimi debbano essere riferiti ai prezzi esposti. Peccato però che guardando con più attenzione il cartellone pubblicitario, si legge, a caratteri molto più piccoli, che l'offerta è da intendersi rispetto al **prezzo servito**, che risulta maggiore di 4 centesimi rispetto al prezzo self.

E le compagnie petrolifere, che cosa dicono? Controllando sul sito dell'ENI, si legge testuale che per calcolare lo sconto, bisogna partire da un prezzo che «ove non sia disponibile la modalità servito è il prezzo Fai da Te praticato dal singolo gestore nella precedente fascia oraria di apertura aumentata di 4 centesimi/litro». Insomma: più che una campagna promozionale, un esame di matematica.

Il Centro Tutela Consumatori Utenti di Bolzano invierà all'Autorità garante della concorrenza e del mercato una segnalazione di presunta pubblicità ingannevole con contestuale richiesta di sospensione delle campagne promozionali da parte delle relative compagnie.

Il giroscopio

Brevi dal mondo dei consumatori



L'Alto Adige sempre meno presente nelle tratte a lunga percorrenza dei treni

Sebbene l'Alto Adige si trovi lungo una delle maggiori assi di connessione ferroviaria, con l'entrata in vigore del nuovo orario (2011-2012) sono stati soppressi numerosi ed importanti treni. Ad esempio, in futuro Lecce, Milano e Monaco saranno meno raggiungibili per chi parte dalle stazioni altoatesine. La politica del risparmio, seguita soprattutto da Trenitalia, comporta di fatto un netto peggioramento nei collegamenti nazionali ed internazionali. Considerando che ultimamente i costi per l'uso del mezzo privato sono lievitati a dismisura, un buon collegamento ferroviario con le grandi città è più che mai necessario. Pertanto sarebbe essenziale che i collegamenti ferroviari venissero ampliati e non ridotti. Questo però ha come necessaria premessa quella che le attuali politiche nei progetti di trasporto e

infrastrutture - ovvero la destinazione di miliardi di euro a mega-progetti in cantiere - vengano riviste e cambiate. In primo luogo sono chiamati in causa i politici che hanno responsabilità nel settore: collegamenti ferroviari adeguati sono un criterio di distinzione essenziale per garantire la mobilità della forza lavoro e la connessione di tutta l'economia del territorio. Il Centro Tutela Consumatori Utenti (CTCU) teme ripercussioni negative anche sul trasporto locale, regionale. "L'ulteriore riduzione dei collegamenti nazionali ed internazionali porterà ad un maggiore utilizzo di treni regionali ed interregionali. Questo incrementerà sicuramente l'utilizzazione dei treni (fatto in sé positivo); negli orari di punta però questi treni già oggi sono più che affollati." commenta il direttore del CTCU, Walther Andraus. "Pertanto si teme che le condizioni di viaggio di molti pendolari siano destinate a peggiorare ulteriormente".

Rapporto sul trasporto aereo: reclami aumentati di oltre il 60% rispetto all'anno precedente

Il 28 ottobre 2011 la Rete dei Centri Europei Consumatori (ECC-Net) ha presentato il nuovo rapporto sui diritti dei passeggeri del trasporto aereo. Nel 2010 ben 71.292 cittadini comunitari si sono rivolti all'ECC-Net e di questi 12.622 hanno segnalato violazioni dei loro diritti di passeggeri aerei; la media del recuperato per i consumatori è pari a 509

euro. Grazie al lavoro di intermediazione tra consumatore e compagnia aerea svolto dai CEC, il 31% dei casi gestiti si è concluso con una soluzione amichevole. Il numero di casi di trasporto aereo gestiti dall'ECC-Net nel 2010 è aumentato del 59% rispetto al 2009 (quando i casi erano quasi 8.000); una cifra impressionante se si considera che il numero complessivo dei reclami è aumentato „soltanto“ del 27%. Maggiori dettagli su: www.euroconsumatori.org.

