

# Audizione sulla Class Action al Senato



La Class Action in Italia e' un vero fallimento e questo è testimoniato dallo scarso numero di class action che ha superato la fase di ammissibilità.

**Le Associazioni chiedono l'urgente approvazione del Disegno di Legge bloccato da due anni e approvato all'unanimità dalla camera. Basta con i veti dei poteri forti e delle Lobby.**

Si è svolta ieri l'audizione delle associazioni dei consumatori avanti alla commissione seconda e decima del Senato sul testo che riformerebbe l'azione di classe.

Queste, in sintesi, sono le richieste presentate da Codici, Federconsumatori e Movimento Consumatori alla luce del fallimento dell'attuale normativa contenuta nel codice del consumo all'art. 140 bis.

Innanzitutto e' incomprensibile la frenata che questo testo di riforma uscito dalla Camera all'unanimità ha trovato in Senato.

Le associazioni dei consumatori ribadiscono che il nuovo disegno di legge faciliterebbe di molto l'accesso alla giustizia ai danneggiati riducendo il carico giudiziario relativo ai piccoli illeciti, ampliando dunque la possibilità per i cittadini di veder tutelate le loro ragioni, riequilibrando i rapporti di forza tra le parti e garantendo

una concorrenza ed un libero mercato nel rispetto delle norme.

Per questi motivi le associazioni chiedono al Senato di far passare al più presto questo testo di legge senza subire le ingiustificate pressioni delle lobby. Sarebbe dunque la prima vera conquista per i consumatori e le imprese virtuose a fronte degli innumerevoli soprusi e scandali che leggiamo tutti i giorni.

[Clicca qui per leggere il documento depositato in Senato](#)

---

## Contraffazione. “Io sono originale” arriva nelle isole

Il road show **Io Sono Originale** arriva anche in Sicilia e in Sardegna con le ultime tappe del tour estivo contro la contraffazione. Si inizia domani 6 luglio a Catania, il 7 luglio sarà la



volta di Siracusa e l'8 di Palermo. A partire dal 9 il tour si sposterà nell'isola sarda con una tappa a Cagliari, ci sarà poi un evento il 10 ad Oristano per chiudere l'11 di nuovo a Cagliari.

Ogni tappa prevede l'allestimento di spazi espositivi in cui gli operatori offriranno informazioni e materiali sulla lotta alla contraffazione e il pubblico potrà assistere a un divertente spettacolo teatrale e ricevere in omaggio gadget “Io Sono Originale”.

Tutte le informazioni sono presenti sulle pagine social “Io

Sono Originale” e nelle pagine dedicate all’iniziativa sui siti delle associazioni e del Ministero dello Sviluppo economico – Direzione generale per la lotta alla contraffazione – UIBM.

“Io Sono Originale” è un’iniziativa finanziata dal Ministero dello Sviluppo economico – Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione – UIBM e realizzata dalle associazioni dei consumatori\*, che mette in campo attività di informazione e di sensibilizzazione per i cittadini sulla contraffazione e sulla tutela della proprietà industriale.

*\*Adiconsum, Adoc, Adusbef, Assoconsum, Assoutenti, Cittadinanzattiva, Casa del Consumatore, Codacons, Codici, Confconsumatori, Federconsumatori, Movimento Difesa del Cittadino, Movimento Consumatori, Unione Nazionale Consumatori, Udicon, Associazione Utenti Servizi Radiotelevisivi.*

Seguici su <https://www.facebook.com/iosonoriginale>

---

## **Glifosato. Firma anche tu per vietarne l'uso in Europa!**



Anche MC sostiene l’Iniziativa dei **Cittadini Europei (ICE)** con cui si chiede alla Commissione Europea di vietare l’uso del glifosato non rinnovando la sua autorizzazione alla messa in commercio che ha come scadenza

il 31 dicembre 2017. L’obiettivo è di raccogliere 1 milione di firme entro il 25 gennaio 2018 in almeno 7 Stati membri

dell'Ue. Il quorum per l'Italia è di 54 mila, ma considerando la possibilità che altri Stati non raggiungano il loro quorum, si punta alle 100 mila firme.

Il glifosato è l'erbicida più usato al mondo ed è stato definito "probabilmente cancerogeno per gli esseri umani" sia dall'Agenzia internazionale per la ricerca sul cancro che dall'Organizzazione Mondiale della Sanità. In quasi tutti i prodotti agricoli e nelle acque di falda sono presenti tracce di glifosato, che entrano nella catena alimentare dei consumatori di tutto il continente.

