

# BUON NATALE E FELICE ANNO NUOVO!

Lo facciamo alla vecchia e cara maniera, semplicemente. **Buona Natale e Felice Anno Nuovo!**

Augurio sempre più difficile da formulare soprattutto quando si tratta di pensare alla prospettiva di un nuovo anno che rischia di avere le stesse caratteristiche di difficoltà degli ultimi che abbiamo conosciuto. Difficoltà economiche, una crisi che sta diventando un vero e proprio **cambiamento di stili di vita**, con povertà sempre più evidenti, famiglie che fanno fatica ad arrivare a fine mese, che vedono pesantemente messa in discussione la loro condizione economica.

A questo si aggiunge la **difficoltà a trovare nella politica una istanza in grado di ascoltare**, di stare vicino ai cittadini e di trovare risposte adeguate.

Ed allora **i cittadini si allontanano e non esercitano più un diritto/dovere fondamentale: il voto, come accaduto in una realtà solida e ricca come l'Emilia Romagna.**

**Ma così non risolviamo niente.** Non esiste democrazia senza i partiti, senza partecipazione, e non possiamo allontanarci dalla politica e poi dare la colpa a chi ci governa per le cose non fatte o, secondo noi, sbagliate. **Dobbiamo continuare a crederci, a partecipare, a protestare.**

L'anno che verrà non sarà facile sotto questi aspetti. La situazione economica in prospettiva continuerà ad essere difficile, i nostri ragazzi faticeranno a trovare un posto di lavoro, il **Jobs-Act** ancora privo di leggi attuative, sappiamo quello che ha abolito ma non sappiamo ciò che ci offrirà.



**L'evasione fiscale e la corruzione rappresentano un vero e proprio male** per il quale pare che l'Italia non riesca a trovare la cura. Invece l'antidoto va trovato. Le tasse vanno pagate da tutti in proporzione alle capacità e va estirpato il fenomeno corruttivo che oggi pare essere la strada principale per operare in ambito pubblico.

**Dobbiamo cambiare questo Paese, senza lasciare indietro nessuno.**

Dobbiamo crederci, dobbiamo continuare a credere nel nostro Paese, nei nostri talenti, nelle opere e nella qualità del **"fare" italiano**. Abbiamo un **Italia bellissima**, ma dovremo averne più cura e valorizzarla di più, il turismo potrebbe essere la nostra seconda "industria", attirare milioni di turisti, fornendo un valido traino economico.

**Federconsumatori nel suo piccolo è fermamente decisa a continuare a tenere alti questi valori e a fornire un punto di riferimento democratico, per dare ai cittadini aiuto e sostegno quando sono nella veste di consumatori e utenti. C'è molto da fare e noi saremo lì.**

Proprio in questa logica si colloca una primaria esigenza che affronteremo insieme alle altre Associazioni dei Consumatori in Emilia Romagna: **una nuova legge**

**regionale per i consumatori-utenti** che consenta alle Associazioni, tenendo conto della loro reale rappresentatività, di esprimersi in modo disciplinato ed efficace, di avanzare proposte ed esprimere pareri in materia consumeristica. Abbiamo chiesto alla Regione che individui un Assessorato che abbia tra le proprie competenze specifiche la tutela dei consumatori.

Entro l'estate 2015 a Giunta insediata, incalzeremo il governo regionale per concretizzare questa nuova norma.

Oltre alla nostra attività quotidiana di assistenza e tutela individuale il 2015 sarà l'anno del **"V Congresso Provinciale"** che si terrà entro il mese di aprile, mentre l'assise Nazionale sarà a giugno.

Anche per la nostra Associazione dovremo riflettere su attività e politiche da proporre a cittadini, istituzioni, aziende, con l'obiettivo di fare avanzare i diritti dei consumatori, rendendoli sempre più conosciuti, esercitati ed al passo con le più avanzate esperienze europee ed anglosassoni.

**Allora, senza perdere tempo in facili, quanto inutili demagogie, ci tiriamo su le maniche e guardando in faccia le difficoltà le affrontiamo, tentando di risolverle per arrivare ai nostri obiettivi.**

**Quindi con questo spirito: Buon Natale e Felice Anno Nuovo!**

*Renza Barani*

## OSSERVATORIO PREZZI PRATICATI DAI SUPERMERCATI, IPERMERCATI E DISCOUNT DI MODENA E PROVINCIA

Quella che Federconsumatori di Modena ha presentato il 27 novembre u.s per l'anno 2014 è la **20° edizione dell'Osservatorio Prezzi praticati nei Supermercati, Ipermercati e Discount della provincia di Modena.**

Con questo rapporto intendiamo fornire prima di tutto ai cittadini-consumatori ma anche alle istituzioni, alle organizzazioni economiche ed alle imprese del settore, elementi d'informazione, comparazione e valutazione sul livello dei prezzi, permettendo a queste ultime di giocare un ruolo più attivo nello sviluppo della competizione e della trasparenza del mercato.



**Il progetto è stato realizzato attraverso un'indagine campionaria di 462 prodotti confezionati, alimentari e non, ad ha coinvolto complessivamente 61 punti vendita tra ipermercati, supermercati e hard discount.**

Il carrello è stato suddiviso tra Grandi Marche, Private Label (prodotti a marchio del distributore), Primi Prezzi (il prezzo più basso) e Prodotti Freschi; per ognuno di questi è stato valutato sia il prezzo pieno che il prezzo scontato.

