

PREFAZIONE

L'innalzamento del livello di vita e il conseguente aumento del potere d'acquisto da parte dei cittadini hanno posto l'acquisizione dei beni e l'uso dei servizi al primo posto nella graduatoria dei valori sociali, producendo uno sconvolgimento del mercato tradizionale. Il mercato europeo ha messo a disposizione del consumatore una crescente vastità di prodotti, la cui composizione ed i cui effetti per la salute, per l'ambiente, per i diritti umani risultano sempre più difficili da prevedere, conoscere e controllare. Anche la pubblicità occupa uno spazio importante nel mercato; è indubitabile che la pubblicità influenzi il nostro comportamento di consumatori. Il problema semmai sta nel fatto che, mentre i tecnici della pubblicità lo sanno assai bene, i consumatori normalmente conoscono molto poco il modo in cui possono essere influenzati. L'influenza psicologica è un principio basilare della pubblicità; è stato ampiamente dimostrato con esperimenti scientifici che la pubblicità commerciale è in grado di portare una modifica dei modi di pensare. La pubblicità è rivolta ai nostri sentimenti, perché le decisioni d'acquisto sono guidate dalle nostre emozioni, e tutto ciò ci rende inconsapevoli nel momento della scelta di un prodotto o di un servizio. Per questo diventa necessario educarsi ad un "consumo consapevole".

La presente guida intende raggiungere, nel rispetto del diritto alla salute, ad un ambiente sano, a un mercato equo e solidale, i seguenti obiettivi:

- formare un consumatore dotato di capacità critiche, in grado di scegliere liberamente prodotti e servizi;
- insegnare ai consumatori a riconoscere i prodotti che rispettano la legge a tutela dei consumatori 281/98, il Trattato di Kyoto, i diritti dei lavoratori e dei minori, leggendo le etichette;
- educare il consumatore, le aziende produttrici e di distribuzione, le istituzioni al risparmio delle risorse naturali;
- migliorare la qualità della vita dell'intera collettività, avviando tavoli di concertazione tra consumatori, operatori economici e istituzioni per un "consumo e una produzione consapevole";
- premiare le aziende, le istituzioni e i consumatori impegnati a realizzare una società sostenibile.

La Polidream Unione Consumatori ritiene che l'educazione al "consumo consapevole" non può che produrre una Società sana ed equa, grazie all'elevarsi della cultura della responsabilità individuale e collettiva a livello locale, nazionale e planetario.

Insomma la presente guida è uno strumento utile ad apprendere quelle nozioni che possono aiutare il cittadino a modificare i comportamenti che lo vedono nella veste di consumatore; le aziende a produrre in modo "consapevole"; le istituzioni a conoscere meglio la realtà del "mercato" locale, per poter attivare azioni positive, coordinate con gli attori sociali territoriali: sapere per agire in modo responsabile con uno sguardo proiettato verso il futuro.

Guida a cura di ANGELA MANNARINI - Presidente Regionale



CONSIGLI PER CONTRIBUIRE A CAMBIARE QUALCHE ABITUDINE QUOTIDIANA

E' importante correggere alcuni comportamenti quotidiani legati al consumo; sì, perché il consumatore non ha solo diritti ma anche doveri. Se qualcuno spiegasse alla gente a quante sciagure ambientali e umane contribuisce quotidianamente a sua insaputa, chissà quante persone cambierebbero buona parte delle loro

abitudini di vita domestica, e scelte negli acquisti. Occorre partire da una constatazione: non è più possibile dare la colpa di tutto agli altri: industriali, agricoltori, allevatori, politici, venditori, operatori turistici, ecc.

Quando compriamo un servizio, o usiamo un prodotto inquinante e nocivo alla salute, non siamo vittime innocenti, prive di alternative; diciamo la verità: lo acquistiamo perché pratico, risolutivo, veloce e, ancor peggio, perché consigliato dalla pubblicità. Allora cominciamo con l'ammettere che se le foreste, l'aria, il mare o i monumenti si ammalano è anche colpa nostra.

E' vero che ogni cittadino singolarmente non può, con le sue modifiche comportamentali civico-responsabili, contribuire nell'immediato, in maniera determinante alla soluzione quantitativa dei problemi legati alla salute, all'ambiente e all'economia, ma l'apporto che può offrire non è trascurabile, almeno in termini di mentalità e di stile di vita.

Il consumo non è un fatto privato

Consumare e fare la spesa ci sembrano fatti banali che riguardano solo noi, i nostri gusti, il nostro portafoglio.

Il consumo è tutt'altro che un fatto privato, riguarda tutti, perché dietro a questo gesto quotidiano si nascondono problemi di portata planetaria, di natura sociale, politica e ambientale.

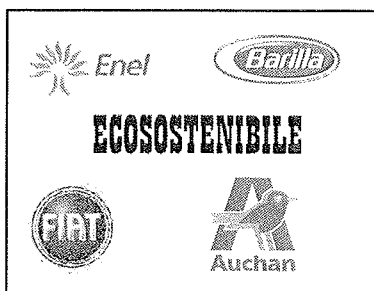
Se è vero che il consumatore è ostaggio delle industrie dei beni e della pressione pubblicitaria, è anche vero, però, che lo stesso mondo produttivo, così avvezzo a condizionare profondamente il consumo, reagisce prontamente a ogni minima variazione e ad ogni nuovo orientamento del mercato. E' sufficiente un calo delle vendite del solo 5% di un articolo per mettere in allarme le aziende che lo producono. Il consumatore con i suoi acquisti ha la possibilità di far salire o scendere i loro profitti.

Il consumatore ha un importante strumento a sua disposizione: il consumo "critico", un atteggiamento di scelta che si attua su tutto ciò che compriamo ogni volta che andiamo a fare la spesa. La scelta dei prodotti o dei servizi deve avvenire non solo in base al prezzo, alla qualità, ma anche in base alla storia degli stessi e al comportamento delle imprese che ce li offrono.

