

EDITORIALE

Settanta per cento di tutti i nostri crucci...

Il settanta per cento di tutti i nostri crucci è dato da preoccupazioni legate al denaro, ci dicono diversi esperti degli USA. Stando agli stessi ricercatori, veniamo a sapere che molti sono convinti di potersi liberare in un attimo di tali problemi se solo il loro reddito potesse aumentare del dieci per cento. Un convincimento errato, se si pensa come la maggioranza dei consumatori attraversa difficoltà legate non tanto alla insufficiente disponibilità di denaro, quanto piuttosto al fatto che non si sa come investire e spendere correttamente le proprie disponibilità finanziarie.

Dal canto nostro, non possiamo sollevare i consumatori da questi loro crucci, né togliere loro il peso delle decisioni da adottare. Qualcosa però possiamo farlo: raccogliere ed offrire consigli, esperienze, suggerimenti, conoscenze utili a ridimensionare queste preoccupazioni. Questa guida raccoglie tutto ciò che il Centro Tutela Consumatori può offrire in tale ambito. L'abbiamo elaborata per reagire alle esigenze che i consumatori ci hanno presentato circa un'informazione ben curata, comprensibile ed attuale sulle tematiche del denaro, della gestione familiare e del risparmio intelligente.

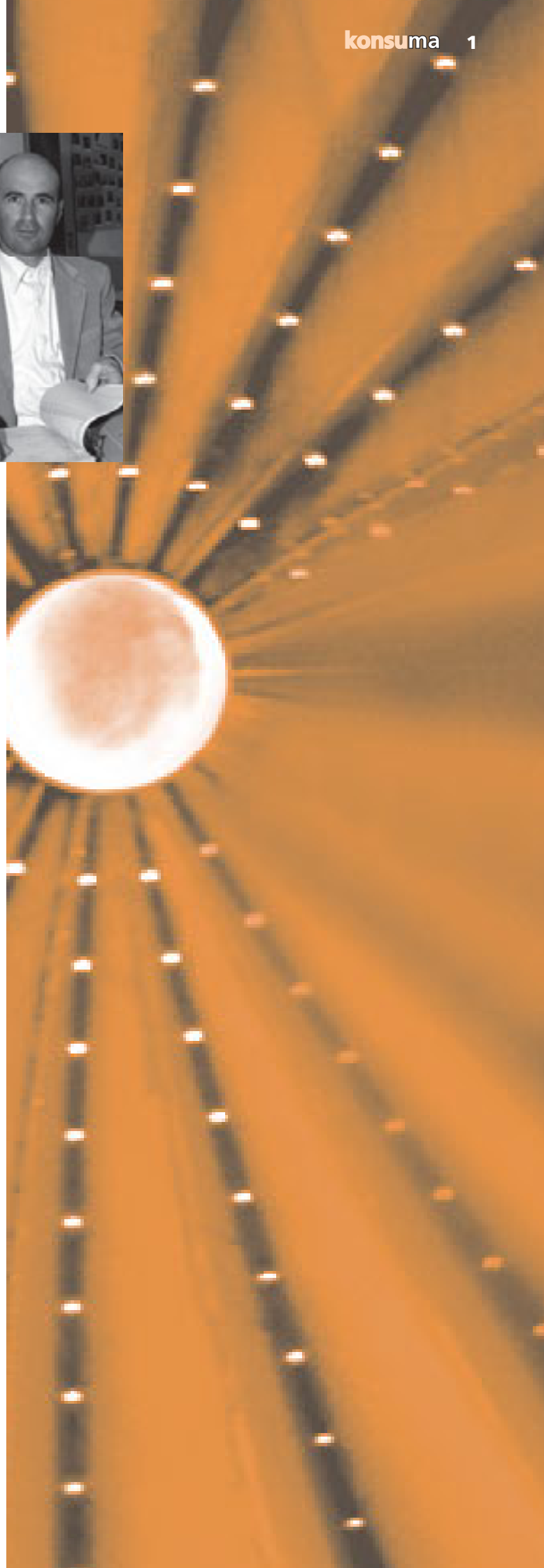
Per rispondere a tutte queste aspettative, anche il Centro Tutela Consumatori desidera ed è tenuto a conoscere quali sono in concreto le necessità dei consumatori della provincia di Bolzano, e anche quali sono i sassolini che danno fastidio nelle scarpe. Un "sassolino" è attualmente la discussione aperta sulla realizzazione di un centro commerciale nella nostra provincia. Per poter rappresentare adeguatamente gli interessi dei consumatori abbiamo dato incarico di condurre un'indagine tra la popolazione. I risultati sono stati in parte sorprendenti. Il 38% delle opinioni raccolte conferma come si vada volentieri fuori provincia a "fare spese", sia per approfittare di consulenza competente e alto livello di servizio, sia per non avere problemi di parcheggio, poter scegliere tra molte marche ed acquistare in un'unica occasione tutto ciò che serve.

Che la provincia di Bolzano sia particolarmente attraente per farvi le compere lo pensa solo l'8% degli intervistati. Nel complesso, due terzi condividono una certa necessità di insediare sul nostro territorio un grande centro commerciale. Quello che si chiede va però meno nella direzione di un elegante factory outlet village, ricco di negozi di moda e prodotti di bellezza, quanto piuttosto verso un agglomerato di negozi di discount situato in posizione facilmente raggiungibile col mezzo privato e specializzato in prodotti e tecnologie dell'elettronica di consumo, articoli sportivi e abbigliamento a prezzi convenienti.

Il centro commerciale, prima o poi, arriverà. Alla spesa intelligente e alla gestione oculata delle nostre finanze dovrà provvedere però anche in futuro ognuno di noi. Perciò questa guida è quanto mai attuale ...

Walther Andreaus

direttore del Centro Tutela Consumatori Utenti





1.1 DOVE REPERIRE INFORMAZIONI

I test comparativi fanno chiarezza

Acquistare semplicemente ciò che la pubblicità propone? Un vero aiuto per orientare le nostre scelte nella giungla dell'offerta possiamo trovarlo solo dove l'informazione è indipendente e senza secondi fini, dove non ci si ferma ad una visione superficiale dei prodotti, siano essi di marca o sconosciuti. E senza dimenticare di valutare le possibili alternative esistenti.

Per alcuni, occuparsi di fare acquisti è un piacere; per altri, una scomoda necessità. Una volta al supermercato, riecheggiano nell'inconscio i suggerimenti dell'industria pubblicitaria, e non di rado il carrello della spesa si riempie a dismisura. Alcuni consumatori vogliono però sapere esattamente **cosa si portano a casa e per cosa** lasciano il loro denaro in negozio. Un **atteggiamento critico** è quanto mai auspicabile, se solo pensiamo che ogni acquisto significa anche un sostegno della relativa ditta produttrice e della sua politica.

Che si tratti di prodotti high tech o di generi di consumo quotidiani, di mobili, abbigliamento o cosmetici – sempre e comunque dovremmo interrogarci se la nostra decisione di acquisto sia condizionata dalle pressioni esterne del consumismo e dalle strategie pubblicitarie, o se piuttosto sia il frutto delle nostre valutazioni orientate alle reali necessità. In fondo, ad ogni acquisto ci accolliamo una responsabilità riguardo:

- alla reale necessità di un determinato prodotto,
- alle implicazioni indotte sulla nostra salute,
- alla sua compatibilità con l'ambiente naturale,
- al rispetto delle esigenze di ordine sociale, nonché
- a quanto il prezzo di vendita sia giusto e conveniente per le nostre tasche.

In caso di dubbio, un "no" deciso costituisce spesso la variante non solo più economica, ma anche la soluzione ideale dal punto di vista ecologico!

Trasparenza assicurata da informazioni indipendenti

Attraverso banche dati in internet e raccolte di informazioni sui prodotti, riviste dedicate a test comparativi, guide per i consumatori esiste ormai da diversi anni la possibilità di orientare adeguatamente le proprie scelte sia in occasione di acquisti importanti, sia quando si tratti di valutare con attenzione anche piccole spese, acquisendo chiarezza sul rapporto prezzo/prestazioni e sugli standard qualitativi. La raccolta di link che riportiamo a pagina 47 di questo numero di konsuma intende essere un aiuto

nella ricerca delle fonti di informazione più opportune. Una miniera di elementi di valutazione dei prodotti si trova solitamente nei test comparativi e nelle relative schede accompagnatorie. Giudizi autorevoli provengono senz'altro da chi per lunga tradizione si dedica alla materia, come gli esperti della Stiftung Warentest in Germania. Esistono ormai numerose organizzazioni che sostengono il consumo critico e che confidano sulla forza dei consumatori e sull'importanza di offrire loro elementi di orientamento attraverso svariate pubblicazioni.

Le più note in Italia sono il mensile **"Altroconsumo"**, facente capo all'omonima associazione di consumatori, forte di oltre 300.000 soci, nonché il settimanale **"Il Salvagente"**, entrambi organi di informazione indipendenti senza finalità di lucro. "Altroconsumo" è noto soprattutto per i test di laboratorio condotti su prodotti di uso quotidiano acquistati anonimamente. I controlli incentrati sulla qualità e l'analisi prezzo/prestazioni condotti su tali prodotti hanno portato più di un produttore italiano a rivedere la propria politica, e naturalmente hanno indotto nei consumatori scelte più oculate negli acquisti e nella valutazione dei servizi. Altroconsumo è membro di "International Testing" e può contare su preziose collaborazioni in ambito europeo. Le pagine internet dell'Associazione offrono un ampio archivio di test comparativi e una miriade di consigli e notizie sulla tutela del consumatore. **"Il Salvagente"** è invece l'unico settimanale che nel nostro Paese si dedica esclusivamente al tema della tutela dei consumatori. Nato alla fine degli anni Ottanta come supplemento al quotidiano di sinistra "l'Unità", a partire dal 1992 è una rivista che oggi conta 48 pagine e si trova ogni giovedì in tutte le edicole in vendita a 1,70 Euro. Essa fa capo ad una cooperativa editoriale composta da giornalisti e tipografi. Per la rivista scrivono anche nomi famosi del giornalismo italiano, come Antonio Lubrano. Particolare attenzione viene dedicata da "Il Salvagente" a telecomunicazioni, trasporti, casa, sicurezza, salute, assicurazioni, analisi dei prodotti e inchieste sulla qualità dei servizi pubblici, senza dimenticare le considerazioni di natura etica sui conflitti bellici e sulla pace.

Sul mercato austriaco troviamo un'unica testata specializzata nei test merceologici, vale a dire **"Konsument"**, organo ufficiale del VKI, Verein für Konsumenteninformation. Un cavallo di battaglia della rivista è la valutazione delle imprese sulla base di criteri etici. La pubblicazione più nota e probabilmente più longeva tra quelle dedite alla tutela del consumatore e alla valutazione comparativa dei prodotti rimane comunque il mensile **"test"** edito in Germania dalla fondazione Stiftung Warentest. Indipendenza, obiettività, serietà, rinuncia ad ogni forma di pubblicità e sponsorizzazione accomunano "test" a tutte le altre riviste qui citate. L'obiettivo di "test" è quello di offrire valutazioni attendibili per i prodotti di uso quotidiano, accanto a reportage, consigli per i consumatori e studio dei trend di mercato. Alla rivista si è affiancata nel tempo tutta una serie di numeri speciali e monografici, oltre a prodotti multimediali e banche dati, tanto che oggi la Stiftung Warentest si è fatta un nome in ambito internazionale anche come realtà editoriale. Il magazine tedesco "Öko-Test" è un'altra presenza nel settore, specializzata sui temi della qualità della vita, della salute e del rispetto ambientale. I test merceologici vengono condotti più frequentemente su prodotti cosmetici, alimenti e articoli per l'infanzia, detersivi, medicinali, automobili. Ultimamente la rivista si è dedicata anche ai servizi finanziari, alle assicurazioni e ai prodotti di investimento.

Principali testate che si occupano di tematiche consumeristiche

rivista	test	Öko-Test	Konsument	Altroconsumo	Il Salvagente
Paese	Germania	Germania	Austria	Italia	Italia
sede redazione	Berlino	Francoforte sul Meno	Vienna	Milano	Roma
anno di fondazione	1964 fondazione, 1966 primo numero	1986 primo numero	1971 nasce il Verein für Konsumenteninformation	1973 primo numero	1992 (numero 1)
periodicità	mensile	mensile	mensile	mensile	settimanale
prezzo singolo numero	4,20 Euro (Germania)	3,50 Euro (Germania)	4 Euro (Austria)	non acquistabile	1,70 Euro
prezzo abbonamento annuo	44,40 Euro (compresa spedizione all'estero)	46,67 Euro (compresa spedizione all'estero)	49,05 Euro (compresa spedizione all'estero)	73 Euro (11 numeri, compresa iscrizione all'Associazione Altroconsumo)	50 Euro
reperibilità	edicola, abbonamento	edicola, abbonamento	edicola, abbonamento	solo in abbonamento	edicola, abbonamento
tiratura	575.000	181.474	75.700	350.000 abbonati	70.000
altri prodotti editoriali	- Finanztest - numeri speciali - archivio annuale dei test su CD-Rom - guide monografiche - libri su temi particolari	- Ökotest kompakt - Ökotest Jahrbuch (annuario) - guide monografiche - archivio annuale su CD-Rom - archivio dei test ultimi 15 anni su CD-Rom	- guide su singole tematiche - numeri speciali di Konsument dedicati a particolari categorie di prodotti	- supplemento bimestrale "Salutest" - supplemento bimestrale "Soldi & Diritti" - riviste finanziarie "Soldi7", "Fondi comuni", "Soldi quindici" e numerose guide su particolari tematiche di consumo	piccoli opuscoli monote-matici allegati alla rivista (non acquistabili singolarmente)
test	ad ampio raggio (dai beni di consumo di uso quotidiano agli acquisti più impegnativi e ai servizi)	da 10 a 12 test merceologici ogni numero: criteri principali le ripercussioni su ambiente e salute	test comparativi in vari settori; valutazione comportamenti delle imprese; analisi dei servizi sanitari e finanziari austriaci	test in grande quantità sulle novità presenti sul mercato, soprattutto high tech, anche con raffronti europei; esame di servizi quali acqua, riscaldamento, energia	soprattutto banche, assicurazioni, telefonini e prodotti di consumo per la casa

I test comparativi più importanti sono regolarmente a bordo dello Sportello Mobile del CTCU, che fa sosta a cadenza mensile nelle principali località della provincia di Bolzano. Presso l'infoteca del Centro Tutela Consumatori a Bolzano sono raccolti e catalogati un gran numero di test condotti in vari Paesi europei.

Sempre importante chiedersi: il prodotto che cerco dev'essere assolutamente nuovo?

La scelta sta a noi: acquistare nel più vicino negozio specializzato il prodotto che fa al caso nostro o setacciare prima tutti i negozi, reali e virtuali, a caccia di quello che serve? Piuttosto di rado si considera la possibilità di dare un'occhiata in una bottega di prodotti di seconda mano o al mercatino delle pulci, o si passano in rassegna gli annunci sui giornali, o ancora si partecipa ad un'asta. Si tratta però di opportunità che consentono di regola non solo un bel risparmio, ma anche un aiuto all'ambiente. (Links e indirizzi in gran quantità a pagina 47)

E se proprio dev'essere un prodotto nuovo, **non possiamo proprio aspettare?** O forse possiamo approfittare delle prossime svendite o del lancio della nuova versione dello stesso prodotto? In tal caso si prospettano infatti notevoli ribassi sul prezzo di acquisto, senza naturalmente rinunciare alla qualità desiderata. Il nostro stile di vita non subisce alcuna perdita se attraverso decisioni di acquisto più consapevoli ed informate riusciamo a lasciar perdere acquisti inutili. Come d'altronde operare in chiave ecologica non ha nulla a che vedere con una vita di rinunce, ma piuttosto con un impiego più efficace delle risorse naturali.

Quando la nostra strada ci conduce in un supermercato o in un negozio specializzato, sarebbe consigliabile tener presenti alcuni punti fermi

Elementi da considerare in occasione degli acquisti:

Generi alimentari

- Programmare con cura le necessità ed attenersi alla lista della spesa – aiuta a risparmiare non solo denaro, ma anche tempo, spazio e nervi!
- Un'occhiata all'ora: anche lo stomaco partecipa alla spesa. Andando in un supermercato poco prima del pranzo si acquista molto più di quanto serve realmente. Il momento ideale è di primo mattino, quando il pane è stato appena sfornato e frutta e verdura sono giunte fresche sul banco di vendita.
- Evitare acquisti troppo frequenti: programmando settimanalmente la spesa ordinaria e una volta al mese i grossi acquisti (per la dispensa o cantina, per il congelatore) si risparmia un bel po' di tempo e si aiuta l'ambiente (lasciando ferma l'automobile), oltre ad evitare le tentazioni che spesso accompagnano gli acquisti.

Prodotti non-food

- È bene annotare con cura quali caratteristiche interessano nei prodotti cercati. Quali sono le prestazioni o gli extra veramente importanti?
- Uno studio dell'offerta complessiva e dei test merceologici, magari attraverso riviste specializzate o in internet, aiuta a presentarsi in negozio con le idee chiare. Chi ha solo aspettative indefinite e gironzola per negozi senza nep-

pure un'idea dei prezzi correnti rischia di cadere facilmente vittima di venditori e commesse abili. A meno di non varcare la soglia del negozio solo per dare un'occhiata e rimanere però anche fedeli a tale proposito.

- Può essere utile chiedere qualche consiglio a colleghi, amici, conoscenti che già hanno raccolto esperienze con acquisti simili.
- Sottoscrivere tessere di sconto rilasciate da singoli esercizi commerciali ha un senso solo quando si voglia rivolgersi spesso a tali negozi (ad es. Coin, Sportler). Confrontare comunque i prezzi in tutta calma: può infatti risultare più conveniente acquistare in un altro negozio e rinunciare allo sconto concesso dalla tessera.
- Immondizie da evitare: se già al momento dell'acquisto si presta attenzione ad evitare imballaggi inutili, una volta giunti a casa si hanno meno rifiuti da smaltire. L'ambiente ne trae giovamento e anche la salute evita possibili ripercussioni negative (come quelle originate da componenti tossiche e agenti chimici contenuti nel materiale di imballaggio).