Il giroscopio · Il giroscopio

14 novembre, "No-Alcol-Day": l'etichettatura va migliorata

Ogni giorno in Europa più di 500 persone sono vittime di patologie legate al consumo di alcol, tra le quali anche alcune, diffuse forme di cancro. Da anni l'OMS ha individuato nell'alcol una sostanza pericolosissima, capace di portare in molti casi alla morte chi la assume e nell'ottobre 2010 ha inserito le bevande alcoliche tra le sostanze certamente cancerogene (come lo sono anche l'amianto, il fumo e il benzene). Il livello di pericolosità per la salute umana dell'alcol è al secondo posto dopo il fumo. L'uso di alcol fa parte ormai della nostra cultura e della nostra economia, ma è anche la sostanza che in assoluto crea maggiore dipendenza. Per questo motivo sia le etichette che la pubblicità devono avvisare dei rischi per la salute in caso di suo abuso. Attraverso questa iniziativa si vuole elevare il livello di prevenzione riguardo l'uso di sostanze alcoliche.

**Sale %
Sconti %
AUSVERKAUF!**

Periodo di saldi: tre cose da tenere a mente

- **Anche nel caso di prezzi superscontati, il cliente ha sempre diritto di ricevere merce priva di difetti.** Qualora venga posto in vendita un articolo a prezzo scontato, perché magari è un po' sporco, tali imperfezioni devono essere indicate assolutamente o fatte presenti al compratore. Il cliente può presentare reclamo anche in un momento successivo all'acquisto per qualsiasi vizio o imperfezione che non siano stati segnalati espressamente dal negoziante.
- Anche per le svendite di fine stagione vale il consiglio di **conservare accuratamente lo scontrino di cassa o la fattura**, che potranno tornare utili nel caso di eventuali reclami nei confronti del commerciante o nel caso della denuncia di un danno.
- **In genere i commercianti non sono tenuti a ritirare i prodotti che non risultino difettosi;** questo sia durante il periodo delle svendite che durante la stagione normale. Se lo fanno è solo a titolo di cortesia. La sostituzione di merce acquistata in svendita, che non presenti difetti, è per lo più esclusa espressamente dal venditore.

Il giroscopio · Il giroscopio

Aiazzone e Fidelity: svolta importante

Nuovo importante passo avanti per migliaia di consumatori in Italia, alcune decine anche a Bolzano. In un recente incontro tenutosi a Milano, cui era presente un consulente del CTCU, Fidelity ha dichiarato di aver dato corso alla procedura di rimborso delle rate pagate da coloro che, nei mesi scorsi, avevano sottoscritto commissioni di acquisto di mobili, presso i punti vendita del marchio Aiazzone. Ora Fidelity, dopo aver già autorizzato la sospensione dei pagamenti rateali (assicurando anche i consumatori che non vi sarebbe stato alcun problema per quanto riguardava "segnalazioni negative" al CRIF), ha comunicato ufficialmente che tutti i consumatori coinvolti nella vicenda Aiazzone, che non abbiano ricevuto la merce ordinata, riceveranno il rimborso, quanto prima, di ciò che avevano versato in questi mesi.

Obbligo di gomme invernali?

Gli esperti concordano: solo le gomme invernali garantiscono completa sicurezza in inverno. Appena si annuncia il primo freddo, è già ora di mettere a riposo le gomme estive. Già ad una temperatura di 7 gradi sopra lo zero le gomme invernali sono più sicure, in quanto offrono più aderenza grazie al loro speciale composto in gomma.

Gli automobilisti sono però confusi leggendo le comunicazioni provenienti da diverse fonti, che annunciano l'obbligo perentorio di gomme invernali a partire dal 15 novembre. Questo però non corrisponde al vero!

Un'ordinanza (la n. 1318) dell'Assessore provinciale competente decreta infatti che "durante i periodi di precipitazione di carattere nevoso e/o in caso di neve o di possibile formazione di ghiaccio sul piano viabile, l'obbligo per tutti gli autoveicoli di circolare lungo le strade classificate strade statali e provinciali della rete viaria provinciale, con equipaggiamento invernale (pneumatici invernali adatti alla marcia su neve o ghiaccio o in alternativa idonei mezzi antidrucciolevoli come catene da neve o attrezzatura similare omologata)."

Questo obbligo vige dal momento in cui i rispettivi cartelli vengono apposti lungo le strade; le segnaletiche sono composte da un cartello blu rotondo (indicante un obbligo) e da una targhetta aggiuntiva. Il segnale mostra una gomma invernale, sulla targhetta si legge "in caso di neve o ghiaccio". Chi non rispetta l'obbligo di "attrezzatura" invernale può incorrere nelle sanzioni previste. Il Codice della Strada permette ai gestori delle strade, quindi anche ai singoli Comuni, di rilasciare specifici regolamenti per il periodo invernale.