Il consumatore prima di acquistare deve porsi sempre la domanda: "Ciò che sto per scegliere è compatibile, cioè sopportabile dall'ambiente? Garantisce il rispetto dei diritti di tutti gli esseri viventi coinvolti?"

In altre parole, il consumo critico punta a far cambiare le imprese attraverso le loro stesse regole economiche, fondate sul gioco della domanda e dell'offerta. Infatti, scegliendo che cosa comprare e che cosa scartare, non solo segnaliamo alle imprese i comportamenti che approviamo e quelli che condanniamo, ma sosteniamo le forme produttive corrette ostacolandone le altre.

In definitiva, consumando in maniera critica è come se andassimo a votare ogni volta che acquistiamo



COSA CHIEDERE ALLA CATENA DI PRODUZIONE, DISTRIBUZIONE E SERVIZI

Per il raggiungimento degli obiettivi suddetti il consumatore deve chiedere alle aziende e attività commerciali che tocca con i suoi acquisti di adottare, durante la produzione, la distribuzione o l'erogazione del servizio, un modello di sviluppo sociale ed economico che rispetti l'ambiente, risparmi le risorse naturali, tuteli la salute del consumatore, garantendo elevati standard di qualità,

tuteli i diritti dei lavoratori e dei minori, anche con l'adozione della Carta dei Servizi, ma anche con l'adozione di una "Carta dei prodotti".

Una buona catena commerciale e di servizio, amica del consumatore, deve:

- offrire garanzie igienico-sanitarie sui prodotti, dal processo produttivo al ciclo di trasformazione, distribuzione e vendita;
- adottare procedure di controllo sulle materie prime, autocertificando la qualità del prodotto sulla base di analisi verificabili, prive di sostanze nocive alla salute;
- contribuire concretamente, nel proprio ambito di attività, alla salvaguardia delle risorse naturali e alla riduzione dell'inquinamento, magari utilizzando fonti rinnovabili;
- rendere i principi della tutela ambientale, della salute e dei diritti dei lavoratori parte integrante del patrimonio di valori dell'azienda e ispirare a tale principio i criteri di gestione di tutta la filiera, dai vari livelli di produzione, all'immagazzinamento e distribuzione, sino ai punti di vendita;
- offrire merci e servizi che rispettino i diritti a tutela dei consumatori enunciati nella Legge 281/98, avvicinandosi sempre più a un sistema di produzione e di erogazione servizi biologico, no OGM, ecologico e solidale;
- non utilizzare i minori per essere più concorrenziali sul mercato: sarebbe sleale oltre che disumano;
- trattare e trasportare le merci impiegando la minore quantità possibile di risorse e scegliendo i mezzi di trasporto a basso impatto ambientale;
- ridurre a monte i rifiuti, agendo direttamente sugli imballaggi, promuovendo strategie di riduzione, riutilizzo, recupero e riciclaggio, per un maggiore risparmio delle risorse naturali;
- svolgere azioni di valutazione e controllo sui servizi, sui procedimenti produttivi, sui prodotti e sugli imballaggi per verificare la reale e costante applicazione della Legge 281/98, Direttive nazionali ed Europee, come il Libro Bianco UE e il Trattato di Kyoto;
- sviluppare interventi per il risparmio energetico: sistemi di telegestione degli impianti di condizionamento d'aria, che consentono di risparmiare circa il 20% di energia elettrica; sistemi di illuminazione a basso consumo energetico; sistemi di recupero energetico, riutilizzando, dove ci sono, il calore prodotto dai frigoriferi per il riscaldamento dell'acqua;
- sviluppare azioni per la creazione di aree boschive, atte a compensare l'impatto energetico apportato durante la produzione dei propri prodotti;
- indirizzare gli investimenti dell'azienda verso progetti solidali e non di sostegno a operazioni belliche, ecc. ;

porre sulle etichette dei prodotti un sistema di marcatura che consenta di individuare la riciclabilità o meno dell'imballaggio e il canale di smaltimento più idoneo; la presenza o meno di qualche additivo che può risultare nocivo se se ne ingurgita una dose eccessiva; la presenza di un ingrediente geneticamente modificato (OGM), anche se al di sotto della percentuale prevista per legge; la natura degli investimenti aziendali e delle condizioni lavorative.

COME SPENDERE IN MODO CONSAPEVOLE E SOSTENIBILE

Nella fase di acquisto dei servizi e dei prodotti sono tanti i piccoli cambiamenti che possiamo attuare per la salvaguardia dell'ambiente, della nostra salute e dei lavoratori, nell'interesse nostro e delle generazioni future.

Ognuno di noi acquista, ma pochi si rendono conto quanto sia importante scegliere anche in funzione dell'impatto che i prodotti e taluni servizi possono avere sull'ambiente, sulla nostra salute e sui diritti umani.

E' bene ricordare, ad esempio, di:

