

# Fatturazione a 28 giorni. Indagine MC.

I CINQUE OPERATORI PRINCIPALI NON RISPETTANO DIRETTIVE AGCOM.



AL VIA AZIONI INIBITORIE.

Movimento Consumatori ha svolto un'indagine per verificare quanti tra gli operatori di telecomunicazione rispettino la disciplina contenuta nella delibera dell'Agcom 121/17, ai sensi della quale *“per la telefonia fissa, la cadenza di rinnovo delle offerte e della fatturazione deve essere su base mensile o suoi multipli. Per la telefonia mobile la cadenza non può essere inferiore a quattro settimane. In caso di offerte convergenti con la telefonia fissa, prevale la cadenza relativa a quest'ultima”*.

Tra le centinaia di nominativi presenti nell'elenco pubblico tenuto dall'Agcom, sono stati selezionati/individuati solo gli operatori che erogano servizi in forma societaria e all'interno di questa lista ristretta, sono state controllate tutte le offerte attualmente in vigore o che lo saranno a breve.

**I risultati dell'indagine** hanno confermato che su 29 operatori ufficiali, solo cinque non si sono uniformati alle indicazioni dell'Autorità.

Si tratta dei cinque *player* più importanti, **TIM, Wind-Tre, Fastweb, PosteMobile e Vodafone**, proprio le imprese in

relazione alle cui offerte l'Agcom ha emanato la delibera 121/17, e nei cui confronti di recente ha avviato un procedimento per l'irrogazione di sanzioni, vista la loro mancata ottemperanza alla richiesta di modificare il sistema di fatturazione.

In attesa di intervenire *ad adiuvandum* nel procedimento sorto avanti al Tar Lazio, a seguito del ricorso promosso dagli operatori "riottosi", nei giorni scorsi MC ha inviato alcune diffide collettive dirette a fermare immediatamente la fatturazione a 28 giorni per i contratti relativi alla fornitura del servizio di telefonia fissa. **L'associazione ha contestato i medesimi comportamenti lesivi degli interessi dei consumatori anche a Sky che proprio da domenica 1° ottobre modificherà la propria fatturazione, oggi mensile, prevedendo la periodicità di 28 giorni.**

"Si tratta – afferma Alessandro Mostaccio, segretario generale MC – di una pratica commerciale gravissima e sfacciata in aperta e dichiarata violazione delle norme vigenti che comporta un illegittimo e mascherato aumento dei costi dei servizi di oltre l'8% per milioni di consumatori. La circostanza che tutti i maggiori operatori destinatari delle nostre diffide abbiano simultaneamente deciso di modificare la periodicità della fatturazione e di non rispettare le prescrizioni dell'Agcom integra non solo gli estremi della pratica commerciale scorretta, ma è indice di un comportamento anticoncorrenziale a danno di milioni di consumatori sul quale potrebbe essere opportuna un'attenta indagine dell'Antitrust. Le compagnie di telecomunicazioni non possono cercare di far quadrare i loro bilanci con comportamenti così scorretti e privi di ogni trasparenza".

Il Movimento Consumatori ha diffidato TIM, Wind-Tre, Fastweb, PosteMobile, Vodafone e Sky a ristabilire la fatturazione mensile e a restituire quanto indebitamente ricevuto con la fatturazione a 28 giorni. Se entro 15 giorni le compagnie telefoniche non cesseranno questo comportamento, Movimento

Consumatori avvierà i giudizi cautelari per ottenerne in via d'urgenza dai tribunali l'immediata cessazione.

---

## **Cancellazione voli Ryanair. MC offre assistenza per le richieste di risarcimento anche online**

*I viaggiatori pagano la cattiva gestione della compagnia: prezzi bassi a discapito dei dipendenti.*



Gli effetti delle numerose cancellazioni di voli della compagnia irlandese Ryanair, per motivi ufficialmente imputati alla gestione del personale, stanno ricadendo su decine di migliaia di viaggiatori, lasciati a terra in molti casi a ridosso della partenza.