Per quanto riguarda le Grandi Marche a guidare la

graduatoria è Unes di Modena seguita da Esselunga di Sassuolo e Ipercoop di Modena; mentre i meno convenienti risultano essere Di Meglio di Carpi e Modena e Sigma di Modena. Si restringe, comunque, la forbice tra un negozio e l'altro; una normale reazione del mercato di fronte ad una contrazione dei consumi ed a una concorrenza sempre maggiore.

Per quanto riguarda le Privete Label, ovvero i prodotti a marchio del distributore, sono Unes e Esselunga di Modena a risultare i più convenienti.

Prendendo in considerazione i Primi prezzi, cioè i prodotti più convenienti in assoluto, emerge come siano gli Hard Discount ad offrire prodotti con costi fortemente competitivi. I negozi più convenienti sono infatti Eurospin seguito da LD, In's, Ecu e Lidl. Certamente nel nostro Osservatorio emerge come i Discount rivestano un ruolo sempre più importante anche perchè l'offerta, pur rappresentata da prodotti diversi, si è raffinata.

Infine, per i Prodotti Freschi, a guidare la classifica è Esselunga di Sassuolo, Iperfamila di Fiorano e Ipercoop di Modena.

**A livello geografico sono invece Modena e il distretto ceramico le aree della provincia ad offrire i prezzi più convenienti, un po' più cara Carpi e risultano essere il Frignano e Terre dei Castelli le zone meno convenienti.** Calano i prezzi nell'Area nord che aveva subito un rincaro subito dopo gli eventi sismici del 2012.

È ormai consuetudine integrare il rapporto con la dimensione di analisi volta ad indagare le abitudini dei consumatori e le variazioni delle stesse. **I consumatori intervistati attraverso un questionario on-line, sono stati oltre 400 unità residenti nel territorio della pro-**

### **vincia di Modena, interpellati nel periodo Giugno-Ottobre 2014.**

Particolarmente significativa è la percezione che i consumatori hanno del futuro. Infatti, oltre il 50,9% degli intervistati non si aspetta variazioni sostanziali ed è il 31,3% che esprime pessimismo per il prossimo futuro; percentuale in leggero calo rispetto ai dati degli anni precedenti che fa pensare ad un "barlume" di ottimismo.

Rispetto agli impegni finanziari, mutuo e/o finanziamenti, i due terzi delle persone intervistate hanno regolarmente onorato i pagamenti modificando però il loro tenore di vita. Calano, infatti, in termini di quantità e qualità le spese dedicate all'abbigliamento, viaggi e vacanze, apparecchiature tecnologiche e manifestazioni culturali; si tratta di beni, ad eccezione dell'abbigliamento, non di primaria necessità ma che ovviamente incidono sulla qualità della vita dei cittadini.

Nonostante un'inflazione vicina allo zero, la percezione degli intervistati circa l'andamento dei prezzi nei diversi punti vendita, rileva una tendenza all'aumento in tutte le tipologie dei punti vendita fatta eccezione per i discount, dove i beni maggiormente acquistati sono i prodotti per la pulizia della casa e frutta e verdura.

Un focus anche sui beni acquistati via internet dal quale si riscontra una propensione per alcune tipologie di beni quali Assicurazioni RCA, Soggiorni in hotel e Apparecchiature tecnologiche.

Federconsumatori di Modena tiene a ribadire che tra gli obiettivi dell'indagine non rientra quello di individuare il punto vendita più conveniente in assoluto ma quello di informare il cittadino-consumatore sulle dinamiche del mercato.

*Pamela Bussetti*

Tab. 2.1 - Risposte alla domanda **"Quale è, a suo giudizio, l'attuale situazione economica rispetto ad un anno fa, della sua famiglia?"**. Valori %. Periodo maggio - novembre 2014. Fonte: Federconsumatori

E' nettamente migliorata	0,3
E' migliorata	3,4
Invariata	46,7
E' peggiorata	41,9
E' nettamente peggiorata	7,4
Non sa/non risponde	0,3
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>

Tab. 2.2 - Risposte alla domanda **"Cosa si aspetta nei prossimi 12 mesi, rispetto alla situazione economica della sua famiglia?"**. Valori %. Periodo maggio - novembre 2014. Fonte: Federconsumatori

Migliorerà fortemente	0,6
Migliorerà	10,9
Invariata	50,9
Peggiorerà	29,9
Peggiorerà fortemente	1,4
Non sa/non risponde	6,3
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>

Tab. 2.4 - Risposte alla domanda **“Nel corso dell'ultimo anno è riuscito a far fronte ai canoni di locazione o rate del mutuo?/eventuali finanziamenti in corso per l'acquisto di beni e/o servizi (rate acquisto auto, credito al consumo, prestiti)?”**. Valori %. Periodo maggio - novembre 2014. Fonte: Federconsumatori

	Mutuo/Affitto	Finanziamenti
Ho regolarmente pagato quanto dovuto senza modificare il mio tenore di vita	34,8	30,3
Ho regolarmente pagato quanto dovuto ma ho dovuto modificare il mio tenore di vita	46,3	42,1
Ho pagato quanto dovuto ma ho dovuto fortemente modificare il mio tenore di vita	13,4	22,8
Ho rimandato il pagamento di una o più rate ma ora sono in regola con i pagamenti	3,0	3,4
Ho rimandato il pagamento di una o più rate e non sono in regola con i pagamenti	2,4	1,4
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Tab. 2.7 - Risposte alle domanda **“Può indicare quale di questi beni e con quale frequenza acquista presso i Discount?”**. Valori %. Periodo 2010-2014. Fonte: Federconsumatori