- adottare sacchetti riutilizzabili per andare a fare la spesa;
- scegliere prodotti con meno imballaggi e con imballaggi che possono essere più facilmente avviati al riciclo, per un risparmio delle risorse naturali;
- comunicare ai fornitori che le scelte d'acquisto sono state fatte anche sulla base dell'impatto ambientale dei prodotti, del rispetto alla salute e dei diritti umani;
- acquistare prodotti biologici, no OGM, servizi ecologici ed equo-solidali;
- chiedere al commerciante o ai diversi operatori economici che si toccano abitualmente di avviare rapporti con rappresentanti di prodotti bio-eco-sostenibili;
- leggere le etichette per evitare di acquistare prodotti alimentari di bassa qualità: ogni alimento deve riportare l'elenco delle sostanze che la compongono e gli eventuali additivi permessi dalla legge. La lettera E seguita da un numero ci segnala la presenza di conservanti, aromi, coloranti;
- leggere attentamente la data di scadenza, soprattutto dei prodotti deperibili (pasta fresca, formaggi, burro, yogurt);
- non fidarsi dell'aspetto degli alimenti: informarsi su come sono stati prodotti e conservati;
- controllare la temperatura del frigorifero posto nel negozio dove si acquista: la moltiplicazione di batteri indesiderati viene ridotta semplicemente con una buona conservazione alla temperatura corretta;
- acquistare elettrodomestici a basso consumo, leggendo la loro etichetta energetica;
- non acquistare necessariamente prodotti di “marca”, in quanto non sempre garantiscono qualità, tutela della salute, dell'ambiente e dei diritti umani: leggere sempre l'etichetta, soffermarsi sul suo imballaggio, e informarsi sul ciclo di produzione e distribuzione che percorre il prodotto stesso, utilizzando i numeri verdi del “servizio consumatori”, che molte aziende riportano sulle confezioni o sui propri siti telematici.

Gli alimenti modificati

Cosa dire dei nuovi cibi, quelli modificati geneticamente per assicurarne la conservazione e l'appetibilità in ogni stagione. Dobbiamo fare i conti anche con questi prodotti alimentari, risultato di sintesi artificiali o di manipolazioni di ingegneria genetica: il formaggio con enzimi modificati geneticamente, l'olio di semi di soia e di colza transgenetiche, i gelati con vaniglia artificiale ottenuta da manipolazione biotecnologica.

Sono tutti prodotti che arrivano sulla tavola senza l'obbligo di un'etichetta particolare che dia tutte le informazioni necessarie al consumatore, permettendogli in questo modo una scelta oculata su quello che sta per ingerire.

In attesa di normative più rigide per i produttori di alimenti OGM, l'unico strumento di difesa che il consumatore ha attualmente è chiedere direttamente all'azienda in questione, utilizzando il numero verde del "servizio consumatori", se il prodotto che si acquista abitualmente o che si intende acquistare ha qualche ingrediente geneticamente modificato; la relativa risposta, seppure positiva, sarebbe il caso di farsela apporre per iscritto, ciò darebbe maggiore veridicità alla risposta. Nel caso in cui l'azienda non intendesse collaborare per questo legittimo chiarimento, il consumatore può a quel punto fare opera di "boicottaggio".

LA CHIMICA NEI MATERIALI DI OGGETTI E ARTICOLI COMUNI

Anche gli oggetti e gli articoli più comuni, come le stoviglie, i detersivi, il pigiama, il rossetto, la pittura, i mattoni, possono risultare chimicamente tossici per il consumatore, altamente inquinanti per l'ambiente.

Prima di acquistarli allora è sempre bene visualizzare l'etichetta e per maggiori informazioni contattare la stessa azienda.

RISPARMIO CONSAPEVOLE: risparmiare le risorse naturali

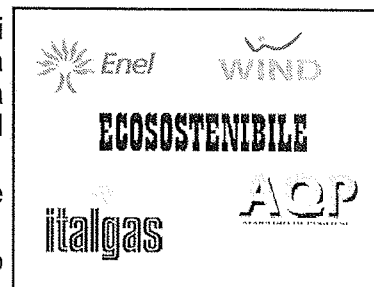
Risparmio energetico

Ogni volta che si parla di inquinamento o dell'aumento dei prezzi dei principali combustibili, torna in primo piano il "problema energetico". Troppo spesso, però, dimentichiamo quale sia l'unica forma di energia pulita, economica e a disposizione di tutti: il "risparmio".

Risparmiare energia significa proteggere l'ambiente e guadagnare in benessere.

I vantaggi di un uso più razionale delle risorse energetiche sono concreti e tangibili:

- l'ambiente sarà più pulito: con minori consumi di energia saranno necessarie meno centrali di produzione e quindi sarà minore anche l'inquinamento, a vantaggio della nostra salute;
- le bollette saranno più leggere e le spese di gestione familiare e aziendali più contenute;
- lo Stato otterrà considerevoli benefici e sarà possibile diminuire le importazioni di energia: l'Italia infatti è dipendente dall'estero per oltre l'80% dei propri fabbisogni, e inoltre il 25% dei consumi elettrici nazionali è proprio dovuto agli apparecchi domestici e all'illuminazione.



E' quindi importante l'apporto di ognuno di noi per risparmiare e vivere meglio!

Al momento dell'acquisto degli apparecchi domestici, aziendali e di illuminazione è bene prestare attenzione all'etichetta, per rilevare la presenza dell'etichetta che indica il basso consumo energetico e il marchio di sicurezza del prodotto.

L'etichetta energetica utilizza le lettere dell'alfabeto in senso crescente: la A, la B e la C garantiscono bassi consumi, dalla D in poi si sale coi consumi.

Per i marchi di sicurezza e la certificazione di qualità, vi sono l'IMQ, l'UNI, l'ENI e anche i vari ISO (9000,9001,9002).

Ma se i consumatori e le aziende vogliono dare un maggiore contributo all'ambiente, devono avvicinarsi al mondo dell'energia pulita, utilizzando fonti naturali come il sole, il vento e l'acqua.

L'ETICHETTA: LA CHIMICA NEL PIATTO

a cura del Dr. Giovanni Abbatepaolo
Agronomo



Su molte etichette alimentari insieme agli ingredienti elencati appaiono delle sigle costituite da una E accompagnata da alcuni numeri: indicano la presenza di additivi.

La prolifica famiglia degli additivi comprende conservanti, antiossidanti, emulsionanti, stabilizzanti, addensanti, gelificanti e coloranti. Ogni giorno, del cibo che ingeriamo, il 5% è composto, in media, da queste sostanze. La quantità di additivi artificiali impiegati negli alimenti è aumentata di 10 volte negli ultimi 20 anni. Molti di noi non sanno che gli additivi sono presenti in molti cibi, anche in quelli che ci sembrano naturali, o che la pubblicità vorrebbe farci credere naturali.