Perché i prodotti veramente economici nei supermercati si trovano sempre nascosti negli scaffali più bassi? Perché il caffè si trova lontano dallo zucchero? Escogitando accorgimenti di questo genere, i gestori dei supermercati riescono più agevolmente a piazzare la propria merce presso i clienti. Ogni giorno esperti di marketing, psicologi e consulenti studiano le abitudini e i gusti dei potenziali acquirenti. Qual è la temperatura ideale del negozio per invogliare all'acquisto? Dove cade lo sguardo del cliente appena entra? Qui di seguito un paio di trucchi che anche le catene di supermercati altoatesini adottano.

Trappole al supermercato

- **Spazi di passaggio:** i corridoi di passaggio tra gli scaffali sono spesso volutamente angusti e con molte curve, così da rendere difficoltoso un transito veloce. La collocazione dei prodotti segue perlopiù lo sviluppo della giornata: si comincia con i prodotti per la prima colazione e alla fine del percorso si trova il vino da sorseggiare tranquillamente in serata ...
- **Disposizione della merce:** le merci allineate sugli scaffali sono disposte in modo da consentire la visione migliore per i prodotti più costosi e voluttuari. Le alternative più convenienti trovano posto nelle scaffalature più basse (necessario piegare la schiena)! Gli alimenti di prima necessità si situano lungo le corsie laterali, così da obbligare a una ricerca relativamente lunga, nel corso della quale si finisce col mettere nel carrello questa o quell'altra scatola che attira l'attenzione. Con quella che si definisce una doppia collocazione delle merci già presenti in un altro reparto del supermercato si suscita l'impressione di un'offerta speciale e si spinge all'acquisto spontaneo. Ancora: tutto ciò che è a portata di mano passa più facilmente dallo scaffale al carrello. Per questo i grandi marchi sono disposti anche a pagare, purché il loro prodotto venga posto in posizioni di agile accesso.
- **Offerte speciali:** non sempre un grande cartello con l'indicazione di offerte speciali ci conduce veramente ad un affare. Val la pena verificare comunque i prezzi indicati,

prima di farsi attirare dall'idea che convenga approfittare dell'offerta e acquistare più del necessario. Attenzione all'uso dei colori: un cartello che reca un prezzo scritto a mano in colore rosso induce a ritenere che si tratti di un'occasione davvero imperdibile. Piuttosto subdola infine la tecnica che pone prodotti a prezzo pieno accanto a merce in offerta speciale. Cadere in inganno circa la convenienza dei primi risulta particolarmente facile.

- **Carrelli per la spesa:** quando sono vuoti sembrano indurre l'acquirente a decidere al più presto il primo acquisto. Mettendo a disposizione del cliente carrelli ampi e comodi, i prodotti acquistati sembrano meno, e l'esercente riesce così a condizionare la quantità complessiva dell'acquisto.
- **Zona casse:** qui si concentrano tutti i prodotti cosiddetti "riempitivi": in pratiche confezioni e a portata di mano, si acquistano volentieri ma non sono indispensabili. Soprattutto i dolciumi e gli snack occupano questo spazio, che tutti addocchiano mentre si trovano ad attendere in coda. Chi va a fare la spesa con i bambini, sa di cosa parliamo...
- **Confezioni:** involucri più grandi (e ingannevoli) non celano sempre un maggior contenuto. Talora il prodotto vero e proprio, complice un restyling della confezione, è presente in quantità minore. Si tratta in questo caso di ritocchi occulti del prezzo di vendita.
- **Illuminazione:** la merce viene presentata nella luce migliore. Gli esercenti spendono per accorgimenti illuminotecnici fino al 40% dei costi complessivi di arredamento del locale.
- **Atmosfera da mercato:** frutta e verdura occupano solitamente gli espositori più vicini all'ingresso, così da creare una situazione simile a quella del mercato settimanale.

1.2 PREZZO E QUALITÀ

La qualità costa

Prezzo e qualità: interessante come questi due elementi alternano il loro gioco, ma non ci illudiamo che ci aiutino veramente ad orientare i nostri acquisti. Come si formano i prezzi, cosa vi si nasconde dietro e che possibilità esistono realmente per maturare scelte consapevoli?

Il prezzo – davvero capace di esprimere correttamente tutti gli aspetti di un prodotto? Il reale valore delle materie prime impiegate, la loro qualità, le implicazioni ambientali e sociali connesse con la produzione, le ripercussioni indotte sulla salute durante la vita del prodotto, e infine le conseguenze dello smaltimento. Una vera utopia! Il mercato infatti non è trasparente quanto si vorrebbe far credere, e le condizioni di libera concorrenza esistono solo nei libri di teoria economica. In realtà le imprese sopportano solo una piccola quota dei costi effettivi di produzione, mentre la gran parte di questi finisce con l'essere accollata alla collettività (inquinamento ambientale, sfruttamento del lavoro di adulti e bambini soprattutto in Paesi emergenti, ecc.). In questo contesto si parla di elementi esterni di costo, o esternalità:

categorie delle quali le imprese non si preoccupano, se non di rado. D'altro lato andiamo spesso a pagare un prezzo eccessivo per prodotti di dubbia qualità, quando il prezzo ad esempio viene gonfiato artificialmente per effetto di iniziative pubblicitarie od altre strategie di marketing. Si è cercato di quantificare quale potrebbe essere il costo effettivo di determinate merci se venissero contabilizzate anche le voci "nascoste" di costo: per un kg di banane potrebbero chiederci 29,50 Euro, per una maglietta sbiancata con prodotti al cloro 213,00 Euro, mentre le scarpette da ginnastica made in Corea potrebbero quotarsi sui 330 Euro. Volare dall'Europa alle Seychelles? All inclusive 21.700 Euro.

Il prezzo che paghiamo non rappresenta affatto un indice della qualità. Un prodotto acquistato a buon mercato può rivelarsi anche un valido affare, ma i meccanismi che regolano l'economia molto raramente ci permettono di capirlo nei tempi necessari alla scelta. Le imprese vantano ovviamente le caratteristiche più appetibili dei prodotti, tacendo come meglio riescono le zone d'ombra degli stessi. Il comportamento dei consumatori viene attentamente monitorato da chi vuole cogliere le tendenze del mercato, tanto da confezionare e presentare i nuovi prodotti con strumenti di marketing adeguati e nelle modalità più vicine alle attese e alle preferenze dei potenziali acquirenti.

È bene ricordarlo: **prezzi eccezionali** non ne esistono nella realtà. Si finisce piuttosto col pagare molto poco dei prodotti che valgono ancora meno. Meglio dunque orientare le proprie scelte non solo sulla base del prezzo. Una dubbia qualità può venire a costare il doppio di quello che sembra, quando ad esempio rende necessario ripetere l'acquisto per il venir meno in breve tempo delle funzionalità cercate, in seguito a guasti gravi e irreparabili. Anche un elevato consumo energetico può costituire l'altra faccia della medaglia di un acquisto molto conveniente nell'ambito degli elettrodomestici: in breve le spese di elettricità vanno ad annullare il risparmio conseguito in termini di prezzo d'acquisto.

Grande interesse per i prezzi stracciati

Il boom segnato dai 99 cent-shop mostra in modo esemplare quanta gioia abbiano i consumatori nell'acquistare spendendo poco. Chi sa che la S.M.S. Distribution srl, alla quale fanno capo ormai più di 150 affiliati al 99 cent-shop in tutta Italia, ha la sua sede proprio a Bolzano? L'idea che ne sta alla base è nata nel 1997, con l'apertura nel capoluogo altoatesino del primo 1.500 lire-shop, ispirato ai negozi a prezzo fisso aperti in Germania negli anni del dopoguerra, nonché ai 1\$-stores degli USA. Oggi questa ditta commercializza più di 15.000 prodotti a prezzo minimo.

Si veda www.cent-shop.com

Qualità: chi ne decide le sorti?

La definizione ufficiale di qualità è sancita dalle norme DIN-ISO 8402: "Qualità: l'insieme delle proprietà e delle caratteristiche di un prodotto o di un servizio che conferiscono ad esso la capacità di soddisfare esigenze espresse o implicite." Chi dunque parla di qualità dovrebbe rendere note quali esigenze personali vengono rapportate ad un prodotto, dal momento che solo così sarà poi possibile verificare in che misura esse siano soddisfatte dalla scelta adottata. Per i consumatori si tratta perlopiù di categorie come il valore d'uso (utilità), il rapporto prezzo/prestazioni, il valore di consumo, la valenza per la salute, l'ambien-

te e l'arricchimento culturale – parametri molto vaghi e di difficile verifica.

Esiste allora una "libera scelta" al momento dell'acquisto?

Sì: in Europa numerose iniziative animate da consumatori critici sottopongono da tempo i comportamenti delle imprese a valutazioni molto attente. Ognuno di noi può avvalersi di queste conoscenze (si veda anche pagina 47) quando si reca a fare la spesa, anche rivolgendo a commercianti e responsabili di supermercati domande molto precise. Soprattutto le piccole realtà imprenditoriali si prestano ad un colloquio di questo tipo con la clientela, ma ciò non significa che anche le grandi ditte o i gruppi multinazionali non degnino d'ascolto chi si rivolge loro con atteggiamento critico. Certo, qui sarà necessaria una maggiore insistenza, ma i timori di incrinature nelle performance commerciali riusciranno a muovere anche i giganti. Basta infatti un calo nelle vendite dell'1% per far risuonare l'allarme nella divisione commerciale di un grande gruppo imprenditoriale.

Un orientamento lo offrono diversi **marchi di qualità** (anche sotto forma di certificati), attribuiti sia da enti statali come ministeri dell'ambiente o della salute, sia dall'Unione Europea, sia da organizzazioni come associazioni di consumatori e altro. **Attenzione:** le imprese e le associazioni di categoria travisano spesso la funzione di questi marchi, utilizzando la cosa con mere finalità di marketing. L'idea che sta alla base di un marchio è infatti quella di attribuire un valore aggiunto al prodotto che di per sé oltrepassi gli standard definiti in particolari ambiti (ad esempio per l'elevata qualità, il grado di sostenibilità ambientale, o di responsabilità sociale, o di valenza per la salute umana). Uno svantaggio di quello che dovrebbe essere uno strumento di orientamento del consumatore è dato dal fatto che il legislatore, in presenza di indicatori volontari che già riescono ad offrire un certo aiuto nelle scelte, non nutre più alcuno stimolo al miglioramento della normativa per prescrivere in modo cogente migliori standard in ambito produttivo e maggiore qualità nei prodotti finiti.

Obbligo di esposizione del prezzo di vendita

In tutte le località della provincia si è fatto strada il malcostume di non esporre in vetrina, talora per nulla, tal'altra solo per alcuni prodotti, i cartellini recanti il prezzo della merce posta in vendita. Le ragioni che gli esercenti adducono per questa scarsa osservanza degli obblighi di legge vanno dalla trascuratezza alla scaltrezza. Gli agenti della Polizia annonaria e dunque le amministrazioni comunali (in ultima istanza i sindaci) dovrebbero agire intensificando l'attività di controllo e, quando indicata, anche l'irrogazione di sanzioni.

Ai sensi del **nuovo ordinamento del commercio**, introdotto dalla Legge Provinciale n. 7 del 17 febbraio 2000 e dalla norma di attuazione n. 39/2000, tutti i punti vendita - senza alcuna eccezione - sono obbligati ad esporre "il prezzo di vendita delle merci in vetrina, in prossimità dell'entrata, ..., su scaffali ed espositori al pubblico". Tale obbligo si adempie mediante l'apposizione di "un cartellino od altro supporto applicato in modo ben visibile e che consenta un'adeguata leggibilità". In occasione di controlli organizzati dai paladini altoatesini dei consumatori si è riscontrata un'osservanza degli obblighi imposti in tal senso dalla legge solamente per un 30% delle vetrine ed aree espositive passate al setaccio. L'obbligo di indicazione dei prezzi riveste però un'importanza troppo grande per l'informazione del consumatore, ed è indispensabile per garantire trasparenza nel-

le decisioni di acquisto. Al Centro Tutela Consumatori non rimane che invitare i consumatori a boicottare gli esercizi commerciali che violano sistematicamente questo importante obbligo di informazione.

Prodotti di marca falsificati: legalmente perseguibili anche gli acquirenti

Articoli griffati Gucci, Prada & Co. posseggono un'aura di status symbol, tanto da far girare la testa a molti consumatori e consumatrici. Non meraviglia troppo che, quando l'occasione permette di impossessarsi di un tale prodotto per una minima quota del normale, elevatissimo prezzo di vendita, molti siano disposti ad acquistare anche merce falsificata. Si tratta di buone imitazioni, dei falsi, capaci però di indurre tutta una serie di veri problemi per chi viene sorpreso nel momento dell'acquisto. Già dal 2005 (come stabilisce l'Agenzia delle Entrate con la Risoluzione n. 47/E del 19 aprile 2005) si rischiano fino a 10.000 Euro di sanzione se le Forze dell'ordine intervengono nel corso di un acquisto "ispirato dalla moda e dalla prospettiva del risparmio". Con tale provvedimento, il legislatore ha voluto mettere il mercato nazionale al riparo dall'invasione di imitazioni e falsi di ogni genere. Non si può dire se il mezzo adottato per arginare il fenomeno criminalizzando il consumatore si rivelerà vincente. Forse però avrebbe portato buoni frutti anche un impegno delle Autorità per eliminare il lavoro nero e le associazioni a delinquere che stanno dietro questi commerci. Per i consumatori è comunque impossibile risalire ai passaggi che un capo d'abbigliamento o un accessorio hanno percorso e arrivare a individuare il produttore, né nel caso di un acquisto dal discounter, né in quello di un articolo di lusso visto in boutique.

Le svendite: occasioni d'oro o trappole?

Anche i prodotti offerti in occasione di vendite promozionali o di fine stagione devono essere non solo privi di difetti, ma anche conformi agli annunci pubblicitari che li riguardano. I cartellini che riportano il prezzo devono indicare tre elementi: il prezzo di vendita originario, lo sconto espresso in percentuale ed il nuovo prezzo scontato. Competenti per l'attività di controllo e l'irrogazione di sanzioni sono la Polizia annonaria del Comune territorialmente competente, la Guardia di Finanza e i Carabinieri.

Alcuni consigli utili:

- alla vista di prezzi incredibili mantenere sempre il sangue freddo (una lista della spesa aiuta ad evitare gli acquisti superflui).
- Conviene anche nel periodo delle svendite confrontare le offerte di diversi esercenti.
- Dare un'occhiata a ciò che interessa già prima dell'avvio delle svendite. Talora viene etichettato come offerta speciale un prodotto che anche in periodi normali era smerciato allo stesso prezzo, oppure si usa il trucco dei prezzi "lunari", soprattutto nel campo del vestiario: il cartellino del prezzo reca un prezzo altissimo quale prezzo di partenza, che grazie allo sconto diviene un prezzo normale. Si tratta dello stesso prezzo praticato prima delle svendite, e che ora diventa un'offerta speciale: questa pratica è illegale, e può essere denunciata alle Autorità.
- Il pagamento con carta di credito o bancomat non può essere escluso nel periodo delle svendite, se queste possibilità

vengono normalmente offerte dal punto vendita.

- Conviene studiarsi molto bene le etichette della merce in svendita. Non di rado si trovano capi di abbigliamento di bassa qualità completamente sprovvisti delle indicazioni di legge relativamente alla composizione del tessuto e alle modalità di lavaggio e trattamento. Già questo elemento ci segnala come quelle che appaiono come occasioni imperdibili sono piuttosto produzioni a buon mercato, realizzate appositamente per questo tipo di vendita d'occasione, in barba ai chiari divieti esistenti in proposito (molti casi del genere si sono verificati soprattutto nel settore degli articoli sportivi).
- Conservare accuratamente lo scontrino di cassa o la fattura, che potranno tornare utili nel caso di reclami nei confronti del commerciante o nel caso della denuncia di un danno subito, ad esempio per l'assicurazione sulla casa.
- I prezzi ridotti non riducono necessariamente anche i diritti dei clienti. Anche nel caso di sconti eccezionali (diffidare comunque quando si va oltre il 50%!), il cliente ha diritto ad avere merce priva di difetti ed il rispetto di tutte le norme di garanzia. Qualora venga posto in vendita un articolo a prezzo ridotto perché ad esempio è un po' sporco (merce di seconda scelta), tale difetto dovrà essere obbligatoriamente indicato. Se invece si scoprono delle carenze non dichiarate al momento dell'acquisto, si apre la via del reclamo nei confronti dell'esercente. Il termine per l'azione è di 2 anni a partire dalla data dell'acquisto; il difetto va denunciato entro 60 giorni dalla sua scoperta. Nei primi 6 mesi dall'acquisto l'onere di provare che il difetto non era presente al momento della vendita è a carico del venditore, nel periodo successivo si sposta invece in capo all'acquirente. Il consumatore non è obbligato ad accettare in nessun caso un buono! Vi sono poi difetti e difetti: ad esempio una teiera che presenti un foro è sicuramente difettosa e non semplicemente merce di seconda scelta, mentre un graffietto sulla vernice della lavatrice è un'altra cosa...
- Pochi lo sanno: i commercianti non sono mai tenuti a ritirare i prodotti che non risultano difettosi. Se lo fanno è solo a titolo di cortesia. La sostituzione di merce senza difetti posta in svendita a fine stagione è solitamente esclusa espressamente. Chi desidera usufruire comunque di tale sostituzione, dovrebbe pregare il commerciante se accetta di dichiararlo sullo scontrino di cassa.

Lo "spiaprezzi" del Centro Tutela Consumatori è una miniera di consigli, segnalazioni, confronti e osservazioni di consumatori che hanno sperimentato di persona delle vicissitudini legate ai prezzi (v. pagina 38)

1.3 DISCUSSIONE DI FONDO

Obiettivo avarizia?