	Sempre	Spesso	A volte	Mai	Totale
Pane, cereali, riso e pasta	6,3	11,4	20,5	61,7	100,0
Carni e salumi	4,0	7,3	21,6	67,2	100,0
Latte e suoi derivati (Formaggi, yougurt, panna, burro)	6,3	14,4	21,6	57,7	100,0
Frutta e/o altri vegetali	6,3	15,6	20,4	57,7	100,0
Caffè, te, cacao	6,8	11,4	21,0	60,8	100,0
Acqua e/o bevande analcoliche	7,6	12,5	23,7	56,2	100,0
Bevande alcoliche (Vino, birra, altri alcolici)	5,5	5,2	24,3	64,9	100,0
Prodotti pulizia e manutenz. della casa	9,0	21,0	25,7	44,3	100,0
Articoli per la cura e igiene della persona	5,8	14,0	23,4	56,8	100,0

Tipologia punto vendita	Aumentato	Invariato	Diminuito	Non saprei	Totale
Ipermercati	49,1	38,1	6,8	6,0	100,0
Supermercati	55,8	34,0	6,4	3,7	100,0
Negozi tradizionali	51,7	20,9	2,8	24,6	100,0
Discount	16,2	33,6	8,6	41,6	100,0

Tab. 2.8 - Risposte alle domanda **“Variazioni percepite negli ultimi 12 del livello dei prezzi nelle tipologie di punti vendita”**. Valori %. Periodo 2010-2014.

Fonte: Federconsumatori

Non acquisto mai tali prodotti o li acquisto solo saltuariamente	21,6
Li acquisto molto spesso	78,4
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>

Tab. 2.10 - Risposte alle domanda **“Tra i prodotti che lei acquista presso gli ipermercati o supermercati vi è una presenza di prodotti a marchio del distributore?”**. Valori %. Periodo 2010-2014. Fonte: Federconsumatori

Tab. 2.13 - Risposte alle domanda **“Può indicare quale di questi beni e con quale frequenza acquista on line?”**. Valori %. Periodo 2010-2014. Fonte: Federconsumatori

	Sempre	Spesso	A volte	Mai	Totale
Generi alimentari	0,3	0,3	1,9	97,5	100,0
Abbigliamento/calzature	2,5	0,9	18,5	78,2	100,0
Assicurazioni RCA	9,4	13,6	32,6	44,4	100,0
Soggiorni in hotel o titoli di viaggio (biglietti aerei, treni etc)	11,7	3,1	8,3	76,9	100,0
Altro tipo di Servizi	2,1	7,6	24,4	65,9	100,0
Apparecchiature tecnologiche (cellulari, computer, hi fi)	3,4	5,4	28,0	63,2	100,0

Tab. 3.10 - Costo indice medio (intero, scontato e riservato) e % di sconto del costo riservato sul costo intero, per categoria di paniere e per ambito territoriale POIC della provincia di Modena. Periodo giugno - luglio 2014. Costo base = minimo costo intero.

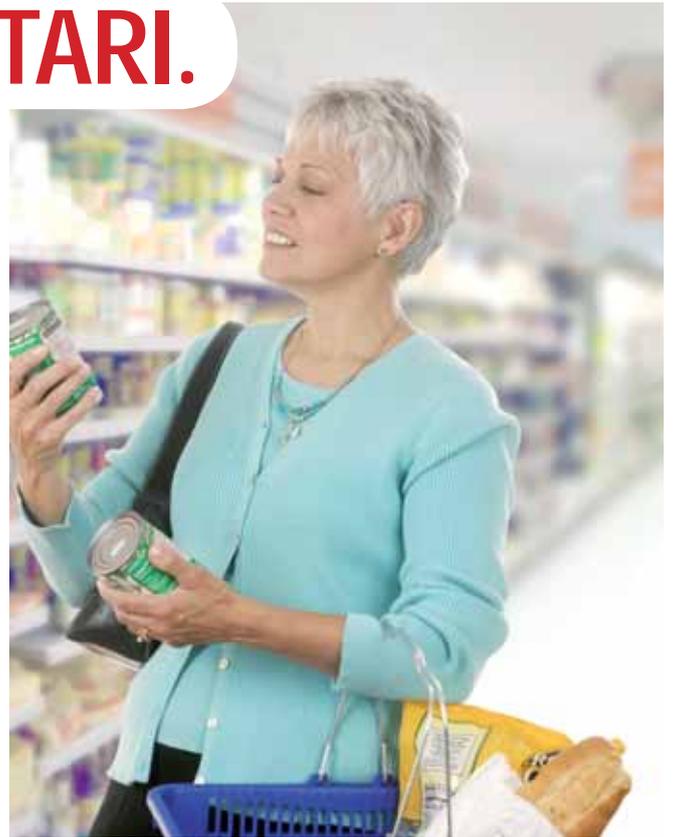
Classe di ampiezza	Costo			% di sconto	
	Intero	Scontato	Riservato	Scon/intero	Riser/Intero
<b>Grandi Marche</b>					
Unione Area Nord	103,9	102,0	101,6	2,3	2,3
Terre D'Argine	103,1	101,3	100,6	2,4	2,4
Modena	100,4	98,9	98,2	2,2	2,2
Comuni del Sorbara	103,6	101,8	101,3	2,2	2,2
Frignano	109,1	107,2	107,2	1,7	1,7
Terre dei Castelli	105,4	104,5	103,8	1,5	1,5
Distretto Ceramico	100,0	98,8	98,4	1,6	1,6
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
<b>Valore medio provinciale</b>	<b>101,9</b>	<b>100,4</b>	<b>99,8</b>	<b>2,1</b>	<b>2,1</b>
<b>Private Label</b>					
Unione Area Nord	102,5	100,6	100,5	1,9	2,0
Terre D'Argine	103,6	101,9	101,7	1,6	1,8
Modena	100,0	98,1	97,9	1,9	2,1
Comuni del Sorbara	103,7	100,1	100,0	3,5	3,5
Frignano	109,2	103,6	103,6	5,1	5,1
Terre dei Castelli	106,9	105,2	105,0	1,6	1,8
Distretto Ceramico	101,1	98,4	98,0	2,7	3,1
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
<b>Valore medio provinciale</b>	<b>102,0</b>	<b>99,8</b>	<b>99,6</b>	<b>2,2</b>	<b>2,4</b>
<b>Primi Prezzi</b>					
Unione Area Nord	103,8	102,8	102,7	1,0	1,1
Terre D'Argine	104,2	103,1	103,1	1,0	1,1
Modena	100,0	98,6	98,4	1,4	1,6
Comuni del Sorbara	106,8	104,8	104,7	1,9	1,9
Frignano	113,2	108,3	108,3	4,3	4,3
Terre dei Castelli	111,4	110,5	110,3	0,8	1,0
Distretto Ceramico	105,1	101,3	101,2	3,6	3,7
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
<b>Valore medio provinciale</b>	<b>103,8</b>	<b>102,0</b>	<b>101,8</b>	<b>1,8</b>	<b>1,9</b>
<b>Prodotti Freschi</b>					
Unione Area Nord	103,4	101,3	101,3	2,1	2,1
Terre D'Argine	103,1	100,5	100,5	2,5	2,5
Modena	100,0	96,7	96,7	3,3	3,3
Comuni del Sorbara	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
Frignano	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
Terre dei Castelli	106,6	105,7	105,7	0,9	0,9
Distretto Ceramico	102,4	100,4	100,4	1,9	1,9
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
<b>Valore medio provinciale</b>	<b>101,8</b>	<b>99,2</b>	<b>99,2</b>	<b>2,5</b>	<b>2,5</b>