Il Regolamento UE n. 2004/261/CE del 11/2/2004 disciplina i tempi e le modalità di comunicazione della cancellazione da parte delle compagnie aeree e i diritti dei passeggeri, ai quali spettano il rimborso del biglietto o la riprotezione su un altro volo e, a certe condizioni, un indennizzo forfettario che non comprenderà solo il costo vivo del biglietto, ma anche i danni patiti a seguito della mancata partenza.

“Il caso Ryanair – **afferma Alessandro Mostaccio, segretario generale MC** – dimostra plasticamente come sia miope ogni politica industriale che basa il proprio successo su politiche di dumping sul prezzo, a scapito delle condizioni di lavoro e del salario del proprio personale. Confidiamo che serva di esempio per invertire una tendenza grave e spregiudicata che il caso Ryanair finalmente dimostra non essere neanche sostenibile oltretutto ingiusta: fare business strizzando l’occhio al consumatore proponendo prezzi bassissimi ‘recuperando’ poi quanto ‘perso in sconti’ sul fronte dei costi del personale! Se Ryanair è oggi costretta ad essere inadempiente nei confronti di 400 mila passeggeri è perché ha imposto ai propri dipendenti per anni condizioni e salari di lavoro accettabili solo fino a quando ‘non si hanno alternative’. E’ ora di smetterla di contrapporre consumatori e lavoratori. Movimento Consumatori esprime solidarietà ai dipendenti Ryanair e offre aiuto a tutti i consumatori danneggiati: costringiamo l’azienda a cambiare, non vogliamo risparmiare sulla pelle di qualcun altro!”

MC offre assistenza ai passeggeri verificando se Ryanair abbia o meno rispettato le regole imposte dal Regolamento e rappresentando alla compagnia le richieste di risarcimento, e lo fa anche mettendo a disposizione dei cittadini, il suo Sportello del Consumatore online, un’innovativa modalità di consulenza e assistenza ai consumatori comodamente fruibile online attraverso il sito **[www.sportello.movimentoconsumatori.it](http://www.sportello.movimentoconsumatori.it)**.

Si possono anche contattare **le sedi MC** o scrivere a **[sosturista@movimentoconsumatori.it](mailto:sosturista@movimentoconsumatori.it)**.

---

# We Like: un campus che ha avvicinato i giovani a scelte di consumo responsabile



Con un campus si è concluso il percorso dedicato alle scuole dell'iniziativa "We Like. Il consumo che ci piace", realizzata da Movimento Consumatori in collaborazione con NeXt Nuova Economia X Tutti.

Dall'8 al 10 settembre scorsi, presso l'Eco-Villaggio PantaRei di Passignano sul Trasimeno (Perugia), 29 studenti di 13 istituti superiori di tutta Italia – che hanno partecipato ai percorsi di educazione "We like" calandosi nei panni di giovani imprenditori con la simulazione di una start up sostenibile – sono diventati protagonisti di scelte di acquisto consapevoli, azioni di cittadinanza attiva, laboratori, e sono stati introdotti ai concetti di cosa vuol dire "fare associazione", di consumerismo, di consumo responsabile.

Questi sono stati solo alcuni dei temi trattati nelle giornate del campus dai tutor del Movimento Consumatori con i contributi di associazioni del Terzo settore.

Il campus è stato anche occasione per illustrare ai ragazzi il "Manifesto del consumatore socialmente responsabile", un decalogo realizzato da MC con la consulenza scientifica di NeXt, che ha la finalità di rendere consapevoli i cittadini della loro facoltà di incidere sul cambiamento dei modelli produttivi e economici, grazie alle loro scelte d'acquisto e che rappresenta il primo contributo di MC per il raggiungimento, entro il 2030, dei 17 obiettivi delineati dall'Agenda globale per lo sviluppo sostenibile approvata

dalle Nazioni Unite.

Nella tre giorni sono stati anche premiati i migliori progetti di start up sostenibili realizzati dagli studenti delle scuole partecipanti all'iniziativa. Domenica 10 settembre, il campus si è concluso con un CashMobEtico.

Hanno partecipato alcune aziende del territorio che hanno scelto di essere sostenibili e i ragazzi hanno raccontato attraverso foto e video le caratteristiche e i progetti di queste imprese virtuose.