Prodotti no-name o di marca, hard discount o negozio specializzato – il dilemma è grande, ma non tiene conto della miriade di scelte possibili. L'altra faccia della medaglia ci mostra il commercio equo e solidale, il rispetto dell'ambiente, della dignità del lavoro e dei diritti umani nella produzione e nella filiera commerciale. La forza dei consumatori.

Come si spendono i propri soldi è questione di portafogli, ma anche di convinzioni interiori. Tutto il mondo è un grande mercato: alcuni producono, altri commercializzano e l'ultimo anello della catena sono i consumatori. I maggiori affari sono solitamente riservati agli intermediari commerciali, ossia le organizzazioni che gestiscono gli scambi e i grossi gruppi multinazionali, che organizzano chissà dove la produzione e fanno sì che questi prodotti giungano sui mercati. Quanti sono i coltivatori e le coltivatrici, ma anche i salariati nelle fabbriche di tutto il mondo, che prestano la loro opera in condizioni lontane dal rispetto della dignità umana, in cambio di salari da fame, senza alcuna garanzia sociale, senza tutela sindacale, senza una minima assistenza sanitaria? Per questi interviene quello che definiamo **"commercio equo e solidale – fair trade"**: il collegamento diretto tra produttori dei Paesi in via di sviluppo e venditori dei relativi prodotti nei Paesi del Nord del mondo, il sostegno ad una produzione rispettosa dell'uomo e dell'ambiente ed una garanzia minima riguardo al ritiro e al pagamento dei raccolti e dei prodotti. I frutti di questo nuovo orientamento commerciale si possono constatare nelle tante realtà di cooperative di produttori ed organizzazioni commerciali orientate in chiave sociale costituite proprio nel Sud del mondo. I coltivatori e i lavoratori attivi in queste realtà cooperative e nelle varie organizzazioni collegate possono contare su un reddito sicuro, che consenta ai loro figli di imparare a leggere e scrivere e alle loro famiglie di godere di una minima assistenza medica. Il progetto del "commercio equo" si regge essenzialmente sul comportamento dei consumatori finali: chi acquista questi prodotti, orienta con la propria scelta lo sviluppo del mercato. Molte organizzazioni attive nell'ambito dei diritti umani e della tutela ambientale denunciano continue violazioni di principi fondamentali, ad esempio attraverso la campagna "clean clothes" (abiti puliti): essa punta a favorire la produzione e il consumo di tessuti prodotti con modalità ecologiche e socialmente eque, una vera rarità nei normali negozi d'abbigliamento e anche nelle boutique. Ma non solo: si chiede che la OMC (Organizzazione Mondiale del Commercio) non consideri come un ostacolo frapposto al libero scambio il rispetto dei diritti umani, degli standard di tutela ambientale e delle norme a garanzia della sicurezza sul lavoro (si parla di una "trappola della globalizzazione"). La richiesta che si leva in ambito politico è chiara: un'economia a misura di uomo e ambiente, e non un libero scambio a qualsiasi prezzo e senza scrupoli.

Trattando delle inumane condizioni di lavoro nell'agricoltura e nel comparto tessile dei Paesi a basso costo di manodopera nel terzo millennio non possiamo però dimenticare che anche le **condizioni di lavoro del personale addetto alla vendita** nei

Paesi europei sono perlomeno vergognose.

Lidl, Eurospin & Co.

Le catene di hard discount non producono generalmente nulla, ma incaricano altre ditte di produrre a loro nome. In molti casi dietro al prodotto conveniente no-name si cela un marchio famoso, intenzionato ad influire anche su tale segmento commerciale. Numerosi test merceologici condotti dalla Stiftung Warentest hanno evidenziato che spesso i prodotti no-name presentano le stesse caratteristiche dei prodotti di marca simili, ma ad un prezzo di vendita che permette mediamente un risparmio del 35% rispetto a questi ultimi (si è arrivati in casi isolati oltre il 50%) – si veda anche www.lebensmittelmarken.de. I consumatori l'hanno capito bene, tanto da favorire con le loro scelte un'espansione dell'hard-discount alimentare che ha già raggiunto una quota di mercato del 25% in Austria, del 40% in Germania e addirittura del 50% in Norvegia. L'Italia si pone dietro la Spagna come il fanalino di coda europeo, con una quota di mercato dell'hard discount di appena il 10%. Il trend evidenzia però un chiaro aumento dell'interesse verso i prodotti no-name e gli acquisti in queste catene commerciali. Se nel 2004 le famiglie che dichiaravano di rifornirsi regolarmente presso gli hard discount rappresentavano il 66% del totale nazionale, nel 2006 questa quota si è assestata addirittura intorno al 78% delle famiglie.

Motivi per sconsigliare un acquisto di prodotti negli hard discount? Le limitazioni nell'assortimento e il fatto che alcuni prodotti risultano in breve tempo esauriti.

L'avarizia è però un ideale condivisibile solo fino a un certo punto, se il risparmio ottenuto acquistando all'hard discount se ne va nella spazzatura. Ci riferiamo al rischio di comprare a man bassa allietati dalle prospettive di risparmio, soprattutto quando si tratta di prodotti alimentari. E salvo poi accorgersi che molte cose sono già deperite quando viene il momento di mangiarle. **Ancor meno appetibile questo risparmio** quando avviene calpestando i diritti dei lavoratori, sfruttando la manodopera nel Sud del mondo o (succede anche da noi) sacrificando gli standard etici. Mentre da un lato si è curato un miglioramento nell'assortimento degli hard discount per quanto riguarda la sostenibilità dei prodotti, muovendosi addirittura con un'offensiva sul piano qualitativo (più prodotti biologici, meno uova da batteria, più confezioni in vetro riutilizzabili, ecc.), l'ambito etico e della tutela dei lavoratori zoppica alquanto. In Austria e Germania ci se ne rende conto da tempo. In un test condotto dalla rivista austriaca "Konsument" su tale tematica (confronti tra Aldi-Hofer, Lidl, Plus, Penny-Rewe ed altri), le catene a prezzo basso hanno ottenuto valutazioni insufficienti per quanto riguarda il management ambientale, i rapporti con i lavoratori, la pretesa del rispetto delle norme a tutela dei diritti dei lavoratori e dell'ambiente da parte delle aziende fornitrici – nel complesso dunque punteggi negativi nell'ambito della responsabilità sociale. Maggiori dettagli sul test all'indirizzo www.konsument.at

Acquisti rispettosi del clima

Politica ed economia detengono una responsabilità non indifferente nei danni causati all'equilibrio climatico mondiale. Nel piccolo però, ogni consumatore può attraverso le sue scelte contri-

buire a limitare i problemi esistenti, oppure ad inasprirli. Ma che possiamo fare se un prodotto che proprio dobbiamo acquistare non è disponibile sul mercato dell'usato? La scelta dovrebbe cadere su un prodotto nuovo e di qualità, dalle caratteristiche durevoli e possibilmente proveniente dalle vicinanze, per la cui produzione ci si sia impegnati nel senso della sostenibilità, privo di materiali tossici, che nella sua vita utile consumi poche risorse e dopo aver reso il suo servizio possa essere smaltito nel modo più neutro possibile. Nell'acquisto di elettrodomestici, ad esempio, un punto da considerare è un basso consumo di energia e di acqua. L'eventuale sovrapprezzo corrisposto all'atto dell'acquisto rientra senz'altro poco a poco attraverso i vantaggi offerti in termini di durata e di consumi. Le differenze tra i consumi di elettrodomestici analoghi oggi presenti sul mercato non sono affatto trascurabili: in media vanno dal 30 al 75%. **Un aiuto nella scelta lo offrono diversi marchi di qualità; inoltre ci si può affidare ad una check-list come la seguente:**

- ho proprio bisogno dell'asciugabiancheria? Sullo stenditoio in terrazza o in cantina ottengo gli stessi risultati;
- un'occhiata ai consumi energetici dichiarati aiuta nella decisione (si vedano le informazioni accluse al prodotto o riportate in internet o nell'infoteca del CTUCU);
- la sostituzione del vecchio apparecchio ancora funzionante ha senso dal punto di vista ecologico solo quando ci sia la necessità di un consistente intervento di riparazione. Altrimenti la scelta migliore è l'attesa.

Anche la scelta delle confezioni al momento dell'acquisto ha riflessi rilevanti sull'ambiente e sul clima. L'ideale è preferire prodotti disponibili in bottiglie a rendere e alimenti sfusi o confezionati senza involucri inutili, prodotti a breve distanza impiegando materie prime disponibili in loco.

Altri aspetti che possono contribuire a migliorare il bilancio ambientale dei nostri acquisti sono:

- un utilizzo minimo dell'autovettura privata;
- una decisa preferenza verso gli alimenti che non subiscono lunghi trasporti su strada;
- evitare prodotti animali provenienti da allevamenti intensivi (anche per l'effetto serra);
- boicottare prodotti contenenti CFC.

E la tutela degli animali?

Anche questa viene ampiamente trascurata. L'ultima moda prevede l'impiego di pellicce di animali per l'abbigliamento e le calzature, e non si ferma a quelle di animali selvatici segregati in condizioni indegne in gabbie molto strette, ma rastrella anche soprattutto nei Paesi asiatici milioni di cani e gatti, raccolti lungo le strade e uccisi con sofferenze atroci. Il nostro consiglio è di rinunciare a qualsiasi acquisto di abbigliamento che presenti applicazioni di pelliccia naturale.

Ancora un consiglio: periodicamente si trovano delle liste di prodotti consigliabili redatte da **Greenpeace** sul proprio portale internet. Esse costituiscono un riferimento e un aiuto nelle scelte di consumo, indicano i retroscena di molte produzioni e offrono condizioni di trasparenza su singoli prodotti o intere categorie merceologiche. Inoltre si trovano numerosi consigli sul consumo responsabile, nati dalla collaborazione di Greenpeace con importanti organizzazioni attive nell'ecologia, nell'impegno sociale e a favore degli animali.

1.4 | PERCORSI DEI PRODOTTI

Locale conviene

Frutta e verdura (ma non solo) trasportata fino a noi da ogni parte del mondo fa a gara con i prodotti della nostra terra per conquistarsi il favore dei consumatori. Certo, fino a quando chi acquista si renderà finalmente conto dei veri costi causati da tutti questi trasporti. L'approvvigionamento di vicinanza e le modalità di vendita diretta giocano comunque le loro carte, anche sul piano dei prezzi.

Molti di noi si attendono non solo prodotti freschi, ma anche massima varietà di scelta in ogni stagione. Una tale disponibilità di merci indipendentemente dalle stagioni ha però un prezzo elevato: in termini di trasporto soprattutto, e quindi di evitabile carico ambientale (dispendio di energia, inquinamento atmosferico, minacce alla salute di chi vive lungo arterie di trasporto, attacchi all'equilibrio climatico). Talora veniamo a conoscenza di quale prodotto contiene certe materie prime prodotte nel tal Paese, ma solo se il produttore ce lo vuole dichiarare. Praticamente impossibile è sapere invece quale modalità sia stata impiegata nel trasporto dei semilavorati prima di giungere al prodotto finito. La maggior parte delle ripercussioni ambientali causate dal fattore trasporti nella vita di un prodotto rimane praticamente in ombra.

Più breve il tragitto percorso, maggiori la freschezza e il gusto: lo sappiamo per tutti i prodotti alimentari che consumiamo – frutta, verdura, succhi freschi, ma anche latticini e carne. Orientarsi ad un acquisto che tenga conto dell'avvicinarsi delle stagioni e del luogo in cui viviamo ha a che fare non solo con un maggiore rispetto verso l'ambiente, ma anche con un sostegno all'economia locale. Iniziative a favore del tessuto economico del territorio altoatesino sono già sorte numerose, spesso ad opera di agricoltori che hanno avviato una vendita diretta dei propri prodotti (mercati del contadino, "Biokistl", vendita dal maso). Acquistare direttamente dal produttore significa approfittare di una freschezza straordinaria, accorciare i percorsi delle merci escludendo intermediari e godendo di una completa trasparenza circa l'origine dei prodotti e le condizioni di lavorazione.

È importante però considerare anche come si giunge al punto vendita. Il negozietto a conduzione familiare comodamente raggiungibile a piedi non si rivela sempre il più economico, ma per acquistare un paio di cose non conviene di solito andare a cercare altri punti vendita. Se infatti si comprendono nel costo complessivo anche le spese del viaggio e una quantificazione del tempo investito, risulta più caro raggiungere un supermercato, malgrado il minor prezzo corrisposto per i prodotti. La situazione naturalmente cambia se l'acquisto considerato è di grande entità, e comunque: anche prendere la macchina per acquistare il pane biologico locale dal panettiere dietro l'angolo porta ad un carico ambientale sproporzionatamente elevato. L'attenzione va concentrata su una mobilità ecologica anche quando si tratta di fare la spesa (preferendo la bicicletta, una passeggiata, l'autobus, la costituzione di un piccolo gruppo che viaggia in auto).

Il Centro Tutela Consumatori ha studiato la scorsa estate il rapporto tra prezzi e distanze di trasporto riferito ad un ben determina-

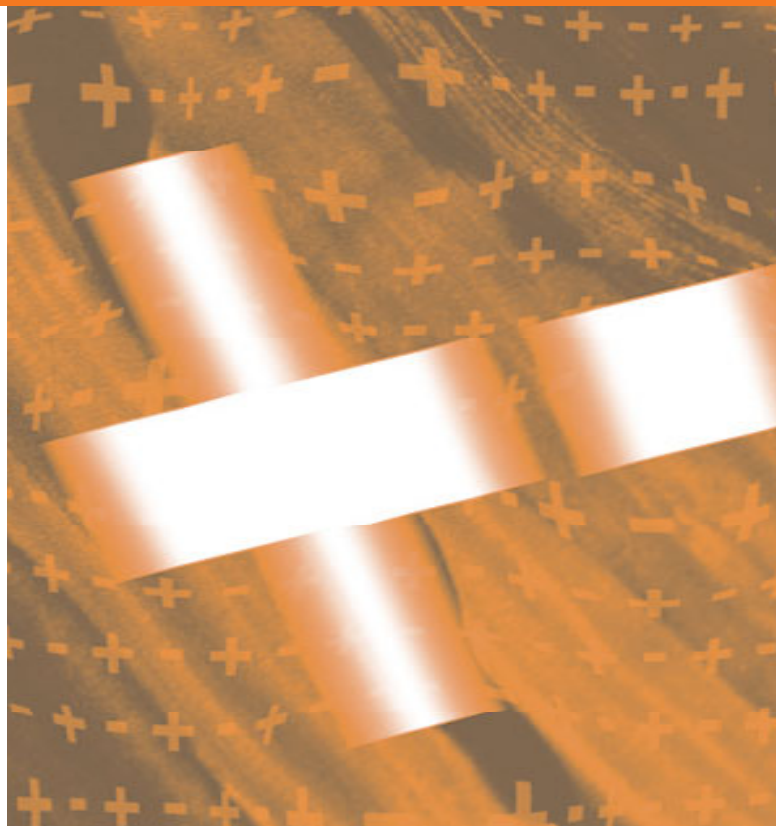
to paniere di beni. Il risultato cui si è pervenuti è che i costi dei trasporti ricadono sempre sui consumatori nel momento della determinazione dei prezzi di vendita.

I prezzi praticati dai diversi supermercati per lo stesso paniere di beni riferito esclusivamente a prodotti locali o nazionali sono risultati compresi tra 18,60 e 20,60 Euro (i relativi panieri avevano percorso rispettivamente 1.800 e 2.889 km).

Fermo restando il paniere dei beni considerati, si è provveduto anche ad una valutazione sulla base delle alternative internazionali ai prodotti locali. Ebbene, i prezzi sono risultati più elevati: a fronte di quasi 6.000 km percorsi (Coop Bolzano) l'acquisto è costato complessivamente 23,61 Euro, mentre considerando una distanza di circa 16.000 km (Despar Bolzano) il prezzo è stato di 21,40 Euro. Acquistando prodotti locali si approfitta non solo di maggiore freschezza, salubrità e rispetto ambientale, ma normalmente si risparmia pure!

Una nuova vecchia filosofia di acquisto: la Coop

Dalla primavera del 2006 anche Bolzano ha un supermercato Kon Coop, sito in via Macello. Esso rappresenta con i suoi 4.100 soci una minuscola tessera all'interno del sistema "Coop Italia", dove oggi l'insieme delle cooperative di consumo che formano la rete distributiva nazionale conta più di 6 milioni di consumatori. In Italia, una famiglia su cinque risulta socia di Coop. Si tratta di una realtà che si traduce in quote di mercato che per il settore alimentare superano il 17%, con un fatturato di 11,5 miliardi di Euro. Coop detiene così il primo posto nel mercato, grazie al successo della forma associativa: come cooperativa, la Coop è al tempo stesso impresa e associazione di consumatori. Il sistema ha preso avvio negli anni del dopoguerra, con l'obiettivo di sostenere l'approvvigionamento locale. La filosofia di questa realtà associativa si può sintetizzare nell'offerta di alimenti sani a condizioni eque – i prodotti a marchio Coop sono disciplinati da severe regole riguardo al controllo della qualità e al rispetto dell'ambiente, molto più severe di quanto prescrivano le leggi. Così anche a Bolzano cresce sugli scaffali della Coop la presenza dei prodotti biologici e del commercio equo e solidale, come pure dei cosmetici non testati su animali e dei detersivi confezionati dal cliente in contenitori riutilizzabili.



1.5 TRENDS DI CONSUMO

Meno è meglio

Se da un lato le tendenze di consumo attuali puntano su risparmio e gestione oculata delle finanze familiari, dall'altro molti consumatori amano scialare a più non posso, magari finanziandosi attraverso pagamenti rateali e crediti al consumo. C'è chi si sente costretto a spendere e spendere, in ogni occasione.