# ETICHETTE ALIMENTARI. DAL 13 DICEMBRE LA "RIVOLUZIONE" UE: ECCO LE NUOVE REGOLE

Accogliamo favorevolmente la nuova normativa europea per le etichette alimentari (previste dal regolamento 1169/2011) entrata in vigore il 13 dicembre 2014. Arriva finalmente più chiarezza e molti sono i cambiamenti apprezzabili; le novità riguardano numerosi aspetti, dalla data di scadenza, che dovrà essere riportata non solo sulla confezione esterna ma su ogni singola monoporzione, all'indicazione dei possibili allergeni contenuti.

Ecco le novità più salienti!

- ✓ **UN'ETICHETTA PIÙ LEGGIBILE:** per agevolare il consumatore ad una scelta più consapevole le informazioni dovranno essere scritte con un carattere non inferiore a 1,2 mm limite che scende a 0,9 mm per le confezioni più piccole.
- ✓ **ALLERGENI:** dovranno essere indicati con maggiore evidenza rispetto agli altri con ad esempio un colore diverso e dovranno essere preceduti dalla parola "contiene": per esempio "contiene tracce di mandorle".
- ✓ **INDICAZIONE DI ORIGINE:** dovrà essere indicato il luogo di allevamento e macellazione non solo per le carni bovine e pollame ma anche per quelle suine.
- ✓ **OLI E GRASSI VEGETALI:** non potranno più essere ammesse scritte generiche come "olio vegetale", i produttori dovranno essere più precisi; ad esempio "olio vegetale di girasole". Dovranno, inoltre, essere indicati con accuratezza i trattamenti subito dal prodotto.
- ✓ **DECONGELAMENTO E DATA DI CONGELAMENTO:** se un alimento è stato congelato e poi scongelato per la vendita dovrà comparire sull'eti-



chetta il termine "scongelato". Per carni, alimenti a base e pesce che possono essere venduti congelati vi è l'obbligo di indicare la "data di congelamento".

- ✓ **VALORI NUTRIZIONALI (solo a partire da dicembre 2016):** la tabella nutrizionale dovrà contenere obbligatoriamente le calorie, i carboidrati, gli zuccheri i grassi saturi e non e il sale. Restano facoltativi altri nutrienti come la fibra.

✓ **FOCUS SUI RISTORANTI:** anche ristoranti e attività di somministrazione di alimenti e bevande, saranno con questa legge obbligati a comunicare gli **allergeni** presenti in un cibo tramite adeguati supporti che siano menù, cartelli, lavagne ecc. Tali supporti dovranno essere ben visibili dal consumatore.

Riteniamo che questa nuova normativa non solo renda più consapevole il consumatore su quello che acquista ma consenta anche a **produttori e distributori una maggior trasparenza** sul prodotto che vendono.

C'è, però, ancora molto da fare, restano, infatti, fuori dalla normativa gli alcolici che ancora una volta la fanno "franca" e non è stata neppure accolta la richiesta di inserire le informazioni nutrizionali sul fronte della confezione, la parte più vista al momento dell'acquisto: starà a noi girare la confezione.

Marcello Busacchi

# AL CITTADINO/CONSUMATORE CONVIENE SAPERE CHE...



Vi sono consigli, suggerimenti e raccomandazioni che recepiti una volta bastano per tutta la vita, e ve ne sono altri che pur se reiterati nel tempo vengono continuamente disattesi, dando luogo a spiacevoli inconvenienti per i cittadini.

Federconsumatori è spesso il catalizzatore dei problemi di cittadini e consumatori che non possono conoscere bene le tante norme a loro tutela, e svolge la propria iniziativa anche attraverso la continua, preventiva e mirata informazione, in modo da rendere più dura l'attività di chi vorrebbe approfittarne.