Per evitare gli additivi impariamo a conoscerli.

Gli additivi più diffusi, ma anche i più inutili, sono i **coloranti**. Servono soltanto a rendere più attraente il prodotto: sono i "cosmetici" alimentari. E' opportuno ricordare che **sono già stati messi fuorilegge i coloranti E 103, 105, 111, 121, 125, 126, 130, 152, 181. L'E 127, il colorante rosso per eccellenza, è sospetto di essere cancerogeno (tumore alla tiroide). Sospetti, ma non ancora vietati, sono i seguenti coloranti: E 100, 104, 122, 123, 124, 127, 131, 142, 151, 162, 172, 180.**

I **conservanti** servono per bloccare la moltiplicazione dei microrganismi. Sono per lo più tossici e fra questi spiccano l'**acido benzoico e i benzoati, da E 210 a 218**. Possono causare allergie e perfino il cancro. Tra i più usati sono i **derivati dello zolfo, da E 220 a 227**, impropriamente chiamati solfiti, che hanno un'azione essenzialmente antimicrobica e antimbrunimento. Una volta ingeriti, grazie all'enzima solfito-ossidasi, presente nei reni, vengono trasformati in solfati ed espulsi nelle urine. Se ingerite in quantità superiori alle capacità metaboliche dell'enzima, queste sostanze possono entrare, tramite il sangue, nel cervello, variandone il pH e causando mal di testa.

Questi conservanti irritano l'apparato digerente, ma sono sconsigliati anche agli asmatici, in quanto provocano una costrizione bronchiale che aggrava il loro stato.

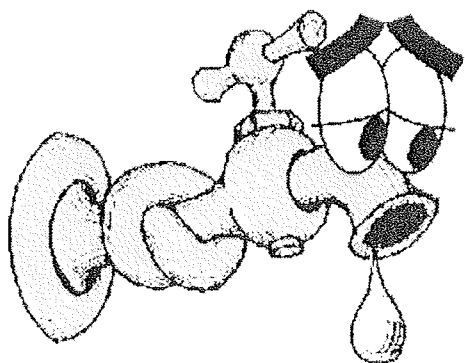
Sono altrettanto tossici anche i **difenile e derivati, da E 230 a 233**, usati sulla buccia o sulle carte degli agrumi; non raccomandabile è anche l'**E 239** usato nei formaggi.

Ma i più pericolosi sono i **nitriti e i nitrati, da E 250 a 252**, molto usati nelle carni e in tutti gli insaccati. Nitriti e nitrati distruggono i globuli rossi e promuovono la formazione delle nitrosammine, sostanze cancerogene.

Gli antiossidanti evitano l'irrancidimento dei grassi e l'imbrunimento superficiale di alcuni alimenti. **L'acido ascorbico e gli ascorbati, da E 300 a 304**, non sono dannosi in minime dosi. Innocua è anche la **vitamina E sintetica, da E 306 a 309**, così come le **lecitine E 322**, l'**acido tartarico e i tartrati, da E 334 a 337**.

Dannosi invece i **fosfati e l'acido ortofosforico, da E 338 a 341**, perché possono dare disturbi digestivi e sottraggono calcio alle ossa.

Pochissime persone sanno che per ogni additivo è stata stabilita una dose giornaliera ammessa, calcolata in milligrammi per chilo di peso corporeo, che non bisognerebbe superare. Ma, visto che il produttore può indicare in etichetta solo la sua presenza, evitando di indicarne la quantità utilizzata, diventa importante per il consumatore leggere attentamente l'etichetta ed evitare di acquistare quei prodotti con additivi sospetti.



Risparmiare l'acqua

“Nel prossimo secolo le guerre scoppieranno per l'acqua, non per il petrolio o per motivi politici”, è ciò che sostenne nel 1995 Ismail Serageldin, vicepresidente della Banca Mondiale. L'acqua è destinata a rivestire un'importanza sempre più rilevante nei rapporti tra gli Stati, con il rischio di dare origine a violenti conflitti.

Già da qualche anno sono in atto, in varie zone del mondo, tensioni tra Stati per lo sfruttamento di fonti di approvvigionamento comuni. Senza dimenticare tutte quelle lotte interne generate dalla povertà in cui le popolazioni si trovano, proprio a causa della penuria

d'acqua o di una sua non equa distribuzione.

Insomma, l'acqua sta diventando sempre di più un bene per pochi.

Nel nostro Paese il consumo di acqua si aggira sugli 80 metri cubi l'anno per persona, equivalenti a 225 litri giornalieri pro capite. Un italiano usa in un giorno tanta acqua quanta ne consuma un africano nelle zone desertiche in 6 mesi.

E' vero che ormai, con tutti gli elettrodomestici e gli usi casalinghi di acqua, sembra inevitabile raggiungere questi livelli di consumo, ma va anche detto che su tali eccessivi consumi incidono non poco le cattive abitudini. Vediamo allora come si può risparmiare e tutelare questo bene prezioso, che rischia per assurdo di esaurirsi anche a causa dell'inquinamento atmosferico e ambientale (vedi le piogge acide e l'inquinamento delle falde acquifere a causa di un'agricoltura aggressiva, ricca di pesticidi e fertilizzanti chimici).

Per risparmiare:

- evitare di lasciare i rubinetti aperti;
- applicare ai rubinetti il miscelatore freddo-caldo, i frangigetti o gli aeratori che dimezzano la fuoriuscita d'acqua e trattengono le impurità;
- fare la doccia velocemente, usando l'acqua solo per il tempo necessario, ed evitare il bagno;
- installare una cassetta del water a ridotto consumo d'acqua;
- la lavatrice e la lavastoviglie, che consumano tantissima acqua, vanno usate solo a pieno carico.