Lo Stato è indebitato, e le famiglie seguono la stessa strada, strette fra l'elevato livello del costo della vita, il carico fiscale e le rate del mutuo o dell'ultimo credito al consumo. Singles e famiglie sono accomunati anche in Alto Adige da redditi che si volatilizzano in gran fretta. Difficile pensare di mettere qualcosa da parte per la prossima vacanza, figurarsi per la vecchiaia. Acquisti importanti come l'automobile o la casa sono semmai possibili solo contraendo debiti da più parti. Quando non si vuole cominciare a fare rinunce, l'indebitamento è dietro l'angolo, anche sotto forma di spirale dalla quale difficilmente uscire. D'altronde è sempre più facile contrarre un debito, salvo accorgersi poi tardivamente di quali ne siano i veri costi. La Caritas mette in guardia le famiglie dai pericoli dell'indebitamento e del sovraindebitamento: nel passato 2006 sono state 1.046 le persone e le famiglie che si sono rivolte in cerca di aiuto alla consulenza ai debitori offerta da questa organizzazione (il 13% in più rispetto all'anno precedente). Le ragioni più spesso addotte dalle famiglie riguardano le abitudini di consumo (al primo posto in assoluto), seguite dalla limitatezza dei redditi (il Rapporto Censis per il 2006 segnala che tra tutti gli Europei, gli Italiani sono quelli che più hanno la sensazione di guadagnare troppo poco), l'impegno per l'acquisto della casa o dell'appartamento, e solo al quarto posto i problemi sorti in seguito a perdita dell'occu-

pazione o a malattia, separazione, divorzio, fideiussione, acquisto di un'automobile o leasing, nonché originati da incidenti o casi di morte in famiglia. Questi ultimi erano un tempo la ragione principale nei casi di indebitamento, ma oggi costituiscono il fanalino di coda.

Spendere senza pensieri risulta più facile che amministrare con attenzione le proprie finanze, soprattutto quando monta la pressione sociale nei confronti del possesso e degli oggetti di prestigio o lusso. D'altronde, come chi si trova in mezzo agli alberi non vede più il bosco, così chi si dà ad un consumo sfrenato finisce col dimenticare quale sia il senso del vero piacere...

Il tempo libero è prezioso, tanto più se si considera a quali pressioni, attacchi e tensioni siamo sottoposti nella vita lavorativa. Il suo scopo principale è quello di permetterci il riposo, per tale ragione è assurdo crearci uno "stress da svago", trascorrendo brevissime vacanze in terre lontane, gite di un giorno passate in coda in autostrada o tour avventurosi di ogni sorta.

Risparmiare nelle attività del tempo libero

Bisogna arrivare sulle piste da sci proprio con l'attrezzatura all'ultima moda? Scegliere il modello di autovettura più recente e gli optional di lusso? Rinnovare il guardaroba ad ogni cambio di stagione? Indossare sempre qualcosa di nuovo, anche solo per una serata o un fine settimana?

Risparmiare è la parola d'ordine. Ma da dove cominciare? Al meglio dalle spese più frequenti, quelle per il macchiato e cornetto che ci concediamo ogni mattina, per la birretta serale, per tutta quella serie di piccoli obblighi che da tempo ci vorremmo scuotere di dosso... Invece degli abbonamenti a giornali e riviste si può cercare di organizzare un passaggio tra amici e vicini di quello che si è già letto, oppure invece del settimanale con i programmi televisivi si può approfittare di quanto troviamo su internet. Le programmazioni televisive sono riportate ad esempio dai siti www.teleguida.it/oggi.html, www.tvtv.de, www.tv-spielfilm.de. Anche il tesseramento presso associazioni e federazioni andrebbe sottoposto ad un critico esame costi-benefici, come pure i contratti con centri fitness e simili.

Non sono mica scema!

un commento

Chi non butta via i suoi soldi alla prima offerta speciale è proprio scemo... Forse me ne servirebbe solo uno, ma dal momento che vedo un'offerta "tre per due" prendo tre, pago due, spendo il doppio di quello che avevo previsto e sono anche convinto di aver risparmiato. Furbo o scemo?

Manifesti, cartellini dei prezzi, spot radiofonici e pubblicità televisiva – tutto pare congiurare con un unico fine: alimentare nelle nostre teste di consumatori la maggiore confusione possibile su cosa sia risparmiare e cosa significhi spendere in modo sensato. A tale scopo ci evitano anche la fatica di pensare, e soprattutto quella di fare i conti.

Riflessioni su cosa siano i bisogni e le possibilità finanziarie, sull'esigenza di considerare la sostenibilità degli acquisti e la vera utilità degli oggetti e dei servizi appaiono grigie e antichate nel mondo scintillante del consumo continuo. Qui piuttosto si tende a fare shopping fino a quando borse e sacchetti non scoppiano, rincorrendo un'occasione e un'offerta

speciale dopo l'altra. Il tutto suona come un'avventura, un divertimento spensierato.

Se invece vogliamo dare alle cose il loro vero nome, ci avviciniamo senz'altro più alla verità. Acquistare qualcosa in un negozio è un'operazione economica. Valore e controvalore, costo e beneficio, entrate e uscite: tutte queste grandezze assumono peso e senso. Si tratta in fondo di definire cosa mi serve, cosa ricevo in cambio del mio denaro e per quanto tempo ne traggio un'utilità. Ora il pensiero va alla riflessione e al calcolo soppesato, all'impegno della scelta e della rinuncia. Un'attività meno sontuosa, un discreto passatempo, sicuramente più intelligente e soprattutto... per nulla da scemi.

Silvia Franceschini, Vice Capo Redattrice di Südtirol Heute (ORF)

Che tipo di rapporto abbiamo col denaro?

Con un po' di autocritica possiamo indagare su abitudini di spesa ormai consolidate, valutando eventuali correzioni. Quando più di tre caratteristiche collimano con il nostro profilo... ci conviene rifletterci su. Molta ironia, ma con una buona dose di verità:

A. Lo spendaccione

- Quando si tratta di spendere grosse cifre, pensa che si vive solo una volta.
- Preferisce i negozi di specialità alimentari al supermercato.
- I confronti tra i prezzi gli procurano fastidio. Si rivolge più volentieri al migliore negozio specializzato che conosce. Il prezzo detiene un'importanza secondaria.
- Se ha invitato a mangiare dieci persone, compra almeno per quindici.
- Per parcheggiare in centro non ha dubbi: sempre l'autosilo in centro storico, anche quando esiste un servizio di bus navetta che collega il parcheggio gratuito in periferia.

Nuovo motto: perchè permettere ad altri di trarre profitto dalla mia pigrizia? Voglio cercare alternative e confrontare i prezzi!

B. L'avaro

- Solo il prezzo più basso è sufficientemente conveniente; la qualità è meno importante.
- Conosce a memoria tutti i prezzi degli hard discount ed è disposto a percorrere anche dei chilometri per un risparmio di pochi cent.
- Al ristorante ordina per principio il piatto più economico.
- Se le spese di riscaldamento risultano un po' più care del solito, regola subito la temperatura ambiente 2-3 gradi in meno, anche se poi è costretto a girare in casa con dei calzettoni pesanti ed un maglione invernale.
- Anche se deve portare a casa un bel po' di merce, preferisce andare a piedi piuttosto di spendere qualcosa per l'autobus.

Nuovo motto: basta con i prodotti scadenti a prezzo stracciato! Voglio puntare su qualità, salute e benessere.

C. Il consumatore emotivo

- Va molto volentieri a fare acquisti dopo essersi arrabbiato per via del capo, del partner o dei figli.
- Acquista spesso prodotti che ha visto reclamizzati poco prima.
- Quando va a fare la spesa affamato, riempie poi il frigorifero

fino all'inverosimile.

- Se in negozio viene ben consigliato e il personale è gentile con lui, acquista anche prodotti dei quali non è convinto al 100%.
- In ferie si lascia andare ad acquisti che normalmente non farebbe.

Nuovo motto: penserò più a me e al mio conto in banca! Programmerò meglio i miei acquisti.

D. Il cacciatore di occasioni

- Offerte speciali, vendite per fine stock o mercatini d'occasione esercitano su di lui una magica attrazione.
- Ponendo che gli serva una nuova pentola, se trova un'occasione per una intera batteria da cucina è disposto a comprarsi tutto il set – nonostante abbia già sufficienti padelle e pentole – tranne quella che sta ora cercando.
- Non ha idea di quanto i prodotti della cosiddetta offerta speciale possano costare altrove.
- Ama gli acquisti negli spacci aziendali e le occasioni offerte all'estero, anche se deve percorrere un bel po' di strada.
- Possiede una buona quantità di articoli nuovi di zecca, acquistati in occasione di svendite e promozioni. Finora non è mai giunto il momento di utilizzarli.

Nuovo motto: il mio denaro giace negli armadi come un capitale inutilizzato. Ora cercherò di impiegare ciò che ho comprato, mi separerò dal superfluo e in futuro resisterò alla febbre degli acquisti spontanei.

E. L'acquirente di beni di prestigio

- Presta attenzione prima di tutto alla marca, poi al prezzo.
- Dà molta importanza all'essere giudicato "in".
- Conosce bene per esperienza diretta tutti i locali di tendenza.
- Acquista più volentieri un elettrodomestico di design che si combina bene con l'arredamento, piuttosto che un apparecchio dagli ottimi valori di efficienza energetica ma dal design meno attraente.
- Sebbene l'ultimo abito alla moda sia piuttosto scomodo, deve possederlo nel proprio guardaroba.

Nuovo motto: mi concentrerò sui veri valori! Finanziare uno stile di vita in pompa magna non è certo la cosa più "in" che io possa fare.

F. Il consumatore caotico

- Spesso spende per acquisti più di quello che intendeva spendere.
- Si trova più di una volta ad acquistare generi alimentari senza sapere esattamente cosa gli serve. Una volta a casa, si rende conto di avere già una buona quantità di quello che ha appena acquistato.
- La sua banca conosce la situazione del conto meglio di lui.
- È scioccato dall'ultima bolletta del telefono o della luce, ma non capisce cosa sia accaduto.
- Se qualcuno gli chiedesse l'estratto conto di due mesi prima, dovrebbe organizzare un'ampia ricerca.

Nuovo motto: mi impegno a redigere l'inventario di tutto l'appartamento e ad escogitare una strategia contro gli sprechi. Non voglio vivere alla giornata!

Fonte: "Besser haushalten" di Marion Zwick e Volker Zwick. ARD-Ratgeber Geld. Edizioni Verbraucherzentrale NRW, Düsseldorf: 2005.

Standard di vita: un sondaggio condotto dall'Eurostat nel 2005 sulle abitudini di consumo più diffuse presso i consumatori europei ha evidenziato come siano fattori di natura socio-economica peculiari ai singoli Paesi dell'Unione a condizionare le abitudini di spesa: così nei Paesi economicamente più deboli, vale a dire Estonia, Lettonia e Lituania, ma anche in Polonia ed Ungheria, la quota principale di spesa è indirizzata verso i generi alimentari, le bevande ed il tabacco, mentre in Inghilterra, Portogallo ed Austria le maggiori uscite riguardano le attività culturali e del tempo libero. Sulle uscite per abbigliamento e calzature, cioè per quanto contribuisce al nostro aspetto esteriore, più o meno tutti i Paesi sono accomunati da orientamenti molto simili tra loro.

Una trappola che getta nella povertà: la "vecchiaia"

Non tutti i debiti sono peraltro evitabili: il pensionato medio percepisce oggi in provincia di Bolzano dall'INPS un **trattamento pensionistico lordo** di soli 614 Euro al mese (per un confronto: in Trentino sono 646 Euro, la media nazionale è di 634 Euro, quella riferita al Nord Italia 703 Euro). Ancora, le donne ricevono, sempre in media, solo la metà di quanto ricevono gli uomini: mentre gli assegni erogati alle pensionate toccano i 453 Euro al mese, i pensionati di sesso maschile raggiungono in provincia di Bolzano gli 854 Euro al mese. Circa il 28% di tutti i trattamenti pensionistici percepiti nella nostra provincia si situano al di sotto della pensione minima (fissata attualmente in 420,02 Euro) e danno così diritto ad una integrazione da parte dello Stato (riguarda 31.781 donne e 6.911 uomini). Nessun mistero dunque, se il potere d'acquisto, perlomeno ad età avanzata, è su valori molto modesti.

Fonte: Studio dell'Istituto per la Promozione dei Lavoratori, novembre 2006 www.afi-ipl.org.



1.6 PERICOLO DIPENDENZE

Patologie dell'acquisto

Dover possedere ogni cosa che si vede. Una pulsione che ha già mandato in rovina molta gente. Il crescente indebitamento di famiglie e singles causato dalla pressione al consumo. Il primo studio sulle patologie dell'acquisto in Austria. Intervista col professore universitario Karl Kollmann.

Un tempo si acquistava solamente ciò che ci si poteva permettere, magari accantonando piccole somme anche per anni, fino ad avere il gruzzolo necessario. Niente soldi, niente consumo: più semplice di così. Oggi invece ci si concede questo e quello, anche senza avere di che pagare. Sembra che, se non si partecipa al grande gioco del consumo, si venga quasi esclusi dalla società. E

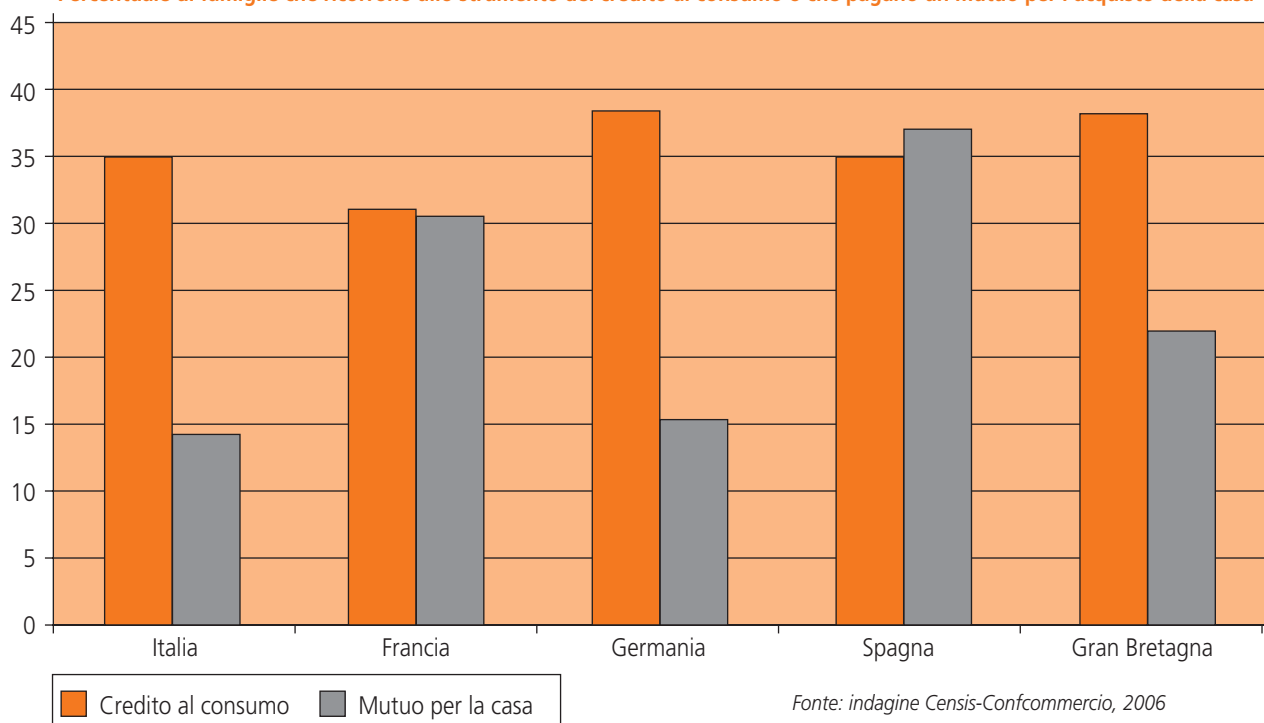
dunque non ci si tira indietro – a costo di concordare pagamenti rateali, contratti di leasing, pagamenti elettronici con la carta di credito, e così via. Per questo esistono d'altronde i crediti al consumo e le finanziarie, ad ogni tentazione abbiamo subito una risposta. Capita però che chi acquista a rate prima il telefonino, poi l'automobile e infine la cucina, o magari anche la vacanza estiva, finisca facilmente col perdere il controllo dei suoi conti. Cominciano allora ad arrivare lettere con solleciti di pagamento per le rate non corrisposte, una dopo l'altra...

Centro Tutela Consumatori, Servizi sociali e Caritas – il quadro che si presenta loro è sempre lo stesso: consumatori caduti nella trappola degli acquisti, che da un bel giorno vivono col problema dell'indebitamento o del sovraindebitamento. Talvolta ci sono anche altri risvolti, la passione del gioco, scommesse, casinò, ... Non esistono dati aggiornati sull'indebitamento complessivo che pesa sulle famiglie della nostra provincia in collegamento con la spesa per beni di consumo, ma la continua e rapida crescita conosciuta dalle richieste di consulenza negli ultimi anni (5.500 contatti solo per quanto riguarda la consulenza ai debitori offerta dalla Caritas nel 2006) permette di concludere come questo tipo di povertà non rappresenti più un problema legato a singoli casi isolati. Per complicare ulteriormente la situazione, parlare di denaro è ancora considerato un tabù. Il denaro si possiede oppure no, ma non occorre parlarne. Ci si vergogna anche di chiedere una consulenza, o si aspetta fino a quando è molto tardi per intervenire. Non è facile d'altronde capire fino a quando sarà possibile nascondere il fenomeno all'interno delle mura domestiche.

Gli acquisti a rate

si stanno muovendo in crescita in tutta Europa: in Italia come in Spagna, ammonta ormai al 35% la quota di popolazione coinvolta in crediti al consumo, che in Germania ed Inghilterra riguardano ben il 38% delle famiglie. La quota relativa alla Francia si assesta invece al 32%.

Percentuale di famiglie che ricorrono allo strumento del credito al consumo o che pagano un mutuo per l'acquisto della casa



Fonte: indagine Censis-Confcommercio, 2006

Dipendenza dal consumo quale forma compensatoria



La Camera del Lavoro di Vienna ha affidato due anni or sono all'Istituto di ricerche di mercato Gallup l'incarico di redigere il primo studio sulle dipendenze dal consumo esteso all'intera Austria. La ricerca, condotta sotto il coordinamento scientifico del professore universitario Dr. Karl Kollmann, ha raccolto, interpretato e mes-

so in relazione con i principali parametri dell'evoluzione sociale una grande mole di dati e informazioni sulle forme di dipendenza dai consumi.