“Riteniamo strategico puntare sulle nuove generazioni – afferma Alessandro Mostaccio, segretario generale MC – per accelerare un cambiamento che è già in corso, ma procede troppo lentamente. I giovani sono per definizione ancora ‘puri’ e sanno discernere, distinguere, ma bisogna aiutarli a finalizzare la loro sensibilità. Siamo convinti, quindi, che un’esperienza come questa, iniziata con percorsi educativi nelle scuole e che si è conclusa con il campus We like, renderà i ragazzi più consapevoli e più attenti nei loro acquisti, facendogli acquisire conoscenze e preziosi strumenti di valutazione in un’ottica partecipativa e comunitaria, dimostrando quanto la responsabilità sociale possa essere dirompente”.

“Avere una buona idea non basta – spiega Luca Raffaele, project manager di NeXt – e serve a pochissimi se non si ha contezza delle esperienze virtuose già esistenti. Il problema dei nostri tempi non riguarda l’offerta di prodotti o servizi sostenibili, ma la domanda dei cittadini, ancora poco informata e diffusa.

Il campus organizzato da Movimento Consumatori rappresenta un momento di formAzione agli studenti sul consumo responsabile e il loro ruolo di cittadini attivi e NeXt si è occupato di fornire gli strumenti operativi necessari per mappare, valutare e premiare le buone pratiche imprenditoriali, innovative e responsabili. Sono stati utilizzati strumenti

offline consolidati come il Cash Mob Etico e online come la nuova App “Voto col Portafoglio”, un trip advisor sociale in grado di far interagire giovani e imprese.

IL PROGRAMMA DEL CAMPUS “WE LIKE”

*Il progetto “We Like, il consumo che ci piace. Percorsi di partecipazione per scelte di consumo socialmente responsabile” è finanziato dal Ministero del lavoro e delle politiche sociali ai sensi della legge n. 383/2000, art. 12, comma 3, lett d) o f) – Linee di indirizzo annualità 2015.*

---

## Tutelare i piccoli azionisti delle Banche Venete e' un dovere costituzionale.



Movimento Consumatori ritiene inaccettabili le dichiarazioni rilasciate dal ministro Padoan secondo il quale non sono percorribili strumenti di tutela per i piccoli azionisti delle due popolari venete in

liquidazione in quanto *“chi compra azioni di una società – ha dichiarato il ministro in esito ad un’interrogazione di ieri sulle iniziative volte alla tutela dei risparmiatori danneggiati da situazioni di dissesto bancario – sia pure di una banca, assume un rischio elevato che contempla la possibilità di perdere interamente l’investimento”.*

**“La decisione del Governo di lasciare senza alcuna tutela gli azionisti” afferma Paolo Fiorio, coordinatore dell’Osservatorio e Risparmio MC – è inaccettabile per diverse**

ragioni:

1) molti degli azionisti hanno, infatti, originariamente acquistato obbligazioni convertibili che non presentano un livello di rischio distante dalle obbligazioni subordinate;

2) le banche popolari non erano quotate in borsa e le azioni 'illiquide' delle stesse non erano negoziabili, quindi anche 'a valle' degli acquisti sollecitati dalle filiali, nel corso dei quali le azioni sono state sempre presentate come titoli sicuri e (diversamente dal vero) 'vendibili', l'azionista non era in condizione di gestire il rischio in relazione alle notizie societarie;

3) la gran parte delle vendite delle azioni è avvenuta in palese violazione di ogni dovere di condotta degli intermediari, con la conseguenza che a nessuno dei piccoli azionisti è stato mai rappresentato il rischio affrontato;

4) l'esclusione dei debiti risarcitori e restitutori dal perimetro di cessione ad Intesa Sanpaolo è discriminatoria, irragionevole e contraria ai principi di uguaglianza, tutela del risparmio e del diritto di difesa di cui agli artt. 3, 24 e 47 Cost. In molti casi l'acquisto delle azioni è stato illegittimamente finanziato dalla banca con la conseguenza che gli azionisti rimarrebbero esposti al pagamento dei prestiti ricevuti nei confronti di Intesa Sanpaolo, non potendo eccepire in compensazione il danno derivante dall'illegittima vendita delle azioni da parte della banca;

5) l'intero decreto è palesemente irragionevole in quanto alle vittime di tali illeciti non è assicurato nemmeno un privilegio nella ripartizione degli attivi della liquidazione coatta amministrativa.