L'Efsa (Agenzia europea per la sicurezza alimentare), nel novembre del 2015 ha sostenuto che è "improbabile" che il glifosato possa "costituire un rischio cancerogeno per gli esseri umani", basando la sua decisione su sei studi finanziati dalle aziende coinvolte nella produzione dell'erbicida, alcuni dei quali non pubblicati su riviste scientifiche. L'autorizzazione all'uso di questa molecola in Europa è stata rinnovata fino alla fine del 2017. Alle autorità europee è stato inviato un documento firmato da 96 scienziati di tutto il mondo, tra cui venti italiani, che chiedono di ignorare il parere dell'Efsa, perché è il risultato di una procedura non aperta e trasparente.

L'Italia ha messo alcune restrizioni all'uso del diserbante, ma per ora non sembra essere intenzionata a bandirlo definitivamente. In Europa, per quanto riguarda le decisioni politiche ed economiche sulla gestione delle questioni scientificamente controverse per la salute dei cittadini e per l'impatto sull'ambiente, dovrebbe valere il principio di precauzione, quindi bisognerebbe vietare e non autorizzare.

"MC sostiene l'iniziativa dell'ICE, perché al netto delle ulteriori evidenze scientifiche che la ricerca ci consegnerà – **afferma Alessandro Mostaccio, segretario generale MC** – e di cui dovremo tener conto, ad oggi il 'barometro' è fermo su

'tendenzialmente cancerogeno' e il problema principale è che tale diserbante/essiccante è talmente diffuso nelle acque e nei cibi, che è quasi impossibile misurare quale sia l'effettivo accumulo nel nostro organismo. Quindi, visto che i cittadini non dovrebbero essere utilizzati come cavie in attesa di prove schiaccianti sulla pericolosità del diserbante, aderiamo all'ICE chiedendo con forza, anche in questo caso, il **rispetto del principio generale di precauzione**, secondo il quale, in caso di incertezza e pareri discordanti, come nel caso del glifosato, una sostanza sia commercializzata solo se viene accertata la sua non pericolosità per la salute dell'uomo e non il contrario. Prova che oggi non è stata fornita. Questa campagna è coerente con la visione del Movimento Consumatori di un modello agricolo che difenda e promuova la diversità biologica, la qualità e la protezione del suolo e delle risorse. Per lo stesso motivo MC è impegnato nella Task force italiana No Ogm, e lotta per preservare il nostro patrimonio agricolo, difendendolo da trattati come il TTIP e il CETA che sacrificano sull'altare dei profitti delle multinazionali la qualità della vita, dell'ambiente, del lavoro, della salute delle persone.

**Cosa è un ICE e il contesto dell'ICE contro il Glifosato**

**Testo ICE depositato alla Commissione Europea (traduzione ufficiale)**

**Kit della campagna da scaricare, per facilitare la comunicazione e raccogliere le firme!**

**FIRMA ANCHE TU!**

---

# Manifesto We Like



Nell'ambito del progetto "We Like, il consumo che ci piace", MC ha realizzato il "Manifesto del consumatore socialmente responsabile" un decalogo per sensibilizzare i cittadini a diventare

consapevoli del potere che possono esercitare grazie alle loro scelte d'acquisto.

Lo spirito è quello di essere inclusivi, positivi e anche ironici, ben consapevoli delle difficoltà quotidiane nell'essere responsabile, anzi vuole essere uno strumento dove ogni consumatore può individuare almeno un singolo aspetto che gli corrisponda e che possa innescare una processo di identificazione. Il Manifesto non ha assolutamente la pretesa di inventare niente, ma di sistematizzare informazioni, consigli che spesso vedono il consumatore come destinatario finale.

Acquisire consapevolezza sul proprio potere può contribuire ad accelerare i tempi del mutamento **dalla società dei consumi alla società dei consumatori**, nella quale, questi ultimi, se consapevoli e ben rappresentati, possono indirizzare tramite le proprie scelte i modelli produttivi o, ancor di più, i modelli economici. Il consumatore prima di acquistare può raccogliere informazioni sulle storie che i beni prodotti o i servizi erogati si portano dietro, può con le sue decisioni di acquisto contribuire a costruire l'offerta di quei beni e servizi.