Si tratta di fenomeni che evidenziano come "non tanto il possesso del bene acquistato, quanto l'atto dell'acquisto in sé costituisce un'attrazione stimolante per individui affetti da disturbi del comportamento in relazione al consumo". A detta di tale studio, conclusosi nel dicembre 2004, il 5,6% dell'intera popolazione austriaca risulta fortemente affetta da questa patologia, che coinvolge comunque un 19,2% degli individui in forma meno marcata, ma comunque rilevante. Si tratta di cifre che sottolineano l'importanza del fenomeno studiato all'interno della società. Konsuma ne ha parlato con l'esperto Karl Kollmann.

konsuma: Lo studio ha fornito alcune indicazioni piuttosto preoccupanti. Quali le sembrano maggiormente degne di nota?

Ritengo preoccupante in modo particolare il fatto che la dipendenza dai consumi coinvolga sempre più soggetti giovani, soprattutto ragazze, e ultimamente anche donne adulte, mentre per quanto riguarda gli anziani si sta avvertendo un leggero ridimensionamento. Parimenti grave mi appare inoltre l'elevato numero delle persone coinvolte, elemento che possiamo inquadrare nel più ampio ed evidente fenomeno rilevato nell'ultimo quinquennio, vale a dire la perdita del potere d'acquisto avvertita in tutto il Paese. Mi sarei aspettato un ridimensionamento del problema, ma i dati parlano di una tendenza in continua crescita.

konsuma: Come valuta la presenza della pubblicità e del marketing nella società attuale?

Direi determinante! I giovani vi si sono completamente abituati: due terzi di loro apprezza la pubblicità, giudicandola da buona ad ottima. Si tratta di informazioni raccolte nel 2001, che rispecchiano un'impostazione di fondo già in forte crescita dalla metà degli anni Ottanta.

konsuma: Come nasce e si sviluppa l'atteggiamento così diffuso di accettazione acritica dei prodotti di marca?

Sono da considerare più fattori: la mancanza di tempo e la fretta che viviamo nella nostra epoca, le pressioni sociali, la diffusione ancora inadeguata di conoscenze e competenze preziose per il consumatore. Tutto ciò fa sì che la marca sia divenuta poco a

poco una "chiave" di successo. Non dimentichiamo poi la pressione che spinge al consumo (come ha evidenziato uno studio del 2004): circa tre quarti della popolazione complessiva dell'Austria avvertono forte e opprimente una spinta a possedere sempre l'ultimo prodotto apparso sul mercato e a mantenersi così "al passo con i tempi".

konsuma: Come si fa strada la dipendenza dai consumi?

Lo stimolo verso la continua dedizione all'acquisto origina dalla necessità di compensazione: è un appagamento alternativo. L'atto dell'acquisto viene vissuto come appagante, quasi un risarcimento, una compensazione alla fatica patita nel lavoro, allo stress vissuto nella vita privata, ecc., proprio come avviene in altre forme già note di dipendenza e condizionamento indotti da particolari sostanze o causati da stati psicofisici. Nel complesso possiamo intravedere dietro tutto questo l'insoddisfazione di fondo nei confronti di una realtà vissuta e percepita come indesiderata.

konsuma: Dove dovrebbe concentrarsi secondo lei l'attività di prevenzione?

La formazione del consumatore dovrebbe entrare il più presto possibile a far parte del bagaglio culturale di un individuo, dunque già nella scuola. Sono convinto che la maturazione di una coscienza critica nei confronti della pubblicità e dei mezzi di comunicazione abbia bisogno di un costante allenamento. Accanto a questo impegno si deve badare anche ad alimentare un sano scetticismo verso il culto dei personaggi del momento e di stili di vita segnati da elevati livelli di consumo. Va spiegato ai giovani che la felicità non ha nulla a che vedere col reddito e tanto meno col livello dei propri consumi, appena raggiunta naturalmente una certa tranquillità economica. Assistiamo invece esattamente alla situazione opposta: ovunque non si parla d'altro che dell'equazione: più soldi = più consumo = più felicità.

La relazione sull'attività svolta dalla Caritas Italiana e dalla Fondazione Zancan nel 2004 riporta dati interessanti riferiti al nostro Paese. Vi si legge che tra l'1 e l'8% della popolazione adulta si sente trascinato nella spirale del consumo, che coinvolge soprattutto "donne nella fascia di età dai 35 ai 45 anni".

Dove rivolgersi?

Consulenza gratuita a privati,

previo appuntamento, presso la Caritas, servizio di consulenza ai debitori
 Bolzano - Via Museo 50 - Tel. 0471 301185
 Merano - Via delle Corse 52 - Tel. 0473 258757
 Brunico - Via Paul von Sternbach 6 - Tel. 0474 413977
 nonché a Bressanone, Silandro e Chiusa (telefonare alla sede centrale)

Anche il **Centro Tutela Consumatori Utenti** offre un sostegno nella ricerca di possibilità di risparmio, programmazione del bilancio familiare ed altri interventi di gestione delle proprie finanze. È sufficiente fissare un appuntamento.

2.1 GESTIRE AL MEGLIO LE PROPRIE FINANZE

Programmare, spendere, risparmiare



Imparando a rapportarsi con il proprio reddito e l'insieme delle spese connesse alla gestione familiare ci si può costruire un efficace strumento di budget "fai da te". Intervista a Birgit Kienzl, consulente per la gestione del bilancio familiare presso la sede staccata di Merano del CTU.

Se si registrano accuratamente tutte le voci di spesa e di entrata, si ottiene una preziosa panoramica sulla propria situazione finanziaria, col vantaggio di sapere in ogni momento quali sono le disponibilità liquide e l'ammontare delle riserve risparmiate: tenere una tabella o un quaderno del bilancio familiare è quindi il primo fondamentale consiglio che diamo alle famiglie. Certo con ciò non si è ancora risparmiato nulla, né si è usciti dai conti in rosso, e non si sono neppure concluse le discussioni che in famiglia si susseguono circa le spese da sostenere e le decisioni di gestione del denaro. Il quaderno del bilancio familiare è però pronto da consultare per capire in quale mese sarà probabilmente necessario stringere un po' la cinghia, o in quale periodo invece ci si potrà concedere qualche extra. La sua funzione non si esaurisce infatti nell'offrire un controllo dei flussi di entrata e uscita: risulta utile anche come strumento di orientamento, sul quale basare stime realistiche circa la realizzazione degli obiettivi finanziari che ci si è prefissati. Al proposito non ci si deve lasciare andare a visioni euforiche; la nostra vita non cambierà dall'oggi al domani, ma con un po' di realismo arriveremo senz'altro ad ottenere un migliore controllo della situazione. Il mutuo sulla casa dovremo però continuare a pagarlo, a meno che una improvvisa eredità non ci permetta di estinguerlo, o magari di prenderci una casetta col giardino... Avendo le idee chiare sulle risorse disponibili riusciremo ad aumentare le nostre capacità di risparmio, eliminando da un lato alcune spese inutili e avvicinandoci dall'altro ad obiettivi che un tempo ci sembravano molto più lontani – sia nel breve periodo (ad esempio riportare in pari un conto sempre in rosso), sia a medio termine (rinnovare l'impianto di riscaldamento, investire nella formazione dei figli ed altro), sia in un'ottica più di lungo periodo (acquisto dell'abitazione, previdenza per la vecchiaia). Preoccupandosi inoltre di prevedere accantonamenti specifici per spese straordinarie si riuscirà in futuro a vivere con maggiore serenità.

konsuma: Si è forse notato in Alto Adige un trend orientato ad un maggior impegno verso il risparmio e la programmazione del proprio budget?

Sì, soprattutto laddove ci sono consumatori interessati all'acquisto dell'abitazione, che cercano nell'ambito della consulenza tutte le possibili vie per il reperimento delle necessarie risorse finanziarie e per riuscire poi a rimborsare l'eventuale mutuo. Il quaderno del bilancio familiare è risultato peraltro molto gra-

dito presso coloro che si rendono conto di non farcela a gestire le proprie spese con le risorse disponibili, e sono intenzionati a cambiare in meglio la loro situazione complessiva.

konsuma: Quali sono le maggiori difficoltà incontrate nel far quadrare il bilancio?

Molti si lasciano abbagliare da un'offerta di beni di consumo che sembra non avere mai fine. Spesso si teme anche di rimanere indietro, di non portarsi al passo con chi ci circonda, oppure si viene sopraffatti dal peso della pubblicità. Il momento critico sopraggiunge quando si comincia ad attingere credito dal canale delle finanziarie e si hanno da gestire più pagamenti rateali in contemporanea. È raro d'altronde che ci si domandi: ho davvero bisogno di questo acquisto? Se la risposta risulta positiva anche dopo una certa riflessione, allora conviene risparmiare qualcosa un po' alla volta ed acquistare quando si è raccolto il gruzzolo necessario. Quindi no a regali, vacanze o televisori al plasma acquistati con prestiti al consumo! Molti di questi sogni risultano già fuori uso prima ancora di aver finito di pagarne le rate.

konsuma: Si sente anche dire che tenere un quaderno del bilancio familiare sia un impegno troppo gravoso.

Naturalmente richiede lavoro e impegno, che però dopo i primi giorni si ridimensiona presto, tanto da risultare al massimo di cinque minuti al giorno. Se poi, dopo soli due mesi, si cominciano ad apprezzare i primi frutti di questo lavoro e si raggiunge un miglior controllo delle proprie finanze, ci si rende conto che ne è valsa la pena. Dopo un anno si è ottenuta in genere la perfetta dimestichezza con questo strumento, e si sa a colpo sicuro dove puntare per ottenere il risparmio desiderato. Anche e soprattutto nelle situazioni più difficili, dove sembra che anche l'ultimo centesimo debba essere speso.

konsuma: Qual è l'atteggiamento dei consumatori che si rivolgono al CTU in cerca di consigli sul risparmio?

Ben di rado parlano apertamente della propria situazione finanziaria. La mia impressione è che gli altoatesini siano piuttosto chiusi quando si tratta di confidare problemi reddituali. Il denaro fa parte della sfera più intima, se ne parla con molto pudore. Capita d'altronde che vengano a chiedere consulenza anche pensionate col trattamento pensionistico sociale, vale a dire supergiù 400 Euro al mese. Incontrano grosse difficoltà quando magari si tratta di riparare il frigorifero. Qui le nostre possibilità sono pressoché nulle, perché queste persone fanno già l'impossibile per sbarcare il lunario. Si tratta di situazioni veramente preoccupanti, come del resto quelle di persone indebitate fino al collo che non potranno mai rimborsare i propri debiti, ma semmai li passeranno agli eredi.

konsuma: L'altoatesino medio è un buon risparmiatore?

Un tempo sicuramente più di oggi. Si sono passati tempi anche molto difficili, ma da quando è scoppiato il benessere manca spesso la volontà di impegnarsi nel risparmio, da noi come ovunque. In più esiste una particolarità della nostra terra, dove tutti più o meno puntano alla proprietà dell'abitazione e per questo motivo sono disponibili a parecchi sacrifici. L'attuale situazione economica e abitativa rende però molto difficoltoso appagare questo desiderio, specialmente per chi è solo o non può contare su particolari entrate.

Rinunciare a qualcosa o spostare nel tempo la soddisfazione di desideri materiali non è molto in voga oggi. Inoltre sappiamo che il risparmio va imparato, meglio da piccoli, magari con l'esempio

dei genitori. Se si comincia però troppo tardi, rischia di diventare un'impresa impossibile.

konsumma: Dove si individua generalmente la maggiore potenzialità di risparmio?

Direi nell'ambito assicurativo (da consigliare assolutamente il check-up della propria copertura assicurativa, specie per quanto attiene alle polizze vita!), ma anche in occasione di acquisti di una certa entità e nell'ambito delle spese di funzionamento per l'abitazione (energia elettrica, riscaldamento, acqua calda, smaltimento rifiuti, telefono). Generalmente sconsigliamo l'acquisto di prodotti di marca molto reclamizzati, perchè si finisce col pagare anche il relativo marketing. Le offerte speciali e le vendite di fine stagione rappresentano un'ulteriore opportunità per procurarsi a condizioni più vantaggiose determinati articoli (soprattutto di abbigliamento). Nell'acquisto di medicinali ci si può orientare sui farmaci generici, mentre nei trasporti conviene puntare sui più convenienti mezzi pubblici. L'automobile non rappresenta solamente un grosso interrogativo dal punto di vista ambientale, ma anche per le spese di acquisto, di mantenimento (se veramente necessaria, si può puntare su modelli alimentati a GPL o metano) e di riparazione.

Si consiglia peraltro in ogni circostanza di chiedere sempre la formulazione di un preventivo e di attivarsi personalmente in un confronto dei prezzi. L'acquisto di generi alimentari e di prodotti di uso quotidiano andrebbe programmato ad una cadenza non superiore a quella settimanale, meglio quindicinale, da abbinare possibilmente alla previsione di un menu per tutta la settimana (si può risparmiare molto sia in termini di denaro che di tempo). I generi alimentari non deperibili possono essere acquistati anche in quantità più consistenti, e utile può rivelarsi pure l'impiego del congelatore per organizzare una piccola riserva, cui attingere alla bisogna. Infine è bene ricordarsi che per abbigliamento, mobilia, automobili, ecc. ci si può rivolgere al mercato dell'usato!

Quaderno del bilancio familiare

Si può utilizzare il modello predisposto su carta dal CTCU, inserendo a mano i valori richiesti, oppure la versione su foglio elettronico, che permette di tenere tutto sotto controllo attraverso il computer (la si può scaricare dal sito www.centroconsumatori.it alla sezione "download").

All'inizio di ogni mese ci si dedica al controllo di cassa: contanti e saldo del conto in banca. Si comincia con l'indicare le voci di entrata, quindi ad annotare tutte le spese che via via si presentano, sia di tipo **fisso** che **variabile**. Nella prima categoria rientrano i canoni di affitto, i premi assicurativi, le bollette della luce, le quote associative, ecc. Fra le spese variabili si contano invece l'acquisto di generi alimentari, i costi sostenuti nel tempo libero, le uscite per formazione e cultura, per articoli di drogheria ed igiene personale, per turismo e vacanze, per riparazioni, ecc. È buona regola annotare quotidianamente tutte le spese sostenute, o almeno una volta alla settimana, aiutandosi con gli scontrini.

Per consentire al meglio la programmazione di spese consistenti ed impegnative, è bene stilare un **piano previsionale per tutto l'anno** (entrate ed uscite previste): già all'inizio dell'anno si riesce così a mettersi nell'ordine giusto di idee, riguardo ad esempio alle possibilità di concedersi una vacanza, un certo acquisto oppure no. Chi ha la costanza di dedicarsi alla tenuta del **quaderno familiare per più anni** riesce anche a stimare con buona approssimazione l'andamento delle proprie finanze nel tempo, programmando gli impegni futuri con serenità.



2.2 BAMBINI E GIOVANI

Paghetta & co.

Giovani e denaro: oggi la paghetta va naturalmente a finanziare bisogni sempre nuovi. Che ne è dell'educazione al risparmio? I trend che si affermano in Alto Adige e il telefonino quale oggetto di prestigio.

Il potenziale a disposizione dei giovani in termini di consumo rappresenta un fattore economico determinante. Se ne sono resi conto da tempo anche gli addetti ai lavori del mondo pubblicitario, che confezionano ormai i loro messaggi su misura per i giovani destinatari. L'ASTAT nella sua indagine sui giovani del 2004 ha evidenziato come il 93,4% dei ragazzi di età compresa tra i 12 e 13 anni dispone mediamente di 50 Euro mensili per esigenze personali. Nel gruppo di età 14-16 anni risulta che un adolescente su cinque può permettersi di spendere fino a 100 Euro al mese. Ed il 17,2% dei giovani residenti in provincia di Bolzano di età compresa fra i 17 e i 19 anni ha a propria disposizione ogni mese qualcosa come 500 Euro, che diventano naturalmente qualcosa in più se ci si riferisce agli apprendisti, ed in meno invece se i giovani non prestano alcuna attività lavorativa. Nel complesso è evidente come la gioventù di oggi disponga di molte più risorse economiche rispetto anche a solo pochi anni fa. Si tratta comunque di risorse che vengono regolarmente spese (in media nella misura del 96%), soprattutto da parte dei più giovani. Tra tutti gli intervistati emerge una posizione di maggiore parsimonia da parte delle scolare e delle studentesse, mentre i maschi, soprattutto quelli più giovani, dimostrano una natura

“spendacciona”, che li porta anche a sobbarcarsi dei piccoli prestiti o dei veri debiti. Per finanziarsi i consumi desiderati (visto che la paghetta spesso non basta), essi ricorrono a pressanti richieste di denaro nei confronti dei genitori, ma soprattutto di amiche e parenti. La loro “carriera di debitori” comincia molto presto, visto che i dati disponibili indicano come il 21,8% dei giovani di età compresa tra i 15 e i 25 anni risulta in qualche modo indebitato.

Dove va a finire tutto questo denaro? Per la maggior parte in consumazioni, in eventi culturali e in vestiti o accessori alla moda. Il benessere dei giovani altoatesini si esprime anche in ciò che essi possiedono: ad esempio il telefonino, in vetta alle preferenze (94,6%), seguito dalla bicicletta (più di tre quarti del campione studiato) e dall'impianto stereo (due terzi). Non mancano gli apparecchi televisivi, il computer e l'automobile (per un terzo degli intervistati). Per oltre il 20% dei giovani coinvolti nella rilevazione, il compimento della maggiore età coincide con il possesso della prima automobile. La quota si avvicina addirittura al 70% passando alla classe di età 23-25 anni (il dato è condiviso in misura minore da parte degli studenti universitari, che in tal senso portano ad abbassare la media).