**Giova innanzitutto ricordare che è bene diffidare degli inviati o rappresentanti delle numerose società telefoniche o fornitura di gas ed energia elettrica che bussano, spesso con arroganza e prepotenza, alle nostre porte intimando di mostrare bollette precedenti e millantando risparmi che non sono veritieri; conviene dunque non far loro vedere nessun documento, a meno che non si voglia effettivamente cambiare gestore.**

Altra cosa da ricordare è la facoltà di **ripensamento**, cioè la possibilità di **recedere** dai contratti sottoscritti **fuori dai locali commerciali** propri del venditore; facoltà che si può esercitare senza alcuna spesa o motivazione **ENTRO 14 GIORNI DALLA FIRMA**, oppure dalla consegna dei beni, se successiva. In caso di **recesso** correttamente esercitato si dovranno solamente restituire i beni eventualmente già ricevuti, chiedendo la restituzione di acconti già versati, precisando che contestualmente vengono annullati gli eventuali contratti di

finanziamento accessi con società finanziarie.

Conviene ancora ricordare ai consumatori le importanti tutele previste dalla **garanzia legale** sui beni acquistati, che si attua contestando formalmente i difetti che si evidenziano **entro due anni**, al solo **venditore** quale unico responsabile nei confronti dell'acquirente. Si ricorda pure che i **vizi** accertati sui beni **entro sei mesi** dal loro acquisto sono da considerarsi **originari**, quindi già presenti al momento della vendita.

Sono pertanto **illegittimi** ed indicatori di inganno i cartelli o le risposte verbali che in molti negozi, soprattutto di telefonia, informano che **trascorsi brevi e ridicoli periodi di tempo escludono la sostituzione di beni appena acquistati.**

Si precisa per contro che i negozi sono tenuti alla sostituzione di beni, in particolare indumenti, **solo se viziati da difetti e che unicamente la loro cortesia può cambiare merci di cui non aggrada il colore o la taglia.**

Avvicinandosi il Natale, quindi tempo di regali, pare opportuno infine raccomandare una precauzione necessaria alla legittima fruizione della garanzia, cioè la **conservazione degli scontrini d'acquisto di quanto comprato per sé stessi o regalato ad altri.**

Naturalmente Federconsumatori, con la presenza di 18 sportelli nella provincia di Modena gestiti da volontari, si pone al servizio e tutela dei cittadini sulle materie qui citate ed in ogni altra loro necessità.

*Wainer Rustichelli*

## ENERGIA ELETTRICA, GAS: VIZI (TANTI) E VIRTÙ (POCHE) DELLE VENDITE PORTA A PORTA E AL TELEFONO CONSIGLI PER I CITTADINI

Molti utenti dei servizi gas ed energia elettrica si lamentano presso le nostre sedi **per contratti di fornitura attivati da società di vendita ma non richiesti e non voluti.** Altri utenti lamentano di aver sottoscritto domande di fornitura **sulla base di informazioni ingannevoli o insufficienti**, fornite da agenti di vendita per conto di società che operano in questo mercato.

Le società di vendita di energia elettrica e gas spesso

per questa attività si avvalgono di società esterne, le quali a loro volta affidano il compito a persone con contratti precari e scarsamente formati. Morale: di quello che dicono questi agenti di vendita, allo scopo di convincere l'utente a



cambiare contratto, nessuno se ne assume la responsabilità.

Bisogna tener presente che gli agenti di vendita che si recano presso le abitazioni, o che telefonano, percepiscono un modesto compenso, generalmente pochi euro per ogni contratto che riescono a concludere, pertanto per poter guadagnare di più sono spinti diciamo "a forzare la mano all'utente".

Perciò, innanzitutto, è opportuno **prendere in considerazione le proposte contrattuali con cautela e una sana diffidenza**.

Inoltre, Federconsumatori consiglia:

- ✓ **non consegnare mai le bollette** agli agenti di vendita che si recano presso le abitazioni degli utenti, perché sulle bollette ci sono dati, in particolare dei codici, che sono indispensabili per fare un contratto, quindi una volta avuti questi, diventa possibile l'attivazione del contratto anche senza la volontà esplicita dell'utente;
- ✓ **non firmare mai nessun documento, soprattutto se scritto a caratteri ridotti, senza averlo letto attentamente**, anche se l'agente di vendita afferma che la firma serve soltanto per dimostrare alla società di vendita che è avvenuta la visita, perché spesso l'utente firma una richiesta di fornitura non richiesta.
- ✓ In caso di contatto telefonico, si consiglia **di non fornire mai i propri dati e quelli delle utenze gas ed energia elettrica, compreso il codice IBAN per i pagamenti** a mezzo conto corrente, eventualmente richiesti.

Per quanto riguarda poi le informazioni sul contratto proposto, esse il più delle volte promettono **rispar-**

**mi mirabolanti**, che puntualmente non si realizzano, semplicemente perché **non esistono**.

Nel caso ci fosse qualche risparmio, il più delle volte e riferito ad una sola componente di spesa della bolletta - la quota energia - e magari le altre voci di cui si compone la bolletta, potrebbero essere più alte e quindi annullare quanto risparmiato precedentemente.

Per chi desidera **cambiare società di vendita**, consigliamo di **chiedere sempre la scheda di confrontabilità**, che, in base delle delibere dell'Autorità per l'energia elettrica ed il gas, l'agente di vendita deve consegnare (purtroppo ciò è spesso disatteso) all'utente prima della sottoscrizione della domanda di fornitura. In questo modo è possibile confrontare il costo a pari consumo, della tariffa a mercato di maggior tutela approvata dall'Autorità stessa, con la tariffa offerta dal venditore a mercato libero.