**Il consumatore può scegliere quale modello economico sostenere tramite una rinnovata presa di coscienza e un'assunzione di responsabilità nei confronti della collettività. Diventa esso stesso agente di cambiamento con un approccio inclusivo e non**

**di contrasto.**

Le associazioni dei consumatori sono chiamate ad un salto di qualità, rappresentando istanze di consumatori sempre più informati ed esigenti, organizzando forme di mobilitazione come campagne di boicottaggio nei confronti delle aziende che violano diritti fondamentali o campagne in grado di premiare aziende sostenibili, facilitando l'aggregazione della domanda dei singoli nell'acquistare anche con un approccio etico.

**L'introduzione nelle scelte di consumo di motivazioni di carattere altruistico che rinviano ad un interesse pubblico o motivazioni di carattere etico attribuiscono al consumo un carattere politico, quindi far diventare i consumatori per l'economia quello che gli elettori sono per la politica, ovvero attori responsabili, può essere un obiettivo ambizioso.**

Lo scenario all'interno del quale si inserisce il Manifesto è anche quello delineato dall'Agenda Globale per lo sviluppo sostenibile approvata dalle Nazioni Unite e i relativi 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile articolati in 169 Target da raggiungere entro il 2030. Il Goal 12 è "Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo".

*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.*

## **IL DECALOGO**

**1. Il consumatore socialmente responsabile** vive con spirito critico e curioso il suo tempo, avendo poche certezze che mette in discussione per rivedere i propri parametri a seconda dell'evoluzione del contesto sociale, politico ed economico. Cerca di interpretare la propria scelta di consumo, non solo come una mera transazione economica, ma come un "atto morale". Effettua la propria scelta di consumo non subendo i dettami di

mode esterne, non in maniera compulsiva o compensativa. La scelta nasce da bisogni personali, talvolta anche edonistici. Attribuisce un giusto e misurato valore al possesso di oggetti, non realizzandosi attraverso l'atto consumistico. Si interroga sull'uso dei propri risparmi e sulle ricadute non economiche delle azioni economiche.

### ***Considera la consapevolezza un valore***

**Azione:** *Consulta articoli di approfondimento e biblioteche telematiche ( es: " I Libri del Consumo Consapevole" della Biblioteca della Regione Piemonte).*

**2. Il consumatore socialmente responsabile** si accerta che i beni e i prodotti acquistati non provengano da filiere produttive illegali per non alimentare mercati illeciti. Consulta banche dati pubbliche per acquisire informazioni. Evita o modera l'acquisto di prodotti che si possono considerare "a rischio" ( es: gratta e vinci, alcool, tabacco), in quanto l'uso smodato comporta non solo ricadute sul singolo ma genera costi sociali rilevanti la collettività.

### ***Considera la legalità un valore***

**Azione:** *Consulta banche dati come Iperico*

**3. Il consumatore socialmente responsabile** è attento alle condizioni di lavoro nelle aziende. Effettua le proprie scelte di consumo anche dopo aver acquisito informazioni attraverso i media o la propria comunità locale su eventuali vertenze sindacali, condizioni di lavoro, discriminazioni etniche, religiose o di genere. Si preoccupa che la qualità o il costo del bene acquistato o del servizio erogato non venga garantito a svantaggio delle condizioni dei lavoratori e non contribuisca a creare disuguaglianze sociali.

## ***Considera la dignità del lavoro un valore***

***Azione:*** *Consulta banche dati internazionali sulle vertenze sindacali*

**4. Il consumatore socialmente responsabile** presta attenzione all'impatto ambientale durante tutto il ciclo di vita dei beni o servizi che intende acquistare. Si attiva quotidianamente per risparmiare acqua, energia, altre risorse naturali riducendo gli sprechi. Predilige prodotti confezionati con imballaggi riutilizzabili e certificati sulle prestazioni ambientali. È attento alla presenza di sostanze presenti nei prodotti che possano generare un danno all'ambiente. Adotta comportamenti virtuosi nello smaltimento dei rifiuti, così come è attento agli spostamenti quotidiani cercando di limitare le emissioni di CO<sub>2</sub>. Programma i propri consumi alimentari prestando attenzione all'origine dei prodotti e alla distanza tra luogo di produzione e consumo. Conserva correttamente gli alimenti per non sprecarli.