Per tutelare:

- chiedere alle aziende di non immettere nell'atmosfera, durante la produzione o l'erogazione del servizio, sostanze inquinanti, che con le piogge inquinerebbero le falde acquifere;
- chiedere agli agricoltori locali di coltivare con metodi biologici;
- chiedere alle istituzioni di legiferare il divieto di utilizzo di pesticidi di provato rischio inquinante, nonché cancerogeno; di promuovere l'agricoltura biologica-integrata;
- chiedere ai commercianti di fiducia di aprire rapporti con rappresentanti di prodotti biologici.

In breve, le esigenze del progresso portano a un continuo depauperamento di risorse naturali preziose e insostituibili a un ritmo sempre maggiore, senza tenere conto che tali risorse non saranno più sufficienti in futuro a soddisfare i bisogni dell'umanità.

Contenere gli sprechi farebbe bene, oltre che al nostro portafoglio, anche e soprattutto all'ambiente.

In tutto il mondo l'esigenza di risparmiare le diverse risorse naturali, attraverso il risparmio dei materiali durante la produzione e i consumi, il riciclaggio, rappresenta uno degli elementi centrali di molte politiche; il Trattato di Kyoto ne dà conferma, ma il cittadino-consumatore utente deve capire che il risparmio deve partire da casa sua, altrimenti tutto sarà vano. E' questione di cultura personale e collettiva, di un nuovo stile di vita: ambientalista e solidale.

ACQUISTO CONSAPEVOLE

LA FACOLTA' DI RECESSO NEI CONTRATTI FUORI DEI LOCALI COMMERCIALI E NEI CONTRATTI A DISTANZA

(telefonici, televisivi, via internet, etc.)
a cura dell'Avv. Giambattista Mola

Le due leggi che regolano il diritto di ripensamento del consumatore in caso di acquisti eseguiti fuori dei locali commerciali sono il D.L. 50/92, attuazione della Direttiva n. 85/577/CEE, e il D.L. 185/99, frutto della Direttiva 97/7/CE.

Ancora oggi queste due importanti normative sono sconosciute ai più, o comunque non conosciute nei loro dettagli; ma andiamo per ordine e analizziamo il **D.L. 50/92**, che ha ormai superato il decennio.

CAMPO DI APPLICAZIONE

La clausola di ripensamento si applica a tutti i contratti, riguardanti beni e servizi, stipulati al di fuori dei locali commerciali, e quindi al domicilio del consumatore, per corrispondenza, durante una gita, in area pubblica, per strada, etc.

ESCLUSIONI

Sono esclusi, comunque, i contratti immobiliari, finanziari, assicurativi, alimentari e quelli con importi inferiori a 26 euro.

Sono esclusi dal diritto al recesso anche gli operatori che hanno sottoscritto il contratto non in qualità di consumatori, ma a scopo commerciale.

INFORMAZIONE SUL DIRITTO AL RECESSO

L'Azienda deve fornire per iscritto tale informazione, riportandola nel contratto in maniera separata dalle altre clausole e con caratteri tipografici uguali o superiori a quelli degli altri elementi contrattuali. Si deve indicare, poi, con chiarezza l'indicazione dei termini, delle modalità, delle condizioni e dell'indirizzo della Ditta alla quale va inviato il recesso.

ESERCIZIO DEL RECESSO

Il consumatore che intende esercitare il diritto al recesso deve inviare all'operatore commerciale una comunicazione, con raccomandata A.R., entro 7 giorni dalla data di sottoscrizione del contratto.

Attenzione, però: se l'acquisto è stato eseguito senza la presenza dell'operatore o senza la visione di alcun catalogo, i 7 giorni decorrono dal giorno di ricevimento della merce.

Inoltre, se l'Azienda ha omissso di indicare la facoltà di recesso, parzialmente o totalmente, il termine di recesso sale a 60 giorni dal ricevimento della merce.

In tutti i casi nei quali la merce sia già pervenuta, è condizione essenziale che il consumatore la restituisca nella sua integrità, sempre entro i termini del recesso, con spese di spedizione a suo carico.

RIMBORSO DELL'ACCONTO E SPESE DEL RECESSO

Entro 30 giorni dal ricevimento della comunicazione di recesso e della relativa merce, l'operatore commerciale deve rimborsare al consumatore l'eventuale acconto versato. Da tale rimborso l'operatore può dedurre delle spese accessorie, purchè esse siano previste e quantificate nello stesso contratto. Non può assolutamente essere prevista qualsiasi forma di penalità per chi esercita il diritto di recesso.

FORO COMPETENTE

L'eventuale controversia sul contratto ha la competenza territoriale della residenza del consumatore.

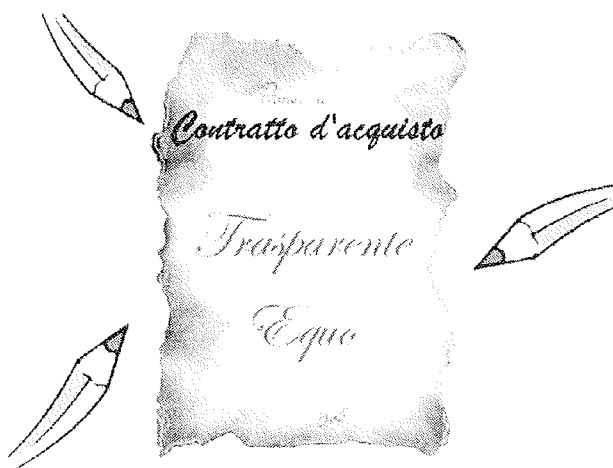
SANZIONI

Per le eventuali inadempienze degli operatori commerciali, le sanzioni previste vanno da 500 a 5.000 euro, con il loro raddoppio in caso di reato grave o recidivo.

La segnalazione di tali inosservanze della legge vanno fatte alla polizia amministrativa, che informa la Camera di Commercio della Provincia di residenza dell'Azienda inadempiente.

ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI

Le associazioni di tutela dei consumatori, su segnalazione degli stessi cittadini, possono attivare eventuali azioni inibitorie nei confronti degli operatori, così come consentito dalla Legge 281/98.



Analizziamo, ora, **il D.L. 185/99**, che regola invece la materia dei contratti stipulati a distanza. E' un decreto più recente, proprio perché tali problematiche si sono affacciate più recentemente, con lo sviluppo dell'e-commerce, dei contratti per telefono, per Tv, o comunque senza la presenza diretta dell'operatore commerciale.

CAMPO DI APPLICAZIONE ED ESCLUSIONI

Sono compresi tutti i tipi di contratto a distanza, tranne quelli finanziari, immobiliari, quelli conclusi tramite distributori o locali automatici, quelli di telecomunicazioni fatti tramite telefoni pubblici e quelli relativi alle vendite all'asta.

INFORMAZIONI PER IL CONSUMATORE

Prima della conclusione del contratto, il consumatore deve ricevere le seguenti informazioni:

- A) identità del fornitore;
- b) caratteristiche del bene o servizio oggetto del contratto;
- c) prezzo della merce, tasse comprese;
- d) spese di consegna;
- e) modalità di pagamento, della consegna del bene, della prestazione del servizio o dell'esecuzione del contratto;
- f) esistenza del diritto di recesso;
- g) modalità di restituzione della merce in caso di recesso;
- h) costo della comunicazione a distanza;
- i) durata della validità dell'offerta e del prezzo;
- j) durata minima del contratto, in caso di fornitura periodica.

Tali informazioni devono essere rese in modo chiaro e comprensibile e, se fatte telefonicamente, deve essere fornita l'identità dell'operatore.

CONFERMA SCRITTA DELLE INFORMAZIONI

Tutte le suddette informazioni devono essere inviate per iscritto al consumatore, insieme alle modalità dell'esercizio del recesso, all'indirizzo geografico della sede dell'operatore al quale inviare eventuali reclami, alle informazioni sui servizi di assistenza e sulle garanzie commerciali.

Attenzione, però: la conferma per iscritto non è dovuta se l'operatore fornisce i servizi in un'unica soluzione e se questi siano fatturati dall'operatore della tecnica di comunicazione (è il caso degli operatori 187 della Telecom, quando propongono taluni servizi aggiuntivi).

ESERCIZIO DEL RECESSO

Il consumatore ha diritto di recedere da qualsiasi contratto a distanza, senza alcuna penalità, entro il termine di 10 giorni lavorativi dal ricevimento della merce o della prestazione di servizio. Se però l'operatore non ha dato la conferma per iscritto, il termine per il recesso diventa di 3 mesi.

La comunicazione va fatta per iscritto, con raccomandata A.R., con la contestuale restituzione della merce, a spese dello stesso consumatore.

ESCLUSIONI DEL DIRITTO DI RECESSO

In alcuni casi il consumatore non ha diritto al recesso. Eccoli:

- a) fornitura di beni confezionati su misura o personalizzati che, per loro natura, non possono essere rispediti;
- b) fornitura di prodotti audiovisivi o di software informatici sigillati, aperti dal consumatore;
- c) fornitura di giornali, periodici e riviste;
- d) forniture periodiche di generi alimentari;
- e) forniture di servizi relativo all'alloggio, alla ristorazione, ai trasporti e al tempo libero, se l'operatore fornisce le prestazioni in un periodo prestabilito.
- f) servizi di scommesse e lotterie.

RIMBORSO DELL'ACCONTO

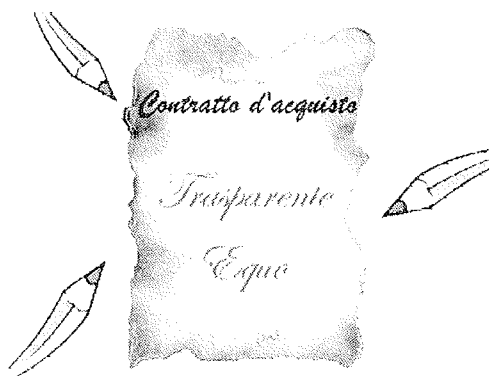
L'acconto eventualmente versato dal consumatore deve essere integralmente restituito entro 30 giorni dalla data di arrivo della comunicazione del recesso.

CREDITO AL CONSUMO

Se il bene o il servizio in questione sono stati acquistati mediante un contratto di credito al consumo, l'eventuale recesso esercitato verso il fornitore vale anche per il contratto stipulato con l'istituto di credito. Spetta al fornitore informare il creditore.

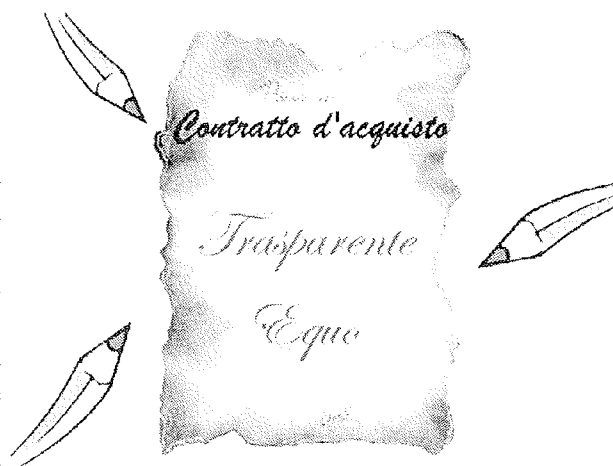
SANZIONI - FORO COMPETENTE - ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI

Valgono le stesse disposizioni del D.L. 50/92.