Ricordiamo infine che **l'utente può esercitare il diritto di ripensamento e recedere dal contratto senza oneri, entro 14 giorni dalla sottoscrizione della nuova fornitura**, o in caso di contratti non richiesti, sempre entro 14 giorni dal ricevimento della comunicazione della nuova società di vendita gas ed energia elettrica con la quale informa l'utente di averlo accettato come suo cliente. Occorre prestare attenzione agli eventuali **prodotti accessori** - assicurazioni contro il danneggiamento degli impianti - venduti insieme al contratto per la fornitura di energia o gas, per i quali in caso di recesso serve dare specifica disdetta.

Trascorso il periodo di 14 giorni sopra indicato, l'utente può sempre cambiare società di vendita, ma deve sottoscrivere un nuovo contratto con la società di sua scelta.

Valter Pellacani

## ATTENZIONE ALLE OFFERTE VACANZA TROPPO CONVENIENTI

Sempre più spesso, allegati a riviste o a quotidiani nazionali, può capitare di trovare opuscoli o vere e proprie dispense, di catene alberghiere che propongono offerte estremamente allettanti per soggiorni invernali ed estivi, talvolta comprensivi anche di traghetto o altro mezzo di trasporto. È naturale che una buona offerta ci porti a considerare l'opportunità di godere di una bella vacanza ad un prezzo basso, ma bisogna, anzitutto, considerare che costi inferiori possono an-

che significare, come spesso accade, qualità inferiore e che non bisogna aspettarsi un trattamento superiore a quello che è scritto esplicitamente nell'offerta.

Per questo è consigliabile controllare il periodo di validità dell'offerta e valutare la proposta, leggendo attentamente sul volantino i servizi che vengono forniti a quel costo e quelli che, invece, ne sono esclusi o



che possono esserne compresi previo pagamento di un supplemento. Un chiaro esempio è quello del cenone di Capodanno per le vacanze invernali, o della stanza "fronte mare" per quelle estive e non è escluso che anche l'accesso ad alcuni servizi sia soggetto ad una quota aggiuntiva. Inoltre, se si decide di prenotare, sarebbe preferibile contattare la struttura ricettiva prescelta e farsi confermare, in forma scritta, il prezzo e le condizioni previste nell'opuscolo, per essere certi del tipo di soggiorno acquistato e per avere un supporto nel caso in cui venissero riscontrati disservizi.

Non è raro, infatti, che possano verificarsi alcuni problemi, per esempio, in fase di prenotazione dove, a volte, è molto difficile ottenere una determinata stanza e l'unica disponibile è una sistemazione qualitativamente superiore, dietro pagamento di un costo aggiuntivo, oppure che si riveli impossibile soggiornare nelle date richieste.

Un altro disagio può essere quello di trovare una stanza e una struttura non conforme a ciò che viene

illustrato e descritto nella rivista: in questo caso è indicato fare delle fotografie che documentino la reale condizione dell'alloggio, per poterla confrontare a quanto, invece, proposto oltre ad acquisire possibili testimoni qualora se ne dovesse in seguito manifestare il bisogno.

In caso di eventuali disservizi in loco, infatti, è opportuno, anzitutto, esporre al personale dell'albergo le difficoltà incontrate, per permettere la predisposizione di soluzioni alternative. Qualora la controparte non vi provveda o lo faccia in modo inadeguato, il consumatore può inviare una raccomandata a/r all'hotel, spiegando quello che è successo, allegando l'eventuale materiale probatorio (per esempio le fotografie scattate) e chiedendo un risarcimento per il danno da vacanza rovinata. Invece, qualora si verifichi un problema in fase di prenotazione, nella lettera di reclamo, inviata tramite raccomandata a/r, oltre ad allegare la documentazione relativa all'offerta descritta sull'opuscolo e alla conferma di prenotazione, è possibile chiedere di fruire del soggiorno alle condizioni ivi stabilite.

*Elena Foroni*

## DAL 6 DICEMBRE NUOVI DIRITTI PER I PASSEGGERI DI AUTOBUS: SANZIONI ALLE IMPRESE INADEMPIENTI PER MANCATA INFORMAZIONE E ASSISTENZA. A QUANDO LA SOLUZIONE DEI VECCHI PROBLEMI?



*Dal prossimo 6 dicembre gli utenti dei servizi di trasporto con autobus vedranno applicati nuovi diritti previsti dal regolamento (CE) n.2006/04 per un'adeguata assistenza in caso di disservizi e incidenti. L'entrata in vigore di questo provvedimento (D.Lgs.169/14) riguarderà sia i "servizi regolari" organizzati per linee e fermate prestabilite che i "servizi occasionali" o turistici. In caso di inosservanza da parte delle imprese di trasporto sono previste pesanti sanzioni che devono determinare un sistema di maggiore tutela degli utenti del trasporto pubblico, con particolare attenzione verso le persone con disabilità o mobilità ridotta.*

Mentre si introducono a fatica le nuove norme sug-

gerite dall'Europa, Federconsumatori registra il permanere di una grande incertezza sul futuro del trasporto pubblico modenese, dopo la richiesta avanzata da SETA all'Amministrazione comunale di autorizzare un aumento delle tariffe per gli autobus cittadini. Una richiesta di aumenti che fa seguito a quelli già introdotti per i biglietti singoli sulle linee extraurbane dal 1° marzo scorso e dal 1° settembre per il servizio integrato (treno+bus) sulla tratta Modena-Carpi-Rolo. Una richiesta di aumenti presentata incautamente da SETA assieme ai dati di bilancio 2013, che per il territorio modenese ha fatto registrare una perdita di quasi 2 milioni di utenti rispetto all'anno precedente.