## ***Considera la salvaguardia del pianeta un valore***

***Azione:*** *Si informa sugli Obiettivi dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile*

**5. Il consumatore socialmente responsabile** reclama e diffonde la cultura del reclamo, esigendo il proprio diritto all'indennizzo o al risarcimento in caso di disservizio o di acquisto di un bene difettoso. Laddove la normativa lo prevede, si attiva per aderire e promuovere azioni di tutela collettiva. Utilizza ed esercita il diritto di recesso nei suoi acquisti, per tutelarsi da truffe o per motivazioni personali. Tutela i propri dati personali per far sì che non vengano utilizzati come contro-prestazione economica o in altre modalità poco trasparenti.

## ***Considera la tutela dei propri diritti un valore***

### ***Azione: Reclama***

Il **consumatore socialmente responsabile** raccoglie tutte le informazioni disponibili, valuta le varie alternative in modo da effettuare una scelta ottimale. Legge attentamente le informazioni presenti nelle etichette dei prodotti per conoscere sia le caratteristiche degli stessi sia per valutare l'effettivo bisogno e/o impatto dell'utilizzo del prodotto, così come le informative pre-contrattuali e le condizioni contrattuali dei servizi.

Vive la presenza nella "Rete" in maniera intelligente , utilizzandola come strumento di ricerca con responsabilità, comparando le informazioni su siti differenti. Si fa sostenere dalle associazioni presenti nel territorio e da eventuali strumenti di certificazione istituzionali.

## ***Considera l'informazione un valore***

**Azione:** *Acquisisce le informazioni tramite la consultazione dei siti internet istituzionali: es. Ministero Sviluppo economico o Ministero dell'Ambiente*

**7.** Il **consumatore socialmente responsabile** recensisce e condivide informazioni dopo aver acquistato un prodotto o usufruito di un servizio, consapevole che il proprio commento possa influenzare sia altri consumatori che essere da stimolo per l'azienda. Condivide conoscenze e competenze ed utilizza le opportunità delle nuove tecnologie per diffondere informazioni, anche tramite social network.

## ***Considera la condivisione un valore***

**Azione:** *Utilizza i social network in maniera responsabile e costruttiva*

**8. Il consumatore socialmente responsabile** partecipa a campagne in difesa dei lavoratori e dell'ambiente o a campagne di boicottaggio verso aziende che palesano comportamenti illegali e/o scorretti. Partecipa a mobilitazioni sul consumo responsabile realizzando iniziative di acquisto collettivo in favore delle imprese sostenibili. Partecipa come singolo cittadino a consultazioni previste dalle istituzioni ed a seminari di formazione. Firma petizioni online, dopo aver approfondito i contenuti.

***Considera la mobilitazione un valore.***

***Azione:*** Partecipa alle consultazioni rivolte ai singoli cittadini promosse da istituzioni italiane o comunitarie

**9. Il consumatore socialmente responsabile** partecipa con le proprie azioni al cambiamento.

Promuove battaglie politiche sulla difesa il principio del pluralismo informativo e della neutralità della rete, anche per superare la solitudine dell'atto di consumo e costruire "comunità di consumatori" promuovendo petizioni e mobilitazioni. Partecipa a reti o associazioni per conoscenza dei diritti fondamentali del consumatore disciplinati nel Codice del Consumo e si adopera per rafforzare l'applicazione delle norme esistenti.

Si iscrive ad un'associazione dei consumatori e partecipa alla vita democratica.

***Considera "associarsi" un valore***

***Azione:*** Si informa e si iscrive ad una delle 20 associazioni dei consumatori riconosciuta dal Consiglio Nazionale Consumatori ed Utenti.

**10. Il consumatore socialmente responsabile** è consapevole dei propri limiti, non è un super-eroe, ma è capace di sorridere dei propri errori e delle proprie contraddizioni.

*Considera l'ironia un valore*

*Azione: Scrive la propria esperienza sulla pagina Facebook del progetto We Like del Movimento Consumatori.*

**IL MANIFESTO IN VERSIONE INTEGRALE**

**INDAGINE "IL CONSUMATORE E LE SUE SCELTE"**

---

**Sanzione a Veneto Banca per  
pratiche commerciali  
scorrette.**



**L'Antitrust ha sanzionato Veneto  
Banca per un ammontare complessivo**

# **di 5 milioni di euro, per aver posto in essere due pratiche commerciali scorrette.**

In particolare, **la Banca ha condizionato l'erogazione di mutui all'acquisto di proprie azioni e ha indotto i consumatori che richiedevano un mutuo ad aprire un conto corrente presso la Banca.**

I comportamenti messi in atto dalla Banca, avevano lo scopo di realizzare la propria ricapitalizzazione, avvenuta a partire dal secondo semestre 2012 e pieno sviluppo negli anni 2013 e 2014, facendo prevalere i propri interessi di patrimonializzazione su quelli della stessa clientela.