Riteniamo che il decreto sia ingiusto e che debba essere modificato in quanto pregiudica decine di migliaia di vittime di illeciti gravissimi che minano valori fondamentali, quali la tutela del risparmio sancita dall'art. 47 della

Costituzione. Le modalità di approvazione del decreto, sotto il ricatto del recesso di Intesa in caso di modifiche sostanziali, è una gravissima e inaccettabile ferita per la democrazia e la supremazia del Parlamento. Auspichiamo che il Senato modifichi il decreto e che comunque Intesa Sanpaolo si dichiari disponibile a iniziative di tutela dei piccoli azionisti, che rappresentano l'asset fondamentale dell'operazione. In caso contrario qualora non dovessero essere fornite concrete risposte agli ex azionisti delle due banche venete, questi non avrebbero altra strada che agire contro tutti i soggetti responsabili, richiedendo l'immediata restituzione di tutti i depositi e l'interruzione di ogni rapporto contrattuale, vista l'evidente e intollerabile ingiustizia imposta con il contratto di cessione da Intesa Sanpaolo".

"Padoan si dimetta subito – **dice Alessandro Mostaccio, segretario generale MC** – ha lasciato in stallo il dossier banche venete per più di un anno. È sua la responsabilità del vicolo cieco in cui ci troviamo".

---

## **Consumo responsabile: da MC, 10 per convincere i consumatori al cambiamento**



Nell'ambito del progetto "We Like, il consumo che ci piace", Movimento Consumatori ha realizzato il "Manifesto per il consumatore socialmente responsabile", con la consulenza

scientifica di NeXt Nuova Economia X Tutti, una rete di organizzazioni della società civile, di consumatori, di imprese e del Terzo Settore che promuove un'economia più sostenibile a livello locale e nazionale.

**Il Manifesto è un decalogo per rendere consapevoli i cittadini della loro facoltà di incidere sul cambiamento dei modelli produttivi ed economici, grazie alle loro scelte d'acquisto.**

Prima dell'elaborazione del Manifesto, per sondare il grado di consapevolezza dei consumatori, è stata realizzata **un'indagine su un campione di 1000 soggetti maggiorenni residenti in Italia**, da cui è emerso un dato estremamente interessante: i consumatori intervistati mostrano un tasso di attività piuttosto alto nella relazione diretta e indiretta con le aziende che vendono e/o commercializzano prodotti e servizi, così come nell'adesione e nella sottoscrizione di petizioni online. Sempre più persone, specialmente grazie ai social, aderiscono e rilanciano campagne e iniziative che, altrettanto velocemente però dimenticano e abbandonano. Ci troviamo di fronte a un contesto sociale, culturale ed emotivo fortemente rivendicativo, pronto a urlare nelle piazze fisiche e virtuali il proprio disappunto, ma che solo in pochi casi porta poi ad assumere posizioni che vengono mantenute nel tempo e che si trasformano in una concreta modifica dei comportamenti individuali.

L'obiettivo del Manifesto è quindi, attraverso la sua conoscenza, adesione e condivisione, quello di incanalare tutte queste spinte emozionali e questo interesse "spot", facendo in modo che non si esauriscano nell'arco di un "clic" o dopo aver risolto il proprio problema personale. Come ben espresso nel Manifesto, **le parole chiave sono partecipazione e mobilitazione dei cittadini**, ma costanti nel tempo. Solo così si può avere l'opportunità di cambiare realmente le dinamiche di acquisto che, da come è emerso dall'indagine effettuata, sono per quasi la metà degli intervistati dettate solo dalla

qualità del prodotto e dal suo prezzo.