Federconsumatori denuncia l'atteggiamento contraddittorio di SETA, una società di trasporto pubblico e a maggioranza pubblica, che di fronte ad un evidente fallimento della propria politica di trasporto, per coprire i mancati introiti si limita a richiedere aumenti di tariffa. Una contraddizione non fatta rilevare dalla Regione Emilia Romagna, nè dall'azionista di riferimento TPER. Silenzio anche sul mancato completamento del sistema Stimer/MiMuovo, che a regime può consentire agli utenti di utilizzare indifferentemente i diversi mezzi pubblici disponibili, semplificandone l'utilizzo.

Federconsumatori prende atto l'azzeramento del disavanzo registrato nel bilancio del 2013 di SETA ma ritiene sbagliato che questi oneri vengano scaricati pre-

valentemente sulle spalle degli utenti attraverso adeguamenti tariffari non motivati e senza un contestuale miglioramento del servizio. Le imprese di trasporto dei bacini di Modena, Reggio Emilia e Piacenza confluiti in SETA, ancora oggi non hanno completato il processo di aggregazione, mantenendo comportamenti diversi nei diversi bacini storici e strutture ancora separate come le Agenzie della Mobilità. Federconsumatori conferma la richiesta all'Amministrazione Comunale di Modena per un confronto di merito sul piano tariffario e sulla qualità del trasporto pubblico locale. Un confronto che deve essere esteso a questioni già poste da Federconsumatori sul futuro della Modena-Sassuolo e il miglioramento del servizio Modena-Carpi.

Federconsumatori di Modena

## LEGALITÀ, DIRITTI E TUTELA DEL CONSUMATORE PREVENIRE LE TRUFFE E LA DIPENDENZA DAL GIOCO D'AZZARDO

Sta volgendo al termine il Progetto "Legalità, diritti e tutela del consumatore" Prevenire le truffe e la dipendenza dal gioco d'azzardo, iniziato a dicembre 2014 e che terminerà a gennaio 2015 con una tavola rotonda dal titolo "il fenomeno del gioco nella nostra provincia, esperienze a confronto".

Emerge un bisogno su un tema che ha assunto negli ultimi anni proporzioni sempre maggiori ed infatti l'industria del gioco d'azzardo è diventata una delle più importanti fonti di attività economica. A fronte di questo sono 800.000 le persone in Italia ad essere a rischio dipendenza dal gioco d'azzardo.

Tante le cose fatte per far **conoscere e sensibilizzare giovani, adulti e anziani** sui rischi legati all'uso e **alla dipendenza dal gioco d'azzardo**; dal corso di formazione per gli operatori delle associazioni dei consumatori, insieme alle Polizie Municipali e alle Forze dell'Ordine, agli incontri nelle scuole ed alle iniziative pubbliche a Modena e provincia.



Ma c'è ancora da fare! Saremo a Rovereto il 12 gennaio, a Carpi il 21 gennaio e a Finale Emilia il 14 gennaio, incontro pubblico patrocinato dal comune e nel quale sarà presente anche la Lag, associazione che si occupa fra le altre anche della dipendenza dal gioco d'azzardo.

VI ASPETTIAMO NUMEROSI!!

Federconsumatori di Modena

Servizio gestito dalle Associazioni



con il contributo di



**FONDAZIONE**  
Cassa di Risparmio di Modena

con la collaborazione di



**Comune di Modena**

## Quando chiamare



### Elenchiamo alcuni esempi di truffe e situazioni a rischio.

- Se hai firmato un contratto per strada o per corrispondenza e non riporta i termini per il recesso e la resa della merce.
- Se ti hanno attivato sul contratto telefonico servizi non richiesti.
- Se un falso dipendente del gas o energia elettrica o di un Ente Pubblico ti richiede il pagamento di una bolletta/tassa direttamente a casa.
- Se ti arrivano e-mail da istituti bancari che richiedono dati personali o codici di accesso privati relativi al tuo conto.
- Se ti arrivano e-mail con richiesta di pagamenti o con riferimenti di vincite alla lotteria.
- Se hai acquistato merce via internet e non ti è stato recapitato nessun prodotto o un prodotto diverso o di valore inferiore.
- Se hai acquistato un viaggio/vacanza e i servizi offerti erano diversi o al di sotto di quanto concordato.
- Se compri un prodotto alimentare, di abbigliamento o un farmaco e sospetti che sia contraffatto.
- Se hai notato movimenti anomali nel tuo conto corrente e hai il sospetto che ti abbiano clonato la carta di credito.
- Se hai chiesto un prestito ad una finanziaria o ad un intermediario poco trasparente e troppo oneroso.
- Se credi che, il gioco d'azzardo o lecito, sia diventato un problema per te o per qualcuno che conosci.
- Se hai difficoltà economiche legate alla dipendenza da gioco d'azzardo o lecito.

Il pericolo di una truffa o di una situazione a rischio può manifestarsi in diversi altri casi quindi ti invitiamo a contattarci ogni volta che vuoi informazioni sui tuoi diritti.

**L'operatore risponde tutti i giorni dalle 9 alle 13 e dalle 15 alle 18 (escluso il sabato pomeriggio e la domenica). In assenza di operatore è sempre attivo il servizio di segreteria telefonica.**

## Perché chiamare

Lo sportello telefonico S.O.S. Truffa & C. è un filo diretto creato **per prevenire e difendere** i cittadini dai casi di criminalità economica. Chiamando il numero verde, o contattando lo sportello **via fax o via mail**, potrai **avere le risposte e l'aiuto che cerchi**. Potrai anche **fornire utili informazioni** e contribuire così a combattere in modo più efficace questo tipo di criminalità, grazie anche alla stretta collaborazione tra gli Enti promotori e le Forze di Polizia. Lo sportello telefonico S.O.S. Truffa & C. può, inoltre, orientare il cittadino nella ricerca delle soluzioni di problemi legati al gioco d'azzardo.