1° gennaio 2012: divieto dell'allevamento in gabbie non conformi di galline ovaiole

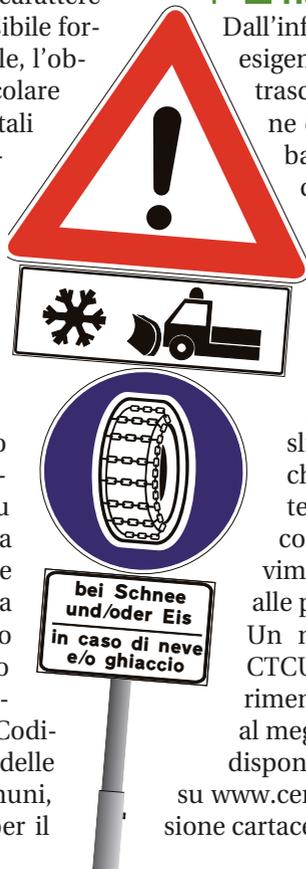
Dal primo gennaio 2012 sarà fatto divieto di allevare in gabbie non conformi galline ovaiole in tutta Europa. Cosa cambia? Le vecchie gabbie, che prevedevano lo spazio di 550 cm² per gallina, non potranno più essere usate, e andranno sostituite con delle nuove gabbie cd. "arricchite". Queste daranno un po' più di spazio (750 cm² per gallina), e conterranno anche una lettiera per razzolare, dei posatoi e un nido. Ma il passaggio sta procedendo a rilento in alcuni paesi dell'Unione, tra questi anche l'Italia.

Come consumatori già oggi possiamo decidere di consumare solo uova di allevamento "a misura di gallina". In questo ci aiuta il codice del produttore, una combinazione di cifre e lettere stampata sull'uovo. La prima cifra ci svela in che modo viva la gallina ovaiole:

Ziffer 0	allevamento biologico
Ziffer 1	allevamento all'aperto
Ziffer 2	allevamento a terra
Ziffer 3	allevamento in gabbia

La casa "flessibile" fa risparmiare

Dall'infanzia alla vecchiaia, le nostre esigenze abitative mutano con il trascorrere del tempo. La soluzione è una casa "flessibile" e senza barriere, che offra il massimo di comfort a tutti i suoi occupanti. Una progettazione accorta comincia dall'ingresso: i gradini davanti alla porta d'entrata possono essere ad esempio sostituiti da una breve rampa che renda più agevole l'accesso. Soglie e dislivelli andrebbero eliminati anche dalle porte delle stanze interne e dei balconi, garantendo così una maggiore libertà di movimento sia ai bambini piccoli, sia alle persone con difficoltà motorie. Un nuovo foglio informativo del CTCU fornisce indicazioni e suggerimenti pratici su come progettare al meglio una casa per tutte le età; è disponibile gratuitamente sia online su www.centroconsumatori.it che in versione cartacea, presso le sedi del CTCU.



Compravendita immobiliare: caparra confirmatoria o caparra penitenziale?

Normalmente al momento della conclusione del contratto preliminare il compratore paga al venditore una somma di denaro, che può essere corrisposta a titolo di caparra confirmatoria, di caparra penitenziale o semplicemente di acconto. Concetti tra loro assolutamente differenti per cui, prima di decidere a quale titolo corrispondere una determinata somma alla ditta o al venditore, sarà bene avere chiaro il loro significato. La **caparra confirmatoria** viene versata a conferma del vincolo assunto con il contratto preliminare. Nel caso in cui l'acquirente si ritiri dall'affare perde i soldi versati, mentre nel caso in cui sia il venditore a cambiare idea, questi dovrà restituire all'acquirente la somma ricevuta oltre ad una penale pari a quanto incassato: in pratica, restituirà il doppio della somma ricevuta. Inoltre alla parte adempiente è anche accordata la possibilità di ricorrere al giudice per ottenere che venga eseguito quanto stabilito nel contratto e di richiedere il risarcimento per gli eventuali danni subiti. La **caparra penitenziale**, invece, è una somma di denaro concordata fra le parti e rappresenta il corrispettivo in caso di recesso unilaterale dal contratto. Pertanto chi subisce il recesso ha diritto di ottenere l'importo della caparra senza dover dimostrare alcun danno. In questo caso, però, non può essere richiesto nessun altro tipo di risarcimento danno. In caso di dazione della caparra penitenziale non è possibile il ricorso al giudice per chiedere l'adempimento del contratto. Per maggiori informazioni sulle compravendite immobiliari si veda: www.centroconsumatori.it sotto "abitare".