I NUOVI DIRITTI SULLA GARANZIA DEI PRODOTTI

Il **D.L. 24/2002**, attuazione della Direttiva 1999/44/CE, ha regolato recentemente tutta la materia “calda” della garanzia sui prodotti acquistati dal consumatore. Anche in questo campo la disinformazione regna sovrana, sia fra gli acquirenti che fra gli stessi operatori commerciali. Questa normativa ha finalmente chiarito i tempi e le modalità della garanzia e i diritti dei consumatori, quando vi è un difetto di conformità nella merce acquistata.



CAMPO DI APPLICAZIONE ED ESCLUSIONI

La norma si applica ad ogni tipo di bene di consumo, esclusi energia elettrica, gas ed acqua erogati dalle apposite aziende.

OBBLIGHI DEL VENDITORE

L'operatore commerciale deve consegnare al consumatore beni conformi al contratto di vendita, quindi immuni da vizi e difetti. Tale conformità è data dai seguenti fattori:

- a) il bene è idoneo all'uso al quale servono beni dello stesso tipo;
- b) il bene è conforme alla presentazione fatta dal venditore;
- c) l'installazione non comporta alterazioni o difetti dello stesso bene.

DIRITTI DEL CONSUMATORE

Per qualsiasi difetto di conformità del bene è responsabile il venditore nei confronti del consumatore. Quindi, l'acquirente deve rivolgersi all'operatore commerciale, e non al produttore. Il venditore, a sua volta, si può rivalere poi sul produttore.

In caso di difetto di conformità, il consumatore ha diritto, senza alcuna spesa, alla sostituzione o riparazione del bene, o addirittura ad una riduzione del prezzo o alla risoluzione del contratto, con restituzione integrale di quanto pagato.

In prima battuta, il consumatore chiede, a sua scelta, la riparazione o la sostituzione; se questo non è possibile, o per eccessiva onerosità o per impossibilità o per ritardata, mancata o dannosa consegna del bene riparato, il consumatore può chiedere la riduzione del prezzo o la risoluzione contrattuale.

TERMINI DELLA GARANZIA

Il venditore è responsabile se il difetto di conformità si presenta entro il termine di 2 anni dalla consegna del bene, se nuovo; se usato, nel termine di 1 anno.

Il consumatore, però, deve denunciare tale difetto entro 2 mesi dalla sua scoperta.

Attenzione, però, al concetto di difetto di conformità: la legge dà un'indicazione a tal proposito, intendendo sicuro per tale qualsiasi difetto manifestatosi entro 6 mesi dall'acquisto. Quindi, anche se la garanzia è valida per 2 anni, dopo 6 mesi è più difficile provare che il difetto sia “di conformità”.

L'eventuale azione legale deve essere attivata dal consumatore entro 26 mesi dalla consegna del bene.

FORO COMPETENTE

E' sempre quello di residenza del consumatore.

ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI

Possono avvalersi della facoltà dell'azione inibitoria prevista dalla Legge 281/98.

I LIMITI DELLE TRE NORMATIVE

a cura di Stefano Modugno - Segretario Polidream

Secondo noi, queste leggi, pur positive e avanzate, hanno alcuni limiti, ai quali il legislatore deve porre rimedio, per meglio tutelare il consumatore e armonizzare il mercato.

Innanzitutto, la facoltà di recesso va estesa anche ai contratti finanziari, assicurativi, immobiliari, e anche a quelli stipulati nei locali commerciali, in modo da consentire una “marcia indietro” al consumatore anche quando compra da negozi, ipermercati, botteghe, e quando stipula ogni tipo di contratto.

Poi, i tempi della facoltà di ripensamento vanno allungati almeno a 15 giorni, poiché molti utenti possono, per ragioni varie o di forza maggiore, “non farcela” entro i 7 giorni attuali.

Va prevista, anche, la possibilità di azioni collettive da parte delle associazioni dei consumatori, quando i casi riguardanti una stessa azienda sono molteplici; oggi, invece, occorre fare una causa per volta.

Per quanto riguarda i contratti a distanza, la lacuna maggiore riguarda la mancanza di una sottoscrizione vera e propria del contratto da parte del consumatore: noi pensiamo che, anche se stipulato a distanza, il contratto si debba perfezionare solo con la firma del consumatore, seppure a distanza di una data prestabilita. Infatti, in questo settore il contenzioso comincia ad essere un po' numeroso, proprio a causa degli equivoci che nascono quando i contratti si stipulano per telefono, tv o internet, e non vengono seguiti da un contratto vero e proprio, posto sotto gli occhi dell'acquirente.

La normativa sulla garanzia dei prodotti, infine, presenta due vistose contraddizioni: rimane indefinito il termine entro il quale il venditore deve riparare il bene (e infatti, tuttora, sono innumerevoli i cellulari o i computers guasti che stazionano mesi e mesi nei centri di assistenza), e soprattutto si concede una garanzia di 2 anni per ogni tipo di prodotto, per poi ridurla sostanzialmente a 6 mesi, quando si afferma che il difetto di conformità è tale quando si manifesta entro i primi 180 giorni dall'acquisto. Inutile aggiungere che i giudici, su tale questione, danno varie interpretazioni al momento della sentenza.

Si può concludere che i consumatori, comunque, hanno già ottenuto importanti traguardi, che vanno solo migliorati, sempre con azioni propositive e conciliative.

FINANZA ETICA

Quando acquistiamo qualsiasi cosa non solo diamo forza economica all'azienda interessata e alla sua filiera, ma sosteniamo inconsapevolmente anche i suoi investimenti, che possono essere nella loro natura condivisi o meno da noi, poiché ledono o avvantaggiano delle categorie sociali e commerciali, l'ambiente, popolazioni che vivono situazioni belliche o di estrema povertà.