“Essere consumatori socialmente responsabili non vuol dire essere intransigenti o moralisti – **spiega Alessandro Mostaccio, segretario generale MC** – né supereroi che rispettano tutte le ‘regole’. Basta intraprendere un percorso verso la strada della consapevolezza di quanto possano essere determinanti le nostre scelte quotidiane di consumo, per innescare il mutamento da una società dei consumi a una società dei consumatori; certo non è un percorso facile e per portare risultati richiede una partecipazione ‘a lungo termine’, ma oggi siamo convinti che un concreto cambiamento sia più possibile rispetto al passato”.

“Con questo documento NeXt vuole costruire un linguaggio comune sul consumo responsabile, aggiornando ad una versione 2.0 la tradizionale concezione del boicottaggio, spostando dalla sola contestazione e scelta di prodotti e servizi a più basso costo alla scelta premiale di imprese che generano benefici tangibili per le persone e l’ambiente. Il voto col portafoglio che traduce questo cambiamento testimonia non solo una scelta etica ma una convenienza per tutti – **spiega Luca Raffaele, project manager dell’associazione nazionale** – Abbiamo supportato con forza l’azione di sensibilizzazione di Movimento Consumatori attraverso un aggiornamento della tutela ex-ante del cittadino-consumatore, complementare alla tutela dei reclami, che stimoli un dialogo costruttivo tra consumatori consapevoli e imprese responsabili, mettendo a disposizione l’elaborazione culturale dei nostri opinion leader e ultimo strumenti e i risultati delle esperienze dirette realizzate nei territori grazie alle mobilitazioni dal basso organizzate delle nostre reti locali”.

Il Manifesto è il primo contributo di Movimento Consumatori per il raggiungimento, entro il 2030, dei 17 obiettivi delineati dall’**Agenda globale per lo sviluppo sostenibile** approvata dalle Nazioni Unite. Uno di questi è proprio quello di garantire modelli di produzione e di consumo

sostenibili.

---

# Progetto Johnny: indagine su sharing mobility

**Attenzione a franchigie e penali e a clausole vessatorie nei contratti.**



Dopo quattro indagini sull'e-commerce, sempre nell'ambito del progetto Johnny, MC ha realizzato un'analisi su 20 piattaforme che operano nella sharing mobility: 9 nel "car sharing" o "car rental" (noleggio metropolitano) e 11 nel "car pooling" (utilizzo di una sola automobile da parte di un gruppo di persone che compiono abitualmente lo stesso tragitto). E' emerso innanzitutto che non tutte le esperienze analizzate possono essere definite come espressioni di "sharing economy": si stanno, infatti, sviluppando soprattutto forme di business che nulla hanno a che vedere con finalità di condivisione o di consumo consapevole. Puntualizzato questo, abbiamo identificato modelli con alcuni comuni denominatori:

- uso di piattaforme Internet e/o di applicazioni da scaricare e utilizzare tramite smartphone;

– uso di auto altrui, invece della propria o del trasporto pubblico.

Nella nostra ricerca abbiamo distinto alcune esperienze fondate su una gestione pubblica da altre private, più recenti e che – soprattutto grazie alle nuove tecnologie e a forti investimenti di multinazionali che operano nel settore – si stanno diffondendo nelle maggiori città italiane.

Dall'indagine è emerso che il car sharing di matrice pubblica fatica a reggere oggi la concorrenza dei privati. Tuttavia i vantaggi alla collettività dalla diffusione del car sharing privato ci sono in termini di beneficio ambientale e anche per il pagamento alle casse comunali da parte degli operatori privati di un contributo annuale.

Nell'analisi del car rental ci siamo soffermati su alcuni aspetti specifici con un occhio di riguardo alle conseguenze che si possono verificare in caso di incidente. Nelle **condizioni generali di contratto** abbiamo visto quali possono essere le criticità connesse all'utilizzo delle auto a noleggio in ambito cittadino, per quanto riguarda **l'applicazione di franchigie e penali** all'utente, quando responsabile del sinistro.

Dalla lettura è emerso che in caso di incidente con responsabilità del conducente del veicolo a noleggio le conseguenze per lo stesso possono assumere una certa rilevanza economica (con dubbi di legittimità sull'applicazione di alcune clausole).