**Numero Verde**

**800 631 316**

**L'operatore risponde tutti i giorni dalle 9 alle 13 e dalle 15 alle 18 (escluso il sabato pomeriggio e la domenica). In assenza di operatore è sempre attivo il servizio di segreteria telefonica. S.O.S Truffa & C. può essere contattato anche via fax 059 255 9371 o via e-mail [info@sostruffa.it](mailto:info@sostruffa.it)**

**Ritaglia il coupon e tieni il numero sempre a portata di mano!**




**Fidarsi è bene,  
informarsi  
è meglio!**

FAX 059 255 9371  
E-MAIL [info@sostruffa.it](mailto:info@sostruffa.it)

Numero Verde  
**800 631 316**




# PUNTI DI ASCOLTO E CONSULENZA AL CONSUMATORE

## SPORTELLI PROVINCIALI

### MODENA

Via Mar Ionio, 23  
Tel. 059/260384 Fax 059/260446  
[info@federconsumatori-modena.it](mailto:info@federconsumatori-modena.it)  
Lun-Ven ore 9.00-13.00 e 15.00-18.30  
Sab ore 9.00-13.00

### CARPI

Via 3 Febbraio, 1  
Tel. 059/6310439 Fax 059/651733  
[federconsumatoricarpi@er.cgil.it](mailto:federconsumatoricarpi@er.cgil.it)  
Mar-Gio ore 15.00-18.30  
Mer ore 9.00-12.00

### CASTELFRANCO EMILIA

Via Circondaria Nord, 126/A  
Tel. 059/926136 Fax 059/920673  
Mer ore 15.30-18.30

### CASTELNUOVO RANGONE

Piazza Turati, 10  
Tel. 059/534818 Fax 059/534900  
Mer (2° e 4° del mese) ore 9.00-13.00

### CASTELVETRO

Presso AUSER, Via Leonardo Da Vinci, 17  
Tel. 059/790626  
Mer (2° e 4° del mese) ore 9.00-12.00

### FINALE EMILIA

Via dei Capuccini, 20  
Tel. 0535/91347  
Gio ore 15.00-18.30

### FIORANO

Piazza Ciro Menotti, 1  
Tel. URP 0536/833239  
Tel. diretto 0536/833260 Fax 0536/832446  
[consumatori@fiorano.it](mailto:consumatori@fiorano.it)  
Lun ore 15.00-18.00

### FORMIGINE

Via Unità d'Italia, 26 (II° piano sede Comunale)  
Tel. 059/416287 Fax 059/416183  
[consumatore@comune.formigine.mo.it](mailto:consumatore@comune.formigine.mo.it)  
Giovedì ore 15.00 - 18.00

### MARANELLO

Piazza Libertà, 33 (c/o Municipio)  
Tel. URP 0536/240000  
Tel. Diretto 0536/240147 Fax 0536/942263  
Gio (1° e 3° del mese) ore 15.00-18.00

### MIRANDOLA

Via Agnini, 2  
Tel. 0535/22014 Fax 0535/27133  
Ven ore 15.00 - 18.00

### PAVULLO

Via Giardini, 212 presso Camera del Lavoro  
Tel. 0536/20355 Fax 0536/23834  
[pavullo@federconsumatori-modena.it](mailto:pavullo@federconsumatori-modena.it)  
Sab ore 9.00-12.00

### SASSUOLO

Via Adda, 71  
Tel. 0536/804704 Fax 0536/806904  
Mar ore 9.00-12.30  
Gio ore 15.00-18.30

### SAVIGNANO SUL PANARO

Via Claudia c/o Municipio, Ufficio Dif. Civico  
Tel. 059/759927 Fax 053/730160  
Gio (1° e 3° del mese) ore 16.30-18.30

### SOLIERA

Pizza della Repubblica, 1  
Tel. 059/568521 Fax 059/565562  
Sab ore 10.00-12.00

### SPILAMBERTO

Piazza Caduti delle Libertà 1 c/o Municipio, I piano  
Ufficio Vice-Sindaco  
Tel. 059/789941 Fax 059/781174  
Mer (1° e 3° del mese) ore 09.00-13.00

### VIGNOLA

Via Montanara 680  
(STAZIONE AUTOCORRIERE UFFICIO MELTING POT)  
Tel. 059/777657 Fax 059/769406  
Mer ore 15.00-18.30 - Sab ore 9.00-12.00

## GLI SPORTELLI TEMATICI

### INFORMAZIONE AGROALIMENTARE - MODENA

Via Mar Ionio, 23  
Fax 059/260446

### SPORTELLO TELEFONICO "SOS TRUFFA"

Numero verde 800631316  
Fax 059/2559371  
[info@sostruffa.it](mailto:info@sostruffa.it)  
Lun-Ven ore 9.00-13.00 e 15.00-18.00  
Sab ore 9.00-13.00

### "SOS TURISTA" di MODENA

Via Mar Ionio, 23  
Tel. 053/251108 Fax 059/260446  
[info@sosvacanze.it](mailto:info@sosvacanze.it) - [www.sosvacanze.it](http://www.sosvacanze.it)  
Lun Mar Merc Ven ore 9.00-14.00 - Gio ore 9.00-19.00

### "TUTELA DELLA SALUTE" - MODENA

Via Mar Ionio, 23  
Tel. 059/260384 Fax 059/260446