Informazioni in un clic
www.centroconsumatori.it

Colophon

Editore: Centro Tutela Consumatori Utenti
Via Dodiciville 2, Bolzano
Tel. +39 0471 975597 - Fax +39 0471 979914
info@centroconsumatori.it · www.centroconsumatori.it
Registrazione: Tribunale di Bolzano, n. 7/95 del 27.02.1995
Direttore responsabile: Walther Andreas
Redazione: Walther Andreas, Gunde Bauhofer, Paolo Guerriero
Coordinamento e grafica: ma.ma promotion
Foto: ma.ma promotion, Pixelio, archivio Centro Tutela Consumatori Utenti
Pubblicazione o duplicazione solo con citazione della fonte.
Stampa: Fotolito Varesco, Ora / Stampato su carta riciclata

 Promosso dalla Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige ai sensi della LP n. 15/1992 per la promozione della tutela dei consumatori in Alto Adige.

Informativa ai sensi del codice in materia di protezione dei dati personali (D.Lgs. n.196/2003): I dati personali sono stati ricavati da banche dati accessibili al pubblico o dal registro soci e vengono utilizzati esclusivamente in relazione alla spedizione del "Pronto Consumatore" e di eventuali allegati. Sul "Pronto Consumatore", gratuito e senza contenuti pubblicitari, il Centro Tutela Consumatori Utenti diffonde mensilmente informazioni per i consumatori e le consumatrici dell'Alto Adige. Titolare del trattamento dei dati è il Centro Tutela Consumatori Utenti. Potete richiedere in qualsiasi momento la cancellazione, l'aggiornamento e la rettifica dei dati che vi riguardano oppure prendere visione dei dati stessi, contattando il CTCU, via Dodiciville 2, 39100 - BOLZANO - info@centroconsumatori.it. Tel. 0471 975597, Fax 0471 979914.

Il giroscopio · Il giroscopio

Centro Tutela Consumatori Utenti – La voce dei consumatori

Via Dodiciville, 2 · I-39100 Bolzano
Tel. 0471 97 55 97 · Fax 0471 97 99 14
info@centroconsumatori.it

Orari: lun-ven h 9-12, lun-gio h 14-17

Filiali (in collaborazione con Comuni e Comunità Comprensoriali): Merano, Silandro, Bressanone, Chiusa, Vipiteno, Brunico, Pocolin, Lana, Bolzano, Egna (indirizzi e numeri di telefono vedi sito, sezione filiali)

Cosa offriamo

Grazie a sovvenzioni pubbliche possiamo offrire gratuitamente informazioni e consulenza generale. Per le consulenze specialistiche viene richiesto un contributo associativo/spese. Erogazioni liberali a favore del CTCU possono essere detratte dall'imposta sul reddito (19% di max. 2.065,83 €/anno).

Chi siamo

Il CTCU è un'associazione di consumatori riconosciuta a livello nazionale ai sensi del Codice del Consumo (D.lgs. 206/2005) e viene sostenuta dalla Provincia Autonoma di Bolzano ai sensi della LP 15/92.

Rappresentiamo gli interessi di tutti i consumatori. Ci impegniamo per tutelare pubblicamente in modo efficiente gli interessi economici e la salute dei consumatori nei confronti di politica, amministrazione ed economia. Creiamo trasparenza nei mercati, e ci impegniamo affinché migliori la qualità della vita nel nostro Paese.

Informazioni 24 ore su 24:

www.centroconsumatori.it

- ▶ Le nostre risposte alle Vostre domande frequenti- FAQ
- ▶ Check-Up assicurativo
- ▶ Calcolatore sinistri bonus-malus
- ▶ Phonerate: calcolatore tariffe per fisso, mobile ed internet
- ▶ Raccolta lettere tipo
- ▶ Calcolatore conti correnti
- ▶ Confronti e comparazioni: mutui, conti bancari, energia elettrica, gas
- ▶ Tutte le info attuali del CTCU
- ▶ bilancio familiare online:
www.contiincasa.centroconsumatori.it