La pubblicità non si dimentica

I bambini amano la pubblicità, soprattutto quella televisiva. “Guardare la televisione” è la risposta che il 73,3% dei giovani intervistati nell'ambito dello studio dell'ASTAT ha fornito alla domanda “come trascorri il tuo tempo libero nell'arco della settimana?”. Bambini e giovani tra i 6 ed i 16 anni trascorrono circa due ore al giorno davanti all'apparecchio televisivo (stando alla Deutsche Gesellschaft für Ernährung, 2000): un tempo sufficientemente ampio da sfruttare a suon di spot pubblicitari da parte di chi vuol vendere dolciumi, giocattoli, CD e accessori amati dal giovane pubblico. Chi punta ad allargare la propria quota di mercato sa troppo bene come i desideri di questi piccoli consumatori sono legati alle seduzioni della pubblicità: i messaggi vengono assorbiti in modo praticamente acritico. Le conseguenze le conosciamo: abitudini alimentari sbagliate e indebitamento causato da desideri spropositati. I logo dei prodotti di marca vengono riconosciuti già dai bambini di tre anni!

Un bambino però non è in grado di distinguere il programma televisivo dai messaggi pubblicitari fino a quando non ha compiuto i sei anni, e solo a partire dagli otto acquista un certo senso critico. Si tratta di conoscenze sul naturale sviluppo della percezione che possono tornare utili ai genitori per puntare sulla maturazione della competenza dei propri figli in termini di consumi. L'obiettivo è di riuscire a dire consciamente “no” di fronte ai desideri suggeriti dalle sirene della pubblicità.

Vedasi anche www.kinderkampagne.de

La generazione tra i venti e i trent'anni attraversa a causa della stagnazione economica che accomuna tutta l'Europa una fase caratterizzata da redditi modesti e piuttosto incerti: si vive ancora nella casa dei genitori, anche perché le possibilità economiche non consentono null'altro, si studia, magari si ha già un master in tasca, ma il lavoro non garantisce un'adeguata remunerazione, avviene perlopiù a titolo occasionale o con contratti a progetto. La rivista europea online “cafébabel” parla in un articolo di “Europa in svendita” e di “generazione low cost”,

composta da giovani che celebrano entusiasti l'era dei consumi a basso costo, visto che mai prima d'ora si è potuto volare in Europa a tariffe così basse, telefonare a prezzi stracciati e mangiare in modo conveniente. Il prezzo costituisce per loro l'elemento cardine. Così viaggiano in aereo da una parte all'altra del continente, si vedono un bel po' di mondo e sono sempre alla ricerca dell'abbigliamento ai prezzi migliori e degli ultimi ritrovati dell'intrattenimento elettronico. Questa generazione presenta naturalmente una spiccata sensibilità verso le offerte delle compagnie aeree tipo Ryanair, i mezzi di comunicazione più vantaggiosi, la telefonia via internet con la tecnologia VoIP, le opportunità introdotte dall'eCommerce. D'altra parte questo fenomeno di illimitata mobilità presenta anche aspetti meno brillanti, come le conseguenze drammatiche per l'ambiente ed i ben noti effetti collaterali della globalizzazione (ad esempio lo sfruttamento della forza lavoro). Chi decide di farsi un giro negli olimpi della moda di Budapest, Praga, Londra, Manchester o Barcellona, unendo magari al volo straconveniente un bell'acquisto scontato, non fa che favorire ancora di più, coscientemente o meno, i disastri causati da tale ordine mondiale.

La paghetta – check list per i genitori

- Il senso ultimo della paghetta: la gestione di una propria somma di denaro aiuta bambini e giovani a conoscere il valore del denaro e a divenire autonomi. Perché il bambino impari a ripartire le sue piccole risorse finanziarie tra le diverse esigenze, è bene che la paghetta venga data con regolarità. Ciò che non si impara da piccoli rimarrà ostico anche da adulti!
- È bene valutare quale importo attribuire come paghetta tenendo debito conto della situazione economica generale della famiglia e del numero dei figli. Se dovessero subentrare difficoltà finanziarie sarà bene discuterne insieme.
- Un consiglio del CTCU e del servizio di consulenza ai debitori della Caritas: partire con la paghetta in concomitanza con l'avvio della frequenza scolastica, introducendo prima una cadenza settimanale (tra i 6 e i 10 anni) e poi mensile.
- Gli importi consigliati: dai 6 ai 7 anni 1,50 - 2 Euro alla settimana
dagli 8 ai 9 anni 2 - 3 Euro alla settimana
verso i 10 anni ca. 12,50 Euro al mese
verso i 11 anni ca. 15 Euro al mese
verso i 12 anni ca. 17,50 Euro al mese
verso i 13 anni ca. 20 Euro al mese
verso i 14 anni ca. 22,50 Euro al mese
verso i 15 anni ca. 25,50 Euro al mese
verso i 16 anni ca. 30,50 Euro al mese
- I ragazzi dai 16 anni in su dovrebbero contribuire attraverso il proprio lavoro ed altre attività a finanziare o arrotondare la paghetta mensile.
- Conviene non intromettersi nella gestione che il bambino o ragazzo fa della propria paghetta, intervenendo solo in caso di scelte pericolose o malsane.
- Se giungessero richieste di integrazioni, si può dare un anticipo sul mese successivo.
- Evitare di dare troppo denaro: chi riceve una paghetta esagerata perde presto il controllo.
- Non vanno premiate collaborazioni che di per sé rientrano nei normali doveri domestici (ad esempio portare le immondizie, lavare i piatti o fare a dovere i compiti), mentre è bene remunerare adeguatamente la disponibilità dimostrata in occasioni

straordinarie (ad esempio tagliando l'erba, aiutando nella pulizia dei vetri).

- La paghetta non va mai sfruttata come strumento di ricatto.
- I figli vanno educati al risparmio, senza dimenticare che è l'esempio dato dai genitori quello che conta. Chi risparmia impara anche ad esercitare la pazienza, gode più a lungo della gioia dell'attesa e si esercita nella gestione consapevole dei desideri.

La paghetta – check list per i giovani

- Rifletti se veramente puoi permetterti ciò che desideri.
- Sii particolarmente prudente nell'impiego di mezzi di pagamento elettronici (bancomat e carta di credito inducono a spendere senza riflettere e portano spesso ad andare in rosso).
- Pensa a come migliorare eventualmente la tua paghetta: offrendo il tuo aiuto come baby-sitter o assistente a persone anziane, cercando un lavoro estivo negli alberghi, in agricoltura o in occasione di eventi fieristici, facendo commissioni di vario tipo, distribuendo materiale pubblicitario, sfruttando ciò che sai fare meglio.
- Annota le tue spese in un prospetto settimanale o mensile, per mantenere sempre il controllo della situazione.

La trappola del telefonino

Ben l'80% dei dodicenni possiede in Alto Adige un proprio telefonino, che a partire dai 14 anni diviene pressoché obbligatorio (lo ha il 97% degli adolescenti).

Con un'offerta tariffaria che conta più di 400 diverse opzioni è praticamente impossibile – per quanto si sia informati – riuscire ad avere sott'occhio il mercato! I giovani rappresentano, insieme alla categoria degli anziani, il bersaglio predestinato delle trappole tese dai gestori telefonici. In linea di principio sono possibili due tipologie di fruizione della telefonia mobile, vale a dire le carte ricaricabili ed i contratti con canone periodico. Nel primo caso si può telefonare solo fino a quando è esaurito il credito presente sulla carta, senza dover pagare nessun onere periodico.

Consiglio n. 1: diffidare di qualsiasi slogan pubblicitario. Nessuno regala niente.

Consiglio n. 2: valutare attentamente quale piano tariffario sia più indicato e conveniente nel caso specifico. Se non si intende telefonare spesso e riveste invece maggiore importanza l'essere raggiungibile, basterà acquistare una ricaricabile (contratto che non prevede canoni periodici).

Consiglio n. 3: l'opzione della tessera ricaricabile risulta generalmente più vantaggiosa per i giovani, in quanto consente loro di non perdere facilmente il controllo dei propri costi (un confronto tra i costi è possibile online attraverso il servizio per la comparazione delle tariffe telefoniche, organizzato da Centro Tutela Consumatori e Ufficio di Gabinetto della Provincia Autonoma – si veda il portale della Rete Civica www.provincia.bz.it/phonerate)

Consiglio n. 4: fare telefonate brevi specialmente di giorno, quando i costi sono maggiori.

Consiglio n. 5: attenzione alle clausole contrattuali! Studiare ogni trafiletto delle condizioni previste, soprattutto se scritto con caratteri piccolissimi. Importante controllare ad esempio se sia prevista una penale in caso di recesso contrattuale. I contratti con canone periodico prevedono

normalmente una durata minima di due anni, ed alcuni sono addirittura collegati ad un traffico minimo garantito. L'esempio del gestore Tre: chi sottoscrive i moduli contrattuali (24 mesi), riceve un telefonino dell'ultima generazione (ricezione video, funzionalità foto, wap, ecc.) per soli 3 Euro. Si tratta però di un apparecchio che, a causa delle molteplici funzionalità, è molto delicato e di difficile utilizzo, specie da parte di soggetti anziani. Nel caso si guasti, rimane comunque il vincolo nei confronti della SIM di Tre. Si tratta di una probabilità statisticamente elevata, se si considera come su dieci apparecchi, cinque siano fuori uso già dopo poche settimane.

Consiglio n. 6: è bene considerare con calma in quale orario della giornata si intende di regola telefonare e quale dei gestori è più gettonato dalla maggior parte dei propri contatti: ciò porta solitamente alla scelta più conveniente.

Consiglio n. 7: attenzione ai prezzi richiesti per i servizi aggiuntivi: SMS, segreteria telefonica, ecc.

Consiglio n. 8: conviene ricaricare la carta attraverso lo sportello bancomat o un negozio della rete di vendita, considerando anche che fino alla definitiva abolizione dei costi di ricarica in Italia sarà meno oneroso effettuare poche ricariche di importo più cospicuo.

Consiglio n. 9: particolarmente care risultano le telefonate radiomobili all'estero, in quanto vi sono da pagare anche i costi del cosiddetto roaming. Un addebito è previsto anche nel caso di ricezione di chiamate all'estero, persino quando non si risponde e la comunicazione venga registrata nella mailbox. Se ci si trova spesso all'estero, conviene valutare l'acquisto di una ricaricabile in loco.

La garanzia

- Conservare accuratamente lo scontrino di acquisto del telefonino per 26 mesi: il periodo di due anni introdotto dalle norme sulla garanzia prevede infatti ulteriori due mesi per far valere i relativi diritti attraverso un reclamo.
- Non attendere più di un mese la riparazione dell'apparecchio, dal momento che nel frattempo vanno corrisposti comunque gli oneri periodici previsti dai contratti di abbonamento.
- Nei primi sei mesi dall'acquisto si può pretendere la sostituzione del prodotto, poiché l'onere della prova è previsto a carico del venditore. Difficilmente quest'ultimo sarà infatti in grado di provare che l'apparecchio fosse perfetto al 100% nel momento della vendita. Ciò non significa che più tardi non si possa più avanzare reclami, solo che poi l'onere della prova sarà passato in capo all'acquirente. Che fare però se in negozio non ci credono e affermano ad esempio che è entrata acqua nell'apparecchio? In tal caso è bene cercare un perito e citare sulla base della sua valutazione il venditore davanti al Giudice di Pace (contenziosi sotto i 500 Euro). In caso di vittoria verranno anche rimborsate le spese di perizia.



2.3 ABBIGLIAMENTO I

Semplificare prima di tutto

Di seconda mano o nuovo di zecca? A cosa prestare attenzione per riordinare non solo il guardaroba, ma anche la propria vita.

Oggi essere attraenti e “in” ha molto a che fare con la scelta del proprio abbigliamento. Indossare al momento giusto la cosa giusta significa essere ben accetti in società, come fanno anche i bambini, non di rado già conformati a questa esigenza. Stiamo sempre a cambiarci d’abito e acquistare nuovi capi, i nostri armadi guardaroba straboccano. Per fortuna che la Caritas ci aiuta una volta all’anno a smaltire un po’ di cose inutili. Vogliamo possedere e utilizzare una quantità di vestiti come nessuna generazione prima di noi, e lo facciamo a spese del resto del mondo. Sì, perchè anche se volessimo selezionare solamente capi firmati e costosi, tutta questa merce che indossiamo – con un paio di eccezioni – proverrebbe comunque dalle fabbriche dei Paesi poveri, dove alla macchina per cucire si affannano donne e bambini in cambio di salari da fame e talora in condizioni inimmaginabili. In Alto Adige il Movimento femminile cattolico (KFB) sostiene con la collaborazione dell’Organizzazione per un mondo solidale (OEW) la campagna **“Clean Clothes” (abiti puliti)**, intesa non solo come impegno di sensibilizzazione diffuso nel mondo intero, ma anche come fonte di pressione sulle imprese multinazionali e sui potenti degli Stati coinvolti perchè questa mancanza di diritti abbia fine. Ognuno di noi può dare il proprio contributo, cominciando a semplificare un po’ il proprio guardaroba.

Indirizzi e contatti relativi a **negozi di abiti usati e mercatini di compravendita dell’usato** sono indicati a pagina 47. Oltre al vantaggio in termini finanziari, i tessuti di seconda mano offrono

altre opportunità: sono più sani, perchè a contatto con la pelle non la irritano con sostanze chimiche, eliminate in gran parte dai numerosi lavaggi, oltre a dare una mano all’ambiente, evitando l’impiego di nuove materie prime.

Se comunque si opta per l’acquisto di un nuovo capo di abbigliamento, è consigliabile tener conto di diversi elementi:

- la composizione delle fibre (quelle sintetiche producono troppa energia nel corpo, più di quella che può essere smaltita dall’organismo);
- una sufficiente informazione in etichetta circa le modalità di lavaggio e cura;
- conviene sottoporre il capo appena acquistato ad un lavaggio preliminare, dal momento che solitamente rimangono nelle fibre parecchi residui dei forti trattamenti chimici subiti (per ottenere lucentezza, facile stirabilità, trattamento antitarne, ecc.);
- sarebbero da evitare i capi che consentono la sola pulitura a secco (per il carico causato all’ambiente e per motivi igienici, causa la maggiore possibilità di contrarre micosi);
- fare attenzione alla presenza di marchi di qualità (che comprovano ad esempio allevamento rispettoso delle specie animali, rinuncia all’impiego di fertilizzanti, produzioni e lavorazioni eticamente condivisibili);
- orientare la scelta verso tessuti durevoli, il più possibile naturali o almeno scarsamente trattati.

Riordinare il proprio armadio guardaroba, portando gli abiti non più usati al punto di raccolta della Caritas o ai vari mercatini di compravendita, conduce ad un senso di liberazione per la mente e per il corpo. L’ideale è riuscire a limitare il proprio guardaroba ai soli capi nei quali ci si sente veramente a proprio agio.

Chi riesce a semplificare, ha di più dalla vita

Ormai c’è chi con un certo impegno e con un buon successo ha sviluppato una propria filosofia al proposito, come l’ideatore del metodo “simplify your life”, il tedesco Werner Tiki Küstenmacher. Riviste, libri e consulenze sul tema gli hanno fruttato addirittura il premio all’innovazione messo in palio dal Centro Consumatori del Nordreno-Westfalia nel 2004. Il primo consiglio che egli, insieme al suo team di esperti, rivolge a chi cerca aiuto in tal senso, è quello di liberarsi di tutto ciò che è divenuto inutile (razionalizzando il posto di lavoro e sgomberando dal ciarpame la propria casa). Il passo successivo consiste nel prendere in mano le proprie finanze, mentre il terzo passaggio dovrebbe condurre a semplificare la vita attraverso un’oculata gestione del tempo. È poi la volta della cura del corpo e dell’anima, a tutto beneficio della propria salute. Infine, vanno riconsiderati tutti i rapporti sociali ed affettivi, aprendosi a nuovi orizzonti ai quali orientarsi e facendo pulizia anche all’interno di se stessi. Il premio che coronerà tutti questi sforzi sarà quello di donare più slancio e senso alla propria vita.

7 passi necessari per semplificare il proprio guardaroba:

- 1. Tutto fuori!** Svuotare completamente l’armadio.
- 2. Test!** Provare ora ogni capo accuratamente.
- 3. Onestà!** Guardandosi allo specchio, valutare onestamente: come mi sta? Mi sento a mio agio in quest’abito? Ci

sono altri capi da abbinare? Quante volte l'ho indossato negli ultimi 12 mesi? Appena la risposta è no, riporre l'abito tra quelli scartati. Evitare di conservare nell'armadio abiti che potrebbero andar bene solo dopo aver perso i chili di troppo.

4. Compromessi: ciò che può ancora andare, ma presenta qualche rottura o segni di usura, viene riposto tra gli "abiti da lavoro". Questi tornano utili quando ci si dedica a qualche lavoro in casa, si vogliono pitturare le pareti, fare grandi pulizie, ecc. Si tratta di un reparto dell'armadio che non deve però crescere a dismisura: 2 pantaloni e 2 pullover o camicie bastano abbondantemente.

5. Depositi intermedi: gli abiti scartati vanno a finire in uno scatolone, sul quale va scritta la data dello smistamento. Esso va poi conservato in cantina o in soffitta per un anno. Se durante questo periodo non si è rimpianto nulla del suo contenuto, è giunto il momento di portare il tutto alla raccolta degli abiti usati.

6. Combinazioni: i capi che hanno passato con successo lo smistamento vengono ora esaminati dal punto di vista degli abbinamenti possibili con cinture, borse, cravatte, scarpe e altri accessori. È bene annotarsi queste combinazioni, da sfruttare poi quando ce n'è l'occasione. Anche gli accessori che, per quanto belli e gradevoli, non possono essere abbinati a nulla, finiscono nello scatolone di cui al punto 5.

7. Ordine: ora l'armadio si riempie nuovamente, avendo cura di riporre i capi più spesso utilizzati sui ripiani maggiormente a portata di mano. Il contenuto dei cassetti può essere suddiviso nel modo migliore impiegando delle scatole o delle divisorie apposite.