Nel caso dei **"mutui soci"** riservati ai soci, i consumatori, per ottenerli, sono stati condizionati ad acquistare un numero di azioni superiore a quello normalmente necessario per diventare soci e a non venderle per determinati periodi, al fine di non perdere le condizioni economiche previste per il mutuo. Tra l'altro, i vantaggi che sarebbero dovuti derivare da questi **"mutui soci"** sono stati, di fatto, completamente annullati dai costi connessi alle azioni acquistate.

Inoltre, quando il consumatore sottoscriveva un mutuo, veniva anche indotto ad **aprire un conto corrente** con la scusa della necessità di detenere un rapporto di conto corrente collegato al mutuo.

L'Antitrust ha rilevato che **queste condotte limitano considerevolmente la libertà di scelta dei consumatori** in relazione ai prodotti di mutuo. L'indebito condizionamento connesso alla prospettiva di poter ottenere il mutuo a condizioni particolarmente favorevoli solo sottoscrivendo azioni della Banca appare infatti qualificabile come comportamento idoneo a fare assumere una decisione commerciale

che il consumatore non avrebbe altrimenti preso.

Nel caso dei “mutui soci”, “tale indebito condizionamento si è realizzato, in particolare, con la necessaria sottoscrizione da parte dei consumatori dei pacchetti minimi di azioni previsti al fine di poter accedere a questi prodotti di mutuo riservati ai soci, titoli peraltro difficilmente negoziabili e liquidabili, stante la natura di società non quotata della Banca, e che nel corso del finanziamento non potevano essere disinvestiti, per determinati periodi, pena la perdita delle condizioni economiche previste. Inoltre, Veneto Banca, approfittando della propria posizione contrattuale, ha obbligato i consumatori istanti di mutui anche all’apertura di un conto corrente collegato al mutuo presso la stessa, ponendo in essere una pratica legante mutui-conti correnti vietata dal Codice del Consumo”.

Testo completo della sanzione dell’Antitrust

fonte: AGCM

---

## **Blocco degli stipendi: MC avvia azioni di risarcimento.**



Dopo le azioni di tutela a favore dei pensionati, Movimento Consumatori scende in campo per tutelare i dipendenti statali.

**I dipendenti pubblici da gennaio 2010 a dicembre 2016, per sette anni consecutivi, non hanno avuto nessun adeguamento**

**stipendiale rispetto all'aumento del costo della vita.**

La Corte Costituzionale, nel 2015, ha sancito l'illegittimità di questo blocco con una sentenza: la n. 178 del 24 giugno 2015. Pertanto **ogni ricorrente può richiedere giudizialmente il risarcimento e l'indennizzo per aver patito il blocco dichiarato incostituzionale.** Si tratta di somme tra gli 8 mila ed i 13 mila euro per ogni ricorrente.

L'iniziativa intende tutelare milioni di dipendenti pubblici che nonostante la sentenza della Corte Costituzionale ancora non vedono riconosciuti i propri diritti. La sentenza ha infatti aperto la possibilità di richiedere giudizialmente un indennizzo per il lavoratore per i danni del mancato rinnovo del contratto.

## **CHI PUÒ ADERIRE?**

<p><input type="checkbox"/> <b>TUTTI I DIPENDENTI PUBBLICI</b> da gennaio 2010 al dicembre 2016 non hanno avuto nessun adeguamento stipendiale rispetto all'aumento del costo della vita</p>	<p><input type="checkbox"/> <b>OGNI CITTADINO</b> che nel periodo interessato dal blocco ha prestato attività lavorativa per lo Stato e quindi ha patito un danno dal mancato incremento della propria retribuzione base</p>
--	--

*N.B.: per verificare la sussistenza della legittimazione attiva occorre essere (o essere stati) dipendenti pubblici nel periodo interessato dal blocco della contrattazione collettiva disposto nel 2009 e dichiarato illegittimo dalla Corte costituzionale nel 2015*

## **COME ADERIRE**

Se risiedete in Lombardia potete contattarci al numero **02.80583136** o scrivere a [lombardia@movimentoconsumatori.it](mailto:lombardia@movimentoconsumatori.it)

potete compilare questo modulo per essere ricontattati