Consulenza

▶ **consulenza generale:**

lun-ven 9-12, lun-gio 14-17

- ▶ **consulenze specialistiche** (su appuntamento)
- ▶ **diritto del consumatore** (contratti d'acquisto, d'opera e di servizio, garanzie, liberi professionisti, tutela della privacy, accesso alla giustizia, etc.)
- ▶ **telecomunicazioni**
- ▶ **servizi finanziari**
- ▶ **assicurazione e previdenza**
- ▶ **questioni condominiali**
- ▶ **abitare e costruire:** consulenza giuridica lun + mer h 10-12, Tel. 0471 97 55 97, consulenza tecnica: mar h 9-12 + h 14-17 (Tel. 0471 30 14 30)
- ▶ **alimentazione:** mer h 10-12 + h 14-17, gio 9-11
- ▶ **elettrodomestici/consumo critico:** lun+mar h 10-12 + h 16-18, Tel. 0471 94 14 65
- ▶ **conciliazioni**
- ▶ **infoconsum:** punto informativo-didattico: lun-gio h 10-12 + h 16-18, via Brennero 3, Bolzano Tel. 0471 94 14 65



e ancora

- ▶ test
- ▶ noleggio apparecchi (misurazione consumi elettrici, rilevatore di elettrosmog)
- ▶ accompagnamento per l'acquisto di auto nuove ed usate.
- ▶ Servizi settore edilizia: comparazione offerte di artigiani, controllo contratti, consulenza sulle agevolazioni per riqualificazione energetica, analisi/consulenza fabbisogno energetico, determinazione classe energetica CasaClima, consulenza risparmio energetico, consulenza e analisi muffe/umidità, accompagnamento acquisto immobile, sopralluogo costruzione, indagine termografica edifici, misurazione tenuta d'aria, misurazione isolamento acustico, diagramma soleggiamento. Info e costi vedi sito.



Formazione

- ▶ "incontri del venerdì"
- ▶ mediатеca
- ▶ conferenze
- ▶ visite di scolaresche
- ▶ moduli didattici



Informazioni

▶ Pronto Consumatore – bollettino mensile (anche online alla voce "News")

- ▶ biblioteca, infoteca – trovate online l'elenco dei materiali disponibili
- ▶ Check-up assicurativo & RC-auto – determinazione del profilo assicurativo individuale
- ▶ Sportello mobile del consumatore (vedi calendario)
- ▶ Puntopiù: I vostri diritti in onda (RAI Bolzano)
- ▶ Pronto Consumatore, Alto Adige TV/TCA, venerdì h 18, replica sabato h 21
- ▶ La copa dal caffè: Radio RAI ladina, 2 martedì/mese, h 10

Centro Europeo dei Consumatori
questioni consumeristiche transfrontaliere:
lun-ven h 8-16, via Brennero 3, Bolzano
Tel. 0471 98 09 39
www.euroconsumatori.org

Associazione partner: CRTCU – Trento
www.centroconsumatori.tn.it

Informazioni sui costi delle cure odontoiatriche: mer 9-12 e 14-16 presso la sede del CTCU a Bolzano



Sportello Mobile



Gennaio

10	ore 15:00-17:00 Naturno, Piazz. Burgraviato
13	ore 15:00-17:00 Merano, Piazz. del Grano
20	ore 09:30-11:30 Egna, Piazza Principale
25	ore 10-12 Bressanone, Piazz. Hartmannsheim
27	ore 15-17 Brunico, Bastioni
27	ore 09:30-11:30 S. Martino, Piazza Paese

Febbraio

03	ore 15:00-17:00 Merano, Piazz. del Grano
06	ore 09:00-10:00 Castelrotto, Piazza Paese
06	ore 09:30-11:30 Siusi, Piazza Paese
10	ore 09:30-11:30 Chiusa, Piazza Tinne
14	ore 15:00-17:00 Naturno, Piazz. Burgraviato
17	ore 09:30-11:30 Egna, Piazza Principale
29	ore 10-12 Bressanone, Piazz. Hartmannsheim
29	ore 15-17 Brunico, Bastioni

Il "5 per mille" a sostegno delle battaglie del CTCU

I contribuenti, accanto alla destinazione dell'8 per mille, possono destinare anche il 5 per mille dell'IRPEF a favore di **organizzazioni di promozione sociale**, fra le quali rientra anche il CTCU. L'importo rappresenta una quota dell'imposta: basta apporre la propria firma sulla dichiarazione dei redditi, indicando nell'apposita casella il codice fiscale del CTCU: 94047520211.