Fonte: www.simplify.de

sono ubicati nelle vicinanze della fabbrica. Più spacci possono collaborare, offrendo congiuntamente i vari prodotti in centri commerciali che prendono il nome di factory outlet center.

Qual è la ricetta di tale successo? Le grandi firme intendono raggiungere attraverso gli outlet anche strati diversi di clientela, accomunati dal non poter vantare portafogli particolarmente gonfi. Due piccioni con una fava, dunque, soprattutto se per realizzare questo proposito mettono in vendita articoli che non potrebbero raggiungere i canali tradizionali, ma che nella maggior parte dei casi andrebbero scartati. L'assortimento di articoli di marca e di design offerti dai produttori nell'ambito degli outlet appartiene per almeno il 70% al settore dell'abbigliamento. Il resto si suddivide tra calzature e pelletterie, porcellane, cristalli, vasellame e pentole, articoli per la casa, ma anche giocattoli, bigiotteria, elettrodomestici e computer.

Cosa si nasconde dietro tutto ciò? Molte produzioni "locali" sono realizzate ormai da tempo non più in Italia, ma nei Paesi dell'Est europeo, nel Continente asiatico e altrove. Il produttore trova però conveniente organizzarsi in Italia un proprio canale commerciale secondo la tipologia dello spaccio aziendale. Solo in tale maniera infatti egli ha la possibilità di influire sulla determinazione del prezzo di vendita, impedendo che la propria marca venga squalificata da politiche commerciali indesiderate. L'investimento che si rende necessario in termini di costi del personale, locazione di locali commerciali e trasporti risulta ampiamente remunerato.

Il concetto di outlet e l'idea stessa che sostiene questa tipologia commerciale giungono naturalmente dagli USA (dove outlet significa "sbocco", "valvola di sfogo", "via d'uscita"). A differenza di quanto avviene dalle nostre parti, però, lì l'acquisto in un outlet garantisce veri affari, dal momento che ambiti prodotti di marca vi vengono smerciati per pochi dollari, mentre da noi l'acquisto presso l'outlet non significa necessariamente un vero vantaggio. Nel nostro Paese mancano infatti sia una definizione ufficiale di outlet, sia una disciplina giuridica che regolamenti questa forma di vendita. E così capita di vedere passare di tutto sotto il nome di outlet o spaccio aziendale. Non sempre quindi possiamo esser sicuri che dove è scritto spaccio si trovi veramente uno spaccio. Raro d'altra parte trovare a prezzi convenienti dei prodotti di marca, quando addirittura non si incontrino offerte truffaldine: sembra addirittura che esistano ditte – anche in Alto Adige – che fanno produrre merce scadente da piazzare nel proprio outlet presentandola come merce di qualità (a prezzi lunari). Qui si attende che il legislatore ponga presto un chiaro limite all'abuso.

2.4 ABBIGLIAMENTO II

Outlet: affari d'oro?

Spacci aziendali: il sogno dei prodotti di marca e di qualità a prezzi abbordabili. Cosa può nascondersi dietro queste offerte e cosa tenere presente prima di lasciarsi andare all'ebbrezza dell'acquisto.

Gli outlet spuntano ormai come funghi nelle varie periferie delle città – ultimamente anche al Brennero. L'offerta è chiara: articoli di marca a prezzi da sogno (con forti sconti sul prezzo normale di vendita). Così le promesse; chissà se vengono poi anche mantenute?

L'enciclopedia online Wikipedia riporta alle voci factory outlet, spaccio aziendale, outlet store: "esercizio commerciale specializzato nella vendita di prodotti di marca direttamente dal produttore al consumatore". Gli esercenti possono offrire tali prodotti al di sotto del normale prezzo di vendita in quanto evitano le intermediazioni dei grossisti e dei dettaglianti. La merce offerta è rappresentata perlopiù da articoli di marca, talvolta con difetti di fabbricazione o fuori catalogo. Gli spacci aziendali non sempre

Conviene o non conviene?

- È consigliabile farsi un'idea della merce e dei relativi prezzi dando prima un'occhiata nei negozi tradizionali. La differenza di prezzo tra la merce in vendita nel canale tradizionale e nello spaccio aziendale dovrebbe essere di almeno il 20%.
- Se un dettagliante si inserisce tra la produzione e il consumo risulterà difficile mantenere un grosso vantaggio in termini di prezzo per il consumatore; improbabile quindi che ci si trovi davanti ad un vero outlet.
- Una casa produttrice è propriamente tale solo se produce una parte essenziale del prodotto posto in vendita. Acquisti ingenti di merce proveniente da altre imprese sono per-

lomeno insoliti (in Germania espressamente vietati).

- La collezione più recente di una determinata marca non può assolutamente finire sugli scaffali di un outlet (che può invece offrire prodotti non più in catalogo o appartenenti alla stagione passata, o ancora prodotti di seconda scelta o prototipi). Prestare la massima attenzione!
- Creazioni di alta moda o elettrodomestici offerti con ribassi superiori al 50%? Attenzione e prudenza, a meno che non si tratti espressamente di articoli di seconda scelta (con piccoli difetti). In tal caso sono possibili sconti anche nell'ordine del 70%.
- Quando prodotti di più marche vengono offerti all'interno di uno spaccio outlet (non un outlet center), è chiaro che essi fanno capo ad una molteplicità di produttori, e quindi non ha senso parlare di outlet.
- Nonostante i prezzi possano apparire favorevoli, è bene porre attenzione anche negli outlet all'aspetto qualitativo, esaminando bene la merce alla ricerca di possibili difetti. Importante anche domandarsi se è il caso di acquistare un terzo o un quarto cappotto, solo perchè risulta conveniente.
- Infine, non dimenticare che le norme sulla garanzia valgono naturalmente anche per gli acquisti effettuati in un outlet.

Un'indagine di mercato condotta da "Altroconsumo" nel dicembre 2005 e rivolta alla comparazione dei prezzi praticati negli outlet e nel normale canale del commercio al dettaglio ha evidenziato come il risparmio medio raggiunto da chi acquista negli spacci si aggira sul 22%, con punte fino al 50-60%. Per un 10% della merce considerata si sono però anche trovati addirittura prezzi più elevati presso gli outlet per lo stesso identico articolo (è il caso ad esempio di Mandarina Duck, Panettone Bauli, Chicco) rispetto al negozio tradizionale del centro città. Non pochi degli spacci visitati hanno rifiutato di fornire informazioni e consentire un raffronto dei prezzi. Trasparenza zero, anche perchè solo in rarissimi casi il cartellino del prezzo esposto riportava il prezzo convenzionale, la percentuale di sconto e la tipologia di vendita (seconda scelta, modello fuori catalogo, rimanenza di magazzino, collezione di prova, ecc.), tacendo persino sulla presenza di difetti di fabbricazione (in tal caso trova applicazione il diritto di garanzia!).

2.5 ALIMENTAZIONE

Puntare sulla qualità

Che alimenti acquistare? La scelta bio e la sostenibilità. Con un occhio anche al prezzo.

Su una cosa siamo certamente d'accordo: il cibo deve avere un aspetto appetitoso, profumare e appagare il nostro palato. Quando poi è anche sano e prodotto nel rispetto della natura e dell'uomo non può che piacere.

Gli alimenti biologici sono ormai usciti dalla nicchia riservata agli addetti ai lavori.

Anche per i prodotti dell'agricoltura biologica esistono comunque due categorie: quella delle lavorazioni artigiane e quella della produzione industriale con un complesso processo di elaborazione (ad esempio i piatti pronti). Entrambe trovano posto sugli scaffali e nei banchi frigo di qualsiasi negozio biologico, ma i prodotti meno elaborati presentano una valenza qualitativa più pronunciata. Ormai anche nel comparto biologico si è svegliato lo spirito del profitto, attirato da tassi di crescita assai cospicui negli ultimi anni sia per quanto riguarda le quantità smerciate, sia naturalmente sul piano del fatturato (oltre il +10% nel solo 2006). Nel frattempo, i prodotti biologici hanno fatto il loro ingresso anche in quasi tutte le catene della larga distribuzione e persino in alcuni hard-discount. In Germania, dove questo trend si avverte in modo travolgente, il 94% delle famiglie risulta acquistare almeno qualche prodotto bio. In Italia la crescita più marcata del settore biologico si registra per il segmento dell'ortofrutta.

Sostenibilità: l'esempio del pesce

Se tra gli specialisti si parla ormai di sostenibilità con grande rispetto, questo concetto ai più non dice praticamente nulla. Un prodotto che possa vantare caratteristiche di sostenibilità deve innanzi tutto avere le carte a posto per quanto riguarda particolari peculiarità di natura ecologica o sociali. Inoltre viene solitamente evidenziato attraverso dei marchi rilasciati da organismi indipendenti ed una collocazione privilegiata negli scaffali di vendita. Preferire ad esempio del pesce ottenuto da acquacoltura biologica e da metodi di pesca ecosostenibili contribuisce a mantenere la biodiversità nell'ambiente marino. Queste procedure di pesca sono attente a non compromettere l'ecosistema dei fondali e ad attingere selettivamente alle risorse. Chi voglia gustarsi del buon pesce senza rovinarsi la coscienza potrebbe attualmente scegliere tra carpe, aringhe, sgombri e merluzzo giallo. Tutti gli altri pesci appartengono a specie minacciate o addirittura in via di estinzione (Fonte: Greenpeace).

Che fare?

- La frutta e verdura di stagione è più matura, ricca in vitamine ed aromi,
- meglio ancora se proviene dall'ambito locale o viene acquistata dal contadino (bilancio ambientale e freschezza).
- Evitare di comprare il superfluo.
- Consigliabile una programmazione precisa della spesa (l'ideale è formulare un menu settimanale), tenendo conto anche delle possibilità di stoccaggio e ad esempio del tempo necessario alla preparazione. Talora è più sensato acquistare surgelati, se non si avrà il tempo di pulire e preparare la verdura fresca.
- Evitare alimenti che: a) siano stati prodotti con tecniche inquinanti; b) abbiano passato complesse trasformazioni; c) siano confezionati con ampio dispendio di materiali.
- I prodotti sfusi presentano le migliori caratteristiche ambientali e salutari. Il confezionamento in pellicola trasparente può comportare l'impiego e il rilascio di ftalati, un'insidia per la nostra salute. Anche il rivestimento interno di diverse latte per alimenti può aver subito trattamenti con sostanze chimiche pericolose per la loro influenza sul bi-

lancio ormonale. Per inciso, va detto che il cibo in scatola ha già richiesto nella fase della produzione una quantità spropositata di energia e risorse.

- Preferire prodotti biologici ed equo solidali (TransFair).
- Meglio risparmiare su carne, insaccati e formaggi piuttosto che su un buon pane integrale e su frutta e verdura di qualità.
- Una miriade di consigli utili si trova nell'edizione di Konsumma dedicata all'alimentazione (aprile 2005) e sul portale internet www.centroconsumatori.it

Rispetto al costo della vita in generale, lievitato di sei volte negli ultimi 40 anni, i prezzi dei generi alimentari sono cresciuti solo di due volte. In termini relativi quindi, il cibo non è mai stato conveniente come oggi. Certo che tutto ciò può far piacere a noi consumatori, ma dovremmo anche considerare come per tale evoluzione si sia pagato un caro prezzo, in termini ambientali e sulle spalle dei contadini e delle popolazioni dei Paesi in via di sviluppo. Qualità a tavola dovrebbe perciò significare anche che nessuno debba pagare il prezzo del nostro lusso.

Facendo la spesa faremmo bene ad occuparci anche delle condizioni nelle quali i prodotti che acquistiamo sono stati coltivati o trasformati.

Perché il biologico è più caro?

Normalmente chi acquista prodotti biologici e sostenibili deve sopportare prezzi più elevati rispetto ai prodotti convenzionali. Si tratta peraltro di una differenza che spesso ha ben fondate ragioni: la produzione di alimenti sani e di elevato valore richiede nella fase di coltivazione il rispetto di rigide normative a tutela dell'ambiente e del patrimonio zootecnico, oltre a molto più lavoro e tempo. Va considerato inoltre che le cifre smerciate nel bio non hanno ancora raggiunto un livello che consenta economie di scala e limature dei prezzi: marketing, trasporti e approvvigionamento risultano certo più convenienti quando si lavora su grossi numeri. Infine non dimentichiamo la resa agricola: a parità di superficie coltivata, un agricoltore biologico ottiene raccolti meno abbondanti rispetto ai colleghi dell'agricoltura convenzionale.

2.6 CENTRI COMMERCIALI

Innsbruck chiama

Rilevazioni comparative dei prezzi, la voglia di macinare chilometri, il piacere di dedicare un viaggio alle compere. Si risparmia soprattutto sui prodotti di uso quotidiano, ma solo acquistandoli in grandi quantità.

Chi non l'ha mai fatto? Procurarsi la macchina più capace, e via verso il DEZ di Innsbruck, oppure nel veronese al Grand'Affi Shopping Center. In gita con la famiglia per trascorrere una giornata nei moderni templi del consumo, con l'obiettivo di risparmiare del denaro. Questa peraltro non è l'unica ragione del viaggio, come dimostrano i numerosi confronti condotti a vario titolo sulla base di un paniere di beni. Ben maggiore rilie-

vo assume la gioia di dedicarsi agli acquisti, una vera e propria esperienza di svago. È quanto ultimamente rilevano istituti di analisi demoscopiche e associazioni di consumatori. A questi si aggiunge anche il Censis, che negli ultimi studi condotti sul fenomeno del consumo in Italia parla di shopping-centers quali punti di aggregazione sociale per giovani e famiglie, aperti tutto il giorno a orario continuato. Non si acquistano solo prodotti, ma presto anche servizi e diverse opportunità per il tempo libero, per giovani e per meno giovani.

Comparazioni transfrontaliere dei prezzi al consumo

Risale al 2005 l'ultimo studio comparativo dei prezzi al consumo condotto dall'Istituto di Ricerca Economica della Camera di commercio di Bolzano (oltre 11.000 prezzi relativi a generi alimentari, abbigliamento, elettronica) nelle città di Bolzano, Innsbruck e Trento. Gli esiti, peraltro sorprendenti, hanno indicato Innsbruck leggermente più costosa rispetto a Bolzano (+3,5%), mentre Trento batte Bolzano per convenienza, ma in modo impercettibile (-0,9%). Naturalmente in ogni segmento merceologico esistono prodotti più o meno cari nella città di riferimento, ma nel complesso la categoria dei "prodotti di rapido consumo per la casa" è presente a Bolzano con i prezzi più favorevoli, tanto da portare il capoluogo altoatesino ad una posizione di convenienza rispetto ad Innsbruck, addirittura nella misura media del 5%. Non di rado accade che, pur fermamente decisi ad acquistare fuori provincia solamente quel paio di prodotti particolarmente convenienti, rientriamo invece a casa dalla gita dedicata allo shopping carichi di ogni sorta di mercanzia. Dobbiamo peraltro specificare come il raffronto condotto dalla Camera di commercio risenta di alcune limitazioni connesse al metodo seguito, dal momento che si è concentrato esclusivamente sull'esame di prodotti di marca.

Differenze di prezzo consistenti se ne trovano comunque ben di rado. Un esempio ormai famoso è costituito dal latte di proseguimento per bebè, che ad Innsbruck costa la metà rispetto a Bolzano. Un elemento che in effetti può fare la differenza è invece l'ampiezza della scelta: in Austria e Germania esiste un'offerta molto più differenziata, con un'ampia forbice di prezzo tra il prodotto più economico e quello di marca.

Attenzione ai costi: non porta chissà quale vantaggio mettersi in viaggio per diversi chilometri per approfittare di una convenienza di pochi Euro, né dal punto di vista strettamente economico, né in termini di tempo impiegato. Già la spesa per la benzina annulla in genere il vantaggio del risparmio negli acquisti, senza poi considerare le altre voci di costo (usura dell'auto, pedaggi, deprezzamento dell'auto, pasti fuori casa, ecc.) che vanno a peggiorare un bilancio già compromesso se vuole prendere in considerazione anche il maggior carico in termini ambientali. La Camera di commercio giunge a quantificare l'esborso monetario per la tratta Bolzano-Innsbruck in complessivi 62,44 Euro (il costo chilometrico ufficiale di un'utilitaria rilevato dall'ACI è di 0,28 Euro/km)! Se proprio ci si vuole lanciare in tours di acquisto, l'ideale è far precedere il viaggio da una dettagliata programmazione, con i confronti dei prezzi già stampati nella memoria e con una bella lista della spesa, dove tutte le esigenze abbiano trovato spazio: la nostra famiglia, i vicini e gli amici. Anche formare un bel gruppo che sfrutti appieno il posto disponibile in macchina può rivelarsi un'idea sensata.

3.1 CREDITO AL CONSUMO

Debiti a interessi zero?

“Compri oggi, paghi tra un anno”, “Prima rata fra sei mesi” o addirittura “Paghi in due anni a interessi zero”. E così eccoci persuasi all’acquisto del sospirato televisore ultrapiatto o del divano nuovo, anche se abbiamo problemi di liquidità. Gli acquisti a rate sono però operazioni a rischio, capaci di condurre il consumatore alla bancarotta più presto di quanto si creda, mentre chi ci guadagna davvero sono le società che concedono il finanziamento. Per il debitore, invece, arriva prima o poi il giorno del pagamento. E se a quel punto i soldi non ci sono ancora, la faccenda può mettersi male.

Desiderate tanto un divano nuovo, ma siete a corto di contanti? Basta entrare in un negozio di arredamento e comprarlo a rate firmando due contratti separati: uno di acquisto e uno di credito. Se però non avete dimestichezza con tassi d’interesse e altri meccanismi del finanziamento, meglio lasciar perdere. Il credito al consumo non è una forma di beneficenza, bensì un modo per incentivare gli affari incoraggiando una fascia di consumatori con ridotto potere d’acquisto a comprare anche quando non ha i soldi in tasca. E così, con la complicità delle finanziarie, il fatturato dei commercianti sale. Tanto a pagare sono i consumatori, indotti a imbarcarsi in acquisti che in molti casi, se non fosse per la prospettiva di pagare in comode rate, non gli passerebbero nemmeno per la testa. Allettati da proposte apparentemente vantaggiose, molti dimenticano che la loro situazione economica sarà probabilmente difficile anche tra un mese o due e che di soldi in tasca ne avranno pochi anche quando si tratterà di rimborsare il debito contratto.