Perciò, prima di scegliere un prodotto chiediamoci e chiediamo all'azienda dove vanno a finire i nostri soldi. Dicasi la stessa cosa quando stiamo per acquistare un prodotto finanziario, per poter investire i nostri risparmi: non ci soffermiamo solo ed unicamente su quanto ci potrà fruttare, ma informiamoci sul percorso che il nostro denaro deve fare. Esiste anche la “filiera finanziaria” che, se non controllata, può non solo aiutare delle azioni belliche, di malfattori, ma rovinare definitivamente il nostro portafoglio, se questo investimento dovesse crollare a causa di intrecci illegali.

DIALOGARE PER COSTRUIRE UNA SOCIETA' SOSTENIBILE

Oggi si parla tanto di “filiera” del mercato, che dovrebbe garantire sicurezza e qualità nei prodotti, ma per ottenerla concretamente i produttori, gli operatori commerciali, le istituzioni e i consumatori devono incominciare a dialogare tra loro, per avviare insieme un percorso di interscambio di esigenze consumeriste, commerciali, politiche e, perché no, morali: non dimentichiamo che dietro un prodotto si gioca il destino dell'ambiente e dei diritti umani.

Non solo, il dialogare tra le parti è importante anche per non disperdere quelle azioni positive avviate singolarmente dagli attori del mercato, che rischiano di non apportare nessun contributo concreto alla collettività, poiché non incrociano altrettante azioni di partnership, che dovrebbero aiutarle a completarsi nel raggiungimento del fine stesso. Esempio: diventa inutile per un'azienda rendere riciclabile l'imballaggio del proprio prodotto, se poi rischia di finire in una classica discarica, e magari a “cielo aperto”, perché il consumatore è poco attento o sensibile ai problemi dell'ambiente; o se le stesse istituzioni non hanno avviato “politiche ecologiche”, stringendo convenzioni con Consorzi per il recupero dei rifiuti, adottando strumenti per l'avvio alla raccolta differenziata, come “stazioni ecologiche”, “raccolta rifiuti porta a porta”, “riduzione della tassa dei rifiuti” per il cittadino che più avrà collaborato. Altro esempio: diventa inutile per l'istituzione di un Comune, che si dichiara ambientalista e che intende rispettare il Trattato di Kyoto, adottare misure di risparmio energetico, come pannelli solari, all'interno del proprio Palazzo amministrativo, sulle strade illuminate, se poi la catena dei negozi commerciali locali, i professionisti, i cittadini non adottano altrettanti strumenti. Altro esempio: diventa inutile per un'azienda definirsi ecologica, perché produce biologico, se poi il suo stesso prodotto viene fatto confezionare da un'azienda che utilizza per gli imballaggi materiale non facilmente riciclabile. Ancora: diventa inutile per un consumatore definirsi solidale e animalista, poiché fa la spesa nelle botteghe del mondo, se poi indossa scarpe o abiti realizzati da minori, e fatti con pellicce e pelli di animali domestici, o che comunque hanno subito violenza, acquistati da commercianti ignari dell'origine di tali prodotti.

Per evitare ciò diventa per questo indispensabile avviare azioni sinergiche che abbiano lo stesso traguardo e il medesimo tempo per raggiungerlo. Ma per fare ciò la cultura del dialogo, della concertazione reale, della partecipazione alle scelte aziendali, deve crescere sempre più tra le parti sociali. Si eviterebbero azioni inutili, che spesso sfociano in contraddizioni assurde, e nascerebbero azioni costruttive, basate su una produzione e un consumo consapevole, per una società sostenibile.

SITO TELEMATICO E SPORTELLI AMICI DEL CONSUMO CONSAPEVOLE

Proprio per promuovere la cultura del consumo consapevole e la sua attivazione, con il miglioramento della “filiera comportamentale”, sono nati un sito telematico e sportelli, pronti a funzionare da filo diretto tra i diversi attori sociali ed economici del mercato, per aiutarli a sviluppare azioni sinergiche necessarie a costruire una Società sostenibile.



Sul sito telematico www.polidream.org le Aziende, gli enti, le istituzioni, le categorie sociali e i consumatori che avranno deciso di aderire al progetto “IL consumATTORE IN PUGLIA”, potranno dialogare tra loro, esporre le proprie idee, programmi, tecniche adottate per dare il proprio contributo alla risoluzione dei problemi ambientali, sociali ed economici.

“La filiera comportamentale si incontra”, questo il nome dell'area telematica prevista per gli aderenti, nella quale chi è interessato può registrarsi e inserirvi tutte le informazioni che vorrà trasmettere agli amici di questo nuovo viaggio, la cui meta è una Società sostenibile.

L'Azienda, l'Istituzione, gli Enti potranno dialogare con la propria utenza, per chiedere suggerimenti o per informarla sulle modifiche apportate al proprio prodotto o servizio, in merito ad esigenze ambientali, salutarie o di diritto civico. Ad esempio: si è resa riciclabile la confezione; si è eliminato un additivo sospetto; si è resa più chiara l'etichetta, la bolletta, le cartelle esattoriali; si è istituita la Conciliazione per la risoluzione delle controversie; si è adottata la Carta dei servizi per garantire standard minimi di qualità del servizio, del prodotto e della trasparenza nell'informazione al consumatore; tutto ciò anche grazie ai suggerimenti dati on-line dai consumatori.

I consumatori potranno dialogare con la pubblica amministrazione, le diverse aziende ed Enti dei prodotti e dei servizi che utilizzano abitualmente, e suggerire loro di apportare delle modifiche ai propri prodotti e servizi, necessarie per vedere rispettati i diritti enunciati dalla legge a tutela dei consumatori, la 281/98; non solo, potranno utilizzare il sito telematico della Polidream per conoscere, prima di acquistare, gli operatori commerciali e di servizi più rispettosi dei diritti dei consumatori, e che avranno ricevuto dall'Associazione stessa il Premio “Il consumATTORE IN PUGLIA”, un riconoscimento che non solo gratificherà gli stessi premiati, ma aiuterà la concorrenza del mercato a lavorare sempre meglio per il raggiungimento di una migliore qualità della vita.