Posto che tutti i gestori chiedono all'utente in caso di sinistro di contattare il proprio *call center* e nella maggior parte dei casi di chiedere l'intervento delle forze dell'ordine, nell'analisi delle condizioni di contratto ha attirato la nostra attenzione l'esistenza di una clausola – contenuta nel primo gestore a livello italiano (Car2go) che afferma che in caso di incidente il cliente non potrà

riconoscere la propria responsabilità o rilasciare dichiarazioni di responsabilità. Qualora il cliente rilasci tali dichiarazioni si applicheranno esclusivamente a lui. Ci siamo chiesti come l'esistenza di questa clausola possa conciliarsi con la **procedura CID** e quali possano essere gli effetti della sua applicazione. Tale previsione sembra **di dubbia liceità** (anche se un monito a possibili frodatori) o **quanto meno poco trasparente**. A nostro avviso non può non determinare delle problematiche in caso di sinistri: conseguenze di un certo peso ai danni del cliente, ma anche un danno per il proprietario del mezzo danneggiato o di colui che abbia subito lesioni. Si evidenzia inoltre che nelle condizioni di contratto è previsto che, in caso di mancata restituzione del modulo CID a Car2go (ma senza dichiarazioni di responsabilità?) entro sette giorni, *“l'assicurazione non potrà liquidare i danni dell'incidente e in tal caso car2go si riserva il diritto di addebitare al cliente tutti i danni derivanti dall'incidente a persone, oggetti e veicoli”*. Tale clausola pone dubbi di liceità in particolare con riferimento a quanto previsto dall'art. 33 c. 2° lett. t), in quanto è volta a sancire a carico del consumatore limitazioni alla facoltà di opporre eccezioni, limitazioni all'adduzione di prove, inversioni o modificazioni dell'onere della prova.

Per quanto concerne l'applicazione di franchigie e penali da parte delle piattaforme analizzate sono stati rilevati importi anche rilevanti (da un minimo di 150 a un massimo di 1.500 euro) in caso di incidente con torto parziale o totale dell'utente. Il consiglio è quindi quello di un'attenta lettura da parte dei consumatori delle condizioni generali di contratto.

Per quanto riguarda i costi di noleggio per 1 ora si va da un minimo di 2,50 ad un massimo di 17,52 euro, ma questi dati devono essere analizzati alla luce di tutte le varianti dei servizi offerti (si veda l'infografica pubblicata sulla landing page [www.movimentoconsumatori.it/progettojohnny](http://www.movimentoconsumatori.it/progettojohnny)).

Anche in questo caso, deve essere cura dell'utente fare attenzione a tutte le specifiche relative ai costi: se è previsto un pagamento di iscrizione o di un canone, se nella tariffa è compreso il costo per chilometro percorso, etc.

In merito al *car pooling*, le piattaforme analizzate, sulla base di quanto dalle stesse pubblicizzato, dovrebbero promuovere una reale e effettiva forma di *sharing economy*, come condivisione del mezzo privato, senza finalità di lucro, con risparmi a favore sia del trasportato sia del conducente e benefici ambientali. Laddove il servizio si limiti a mettere in contatto chi offre e chi richiede, attraverso una sorta di "bacheca virtuale", è difficilmente ipotizzabile una responsabilità della piattaforma, sia per quanto riguarda inadempimenti del "driver" o "prosumer" sia in caso di incidente. Tale neutralità però deve essere esclusa nel caso in cui il gestore svolga un ruolo attivo, atto a conferirgli una **conoscenza** o un **controllo dei dati**. A nostro avviso proprio l'elemento della neutralità distingue i modelli propriamente di "*ride sharing*" da altre forme talvolta definite di "*car pooling*" nelle quali tale elemento viene meno, dal momento che il servizio reso dal privato "prosumer" è **di fatto controllato dal gestore della piattaforma** che, conseguentemente, potrebbe essere ritenuto responsabile sia in caso di inadempimenti sia di sinistri.

I risultati integrali dell'indagine e le infografiche sono pubblicati su [www.movimentoconsumatori.it/progettojohnny](http://www.movimentoconsumatori.it/progettojohnny) nella sezione "Sharing economy".