Un’altra amara sorpresa attende il consumatore alla scadenza della prima rata: prestito “a interessi zero” non significa che ci sarà da restituire solo il capitale. A questo si va solitamente ad aggiungere una sfilza di spese accessorie – commissioni di incasso, oneri di gestione, spese legali... – che fanno lievitare in maniera considerevole le rate da rimborsare. Ecco perché, prima di sottoscrivere un contratto di finanziamento, bisognerebbe sempre controllare se l’importo totale dei rimborsi equivale alla somma oggetto del finanziamento stesso. Il prezzo da pagare per avere dei soldi in prestito si cela dietro il cosiddetto TAEG, acronimo che sta per “tasso annuo effettivo globale”. Questo è l’indicatore più completo dei costi di un finanziamento e come tale deve essere specificato sempre nel contratto di credito. Molti però ignorano la sua importanza, e tendono a confonderlo con il tasso nominale. Vediamo allora la differenza. **Oltre al rimborso del capitale e degli interessi pattuiti, nel calcolo del TAEG sono incluse le seguenti voci:**

- spese di istruttoria e apertura della pratica di credito;
- spese di riscossione dei rimborsi, se previste dall’ente erogatore del credito (ad es. per il pagamento a mezzo RID);
- spese di assicurazione e garanzie eventualmente imposte dal creditore, intese ad assicurargli il rimborso del credito in caso di morte, malattia, infortunio o perdita del lavoro del debitore;
- spese per l’attività di mediazione, se necessaria, svolta da terzi;
- altre somme contemplate dal contratto.

Sono invece escluse:

- le somme che il debitore deve pagare in caso di inadempimento di un qualsiasi obbligo contrattuale, ad es. gli interessi di mora;
- altre spese a carico del debitore.

Un'occhiata a questo elenco rende immediatamente chiara l'importanza di conoscere con esattezza sia le voci normalmente comprese nel calcolo del TAEG, sia quelle che possono aggiungersi.

Poiché nel TAEG rientrano più voci che non il solo capitale prestato e gli interessi sul prestito, esso risulta spesso assai più elevato del tasso d'interesse nominale dichiarato da chi eroga il finanziamento. Facendo bene i conti, si potrebbe scoprire perfino che il TAEG supera la soglia di usura, come dimostra l'esempio sottostante.

Esempio pratico

Una consumatrice richiede a una finanziaria un prestito di 4.650 euro per acquistare un divano di marca. La finanziaria accorda il prestito che dovrà essere rimborsato in 48 rate mensili a mezzo di cambiali da 160,10 euro cadauna.

All'atto della sottoscrizione del contratto di credito, la finanziaria addebita alla cliente le seguenti spese:

Euro 154,93 per l'istruttoria della pratica
Euro 129,11 per l'incasso di effetti cambiari
Euro 87,79 per marche da bollo
Euro 413,16 per la conclusione di un contratto di assicurazione separato.

A fronte di una richiesta della cliente di 4.650 euro, la società le rilascia quindi un assegno di soli 3.863,09 euro. Inoltre esige il versamento di ulteriori 387,34 euro a titolo di compenso per l'intermediario.

Vediamo allora a quanto ammonta il costo totale di questo finanziamento.

Secondo le indicazioni fornite dalla finanziaria nel contratto di finanziamento, il TAEG sarebbe pari al 30,96 %. In questo calcolo mancano tuttavia le voci di cui sopra: aggiungendo anche i 154,93 euro per l'istruzione della pratica (che per legge devono confluire nel calcolo) e i 413,16 euro per la polizza assicurativa, il TAEG sale infatti al 41,81 %!

Se poi includiamo i 387,34 euro per l'attività di intermediazione (anch'essi da considerare per legge), il TAEG arriva addirittura al **51,22 %!**

Come si può ben vedere, l'inclusione o meno di talune spese nel calcolo del TAEG è determinante per il risultato finale, specie quando può configurarsi lo sfioramento della soglia di usura. In ogni caso, anche quando il TAEG si mantiene al di sotto di tale limite, può trasformare comunque un acquisto a prima vista vantaggioso in una sorta di pantano finanziario da cui diviene difficile uscire.

Conclusione

Nessuno dà niente per niente! Se una ditta propone acquisti a rate, di certo vuol trarne anche un profitto. Alcune finanziarie, inoltre, tendono a interpretare in modo quantomeno arbitrario i criteri di calcolo del TAEG, escludendo voci di spesa che inve-

ce, dal punto di vista del consumatore, andrebbero senz'altro ricomprese.

Accade così che il tasso d'interesse da pagare sia sovente ben più alto di quello dichiarato, arrivando non di rado a sfiorare o addirittura a superare la soglia di usura.

Un prestito "a tasso zero" può tramutarsi in men che non si dica in un affare oneroso, quando non in un vero e proprio strozzinaggio ai danni del consumatore. Un'operazione da cui traggono profitto in molti ... tranne chi non sa resistere alla tentazione di comprare tutto e subito.

Requisiti del contratto di credito al consumo

Il contratto deve obbligatoriamente

1. avere forma scritta,
2. essere consegnato in copia al consumatore,
3. indicare chiaramente il datore (finanziatore) e il beneficiario del credito (consumatore) identificato tramite un documento di identità personale e il codice fiscale,
4. specificare l'importo del credito, le modalità di pagamento, nonché il numero, l'ammontare e le scadenze delle singole rate,
5. indicare il tasso annuo effettivo globale (TAEG) e quello nominale (TAN), nonché le eventuali condizioni che possono determinarne la variazione
6. riportare l'importo e la causale degli eventuali oneri esclusi dal calcolo del tasso annuo effettivo globale,
7. indicare le eventuali spese supplementari in caso di ritardati rimborsi,
8. riportare le eventuali garanzie personali richieste,
9. specificare le eventuali coperture assicurative richieste al cliente, il cui costo non viene computato ai fini del TAEG.

Che cos'è l'usura?

Con il termine usura si intende la richiesta di un interesse sproporzionato per un prestito di denaro o altra utilità, approfittando dello stato di bisogno del richiedente. La fattispecie dell'usura è regolata dall'articolo 644 del codice penale, modificato dalla legge 7.3.1996, n. 108 ("legge antiusura"). Chi contravviene a tali disposizioni, compresi i mediatori, è punito con la reclusione da uno a sei anni e con multe salate.

La legge menzionata disciplina altresì la determinazione della soglia di usura, ossia il limite oltre il quale un tasso diviene usurario. Tale limite viene rilevato e pubblicato trimestralmente con decreto ministeriale.

Se al momento della ricezione di un prestito il richiedente versa in condizioni di difficoltà finanziaria, sono considerati usurari anche gli interessi che, seppure inferiori al limite di legge, risultano comunque sproporzionati rispetto al tasso medio praticato per operazioni similari.



3.2 PRESTITI DALLE FINANZIARIE

Attenzione al rimborso puntuale delle rate!

Le famiglie che ricorrono a finanziamenti e prestiti rateali per fare piccoli o grandi acquisti sono in aumento anche in Alto Adige. Molti però arrivano alla scadenza della rata senza ancora avere i soldi per pagarla. Il finanziamento è un contratto vincolante, con il quale non c'è niente da scherzare. Chi non rispetta gli obblighi che ne derivano, va incontro a conseguenze assai spiacevoli.

Conseguenza n. 1: basta non rispettare una o due scadenze per rischiare di perdere il cosiddetto "beneficio del termine", cioè la possibilità di restituire il prestito in comode rate mensili. La decadenza di tale beneficio a seguito di mancato puntuale pagamento di una o due rate è prevista in quasi tutti i contratti di finanziamento. Perdere la possibilità di rateazione del credito, significa dover liquidare l'intero importo dovuto in un'unica soluzione.

Conseguenza n. 2: una volta constatato il ritardo nei pagamenti, la finanziaria, senza chiedere conto dei motivi di ciò, trasmette la pratica direttamente a una ditta esterna di recupero crediti, con il preciso mandato di procedere all'incasso **dell'intero importo dovuto, oltre a interessi e spese**. Il debitore da questo momento non avrà più rapporti con la finanziaria, bensì con la società di recupero crediti, che in una prima lettera ingiungerà l'immediato rimborso dell'intero capitale. Spesso questa società ha sede in una città diversa e perciò risulta più difficile da contattare per il debitore. Come se non bastasse, essa può pretendere la sottoscrizione di cambiali a garanzia della restituzione del denaro, nonché addebitare interessi di mora e altre spese che andranno a sommarsi al debito iniziale.

Conseguenza n. 3: il debitore deve subire anche l'eventuale iscrizione in un registro "dei cattivi pagatori". Si tratta di una **banca dati che raccoglie informazioni relative a soggetti con problemi nel rimborso di finanziamenti**. Chi compare con tanto di nome e indirizzo in uno di questi elenchi è considerato inaffidabile dal sistema bancario e finanziario. Per tutto il tempo in cui si rimane censiti, a volte anche per anni, si avranno enormi difficoltà a ottenere qualunque tipo di credito, compreso il mutuo per la casa.

Dal gennaio 2005 è in vigore una nuova normativa sul trattamento dei dati personali relativi ai clienti di banche e finanziarie, che ha lo scopo di tutelare meglio la privacy di chi richiede un prestito.

Il nostro consiglio:

- Riflettete se vale davvero la pena di chiedere un prestito, pur di acquistare un determinato bene di consumo. In ogni caso valutate preventivamente se sarete in grado di pagare con puntualità le rate e gli interessi che tale operazione comporta!
- Verificate sempre con attenzione che la banca effettui con puntualità i versamenti a copertura delle rate (eventualmente disponete il pagamento a mezzo RID).
- Per evitare anche eventuali disagi causati dalla banca, conviene pagare personalmente le rate tramite bollettino postale, intestando il versamento direttamente alla finanziaria.
- Se per qualunque ragione non aveste versato una rata entro il termine stabilito, provvedetevi immediatamente e informate via fax la finanziaria dell'avvenuto pagamento.

3.3 FALLIMENTO DEL VENDITORE

Oltre al danno, la beffa

Non è raro che una ditta commerciale fallisca prima di avere consegnato la merce al legittimo acquirente. Il quale, se ha comprato a rate, si troverà a mal partito, perché il contratto stipulato con la finanziaria lo obbliga ad onorare comunque il suo debito.

Negli acquisti a rate è ormai d'uso che il venditore proponga la stipula di un contratto di finanziamento, facendo entrare in gioco una società finanziaria. L'intera operazione di finanziamento si svolge infatti non con il venditore, bensì con una società terza, alla quale il consumatore dovrà restituire il prestito ricevuto. A prima vista, nulla di male. Ma il presunto affare può tramutarsi in una trappola. Se la ditta commerciale fallisce, cosa che ultimamente si verifica sempre più spesso, il debitore è comunque obbligato a onorare il suo debito, anche qualora la merce non gli sia mai stata consegnata o risulti difettosa. Quello stipulato con la finanziaria è infatti un contratto a sé stante, e non ha nulla a che vedere con le sorti della ditta venditrice. E la finanziaria esige dal consumatore il pagamento delle rate fino all'ultimo centesimo, senza minimamente curarsi se lo sventurato non ha ricevuto la merce, se questa è difettosa o presenta un qualunque altro problema. Insomma, oltre al danno della mancata consegna del bene si aggiunge la beffa di doverlo pagare lo stesso e integralmente!

Visti i presupposti, raccomandiamo di usare la massima cautela negli acquisti rateali e nella sottoscrizione dei relativi contratti di finanziamento.

In particolare consigliamo di adottare le seguenti precauzioni:

- prima di firmare qualsiasi contratto leggetene attentamente il contenuto. Se vi fanno fretta, lasciate perdere l'affare! Non fidatevi mai delle informazioni fornite a voce: ciò che conta è solo quanto viene **scritto e sottoscritto!**
- Assicuratevi che nel contratto di finanziamento sia fornita una **descrizione del bene o del servizio acquistato.**
- Non firmate contratti che prevedono l'inizio del pagamento prima della consegna della merce.
- Il contratto di finanziamento deve menzionare il rapporto di esclusiva tra la società finanziaria e il venditore. Se questo viene "escluso", meglio non firmare nulla.
- **Non versate** mai somme di denaro a titolo di **anticipo** per l'istruttoria della pratica di finanziamento.
- Qualora **non riceviate** la merce **nei termini stabiliti**, sollecitate il venditore ad adempiere inviandogli una lettera raccomandata AR, da spedire in copia per conoscenza anche alla finanziaria.
- **Se la merce è difettosa**, richiedetene la **sostituzione** al venditore, sempre tramite raccomandata AR. Anche in questo caso spedite copia della lettera alla finanziaria. Qualora non riceviate risposta dal venditore, **non interrompete il pagamento delle rate ma rivolgetevi subito a un'associazione di consumatori.**



4.1 MANIFESTAZIONI A FINI DI VENDITA

Invito con sorpresa

Capita di trovarsi nella cassetta della posta anonimi volantini o lettere personalizzate che invitano a un incontro, generalmente organizzato in un prestigioso albergo nei propri dintorni. L'invito comprende talvolta un pranzo gratis, spesso promette premi o regali. A prima vista nulla lascia intendere finalità commerciali. Ma a leggere bene, ecco il vago accenno alla presentazione di un qualche prodotto. Una "presentazione" che si rivelerà una vendita a tutti gli effetti.

Come detto, il luogo normalmente prescelto per questo tipo di meeting sono gli alberghi di una certa classe. L'invito è spedito a varie decine di persone, la maggior parte delle quali accetta di buon grado. Dopotutto, perché non approfittarne, e andare almeno a prendersi il premio o il regalo promesso? Ma una volta giunti sul posto ed entrati nell'elegante sala d'albergo, l'incontro si svela per quello che è: una manifestazione promozionale organizzata con consumata professionalità, dove l'abile ricorso a trucchi psicologici condiziona fortemente la libertà di scelta degli astanti. Sotto la pressione di venditori perfettamente addestrati e nel clima artatamente euforico della sala sovraffollata, tutti i buoni propositi di non comprare nulla vengono presto dimenticati. Quasi senza accorgersene, i partecipanti si trovano sotto il naso il contratto per la fornitura di un computer, un nuovo software, un materasso, un'enciclopedia o quant'altro. Dopo aver apposto la loro firma, molti si sentono chiedere anche il versamento di un acconto. E non è tutto. Spesso questi contratti contengono clausole vessatorie, ad es. prevedono una penale in caso di recesso. In tal modo si scoraggiano coloro che, tornati a casa e rinsaviti improvvisamente, vogliono annullare subito il contratto avventatamente sottoscritto poco prima.

Ricordiamo che il recesso è un diritto sancito dall'articolo 64 del d.lgs. n. 205/05 ("Codice del consumo"): il consumatore può recedere da un contratto, senza alcuna penalità e senza dover fornire spiegazioni, entro il termine di dieci giorni lavorativi dalla sua sottoscrizione. Il recesso va comunicato tramite lettera raccomandata con avviso di ricevimento, eventualmente utilizzando le lettere tipo che il Centro Tutela Consumatori Utenti mette a disposizione presso i suoi uffici o sul sito web.

In conclusione, poiché le probabilità di uscire "indenni" da simili manifestazioni sono piuttosto scarse, il nostro spassionato consiglio è: non partecipatevi!

4.2 VIAGGI PROMOZIONALI & Co.

... e per pranzo, un bel materasso ad acqua!



"Temo di aver fatto una sciocchezza!". Così esordiscono i consumatori davanti ai consulenti del CTCU, dopo aver partecipato a una gita promozionale e sottoscritto improbabili contratti. Kathrin Baur, consulente legale del CTCU a Brunico, sconsiglia di aderire a queste iniziative: le tecniche di vendita utilizzate sono subdo-

le, i prodotti offerti non valgono la spesa.

konsuma: Signora Baur, cosa sono esattamente questi viaggi promozionali?

Si tratta di pseudo-escursioni a prezzi bassissimi, finalizzate alla vendita di vari tipi di prodotti. Agli inizi veniva offerta gratuitamente ai partecipanti una piccola merenda a base di torta e caffè, oggi si è passati al pranzo completo...

konsuma: Chi organizza questi viaggi e come fa ad adescare i clienti?

In genere sono ditte che vendono letti, materassi, pentole, bevande dietetiche, vitamine ecc. ecc. Il mezzo di persuasione è appunto l'invito "gratuito" alla visita di una città, pullman e pranzo compresi. Spesso viene prospettata anche la possibilità di vincere ricchi premi o preziosi regali. Nella cassetta delle lettere, i consumatori trovano inviti del tipo "Le regaliamo una bellissima gita a Mantova. Con prestigioso regalo di benvenuto".

konsuma: E qual è invece lo scopo reale del viaggio?

Certo non quello di offrire ai partecipanti una piacevole visita a una qualche città! L'intenzione vera degli organizzatori è vendere, e vendere il più possibile.

konsuma: Quale consiglio darebbe a coloro che pensano semplicemente di approfittare della gita e del pranzo gratuito, ma che sono determinati a non comprare nulla?

Naturalmente ognuno è libero di partecipare e godersi una giornata diversa dal solito. Tuttavia bisogna prepararsi a subire qualche ora di dimostrazioni commerciali condotte con tecniche estremamente aggressive. In altre parole, bisogna rassegnarsi a pranzare mentre un venditore ripete fino allo sfinimento quanto sono "buone" e "convenienti" le sue pentole o i suoi letti ad acqua. Queste ditte utilizzano metodi di persuasione molto astuti. Ad esempio infiltrano tra il pubblico loro collaboratori che si mostrano entusiasti degli articoli presentati e non esitano a ordinarli subito. Come si può facilmente immaginare, questo comportamento è contagioso e spinge anche gli altri a comprare.

konsuma: Cosa si può dire sulla qualità dei prodotti proposti?

Il problema principale di queste manifestazioni è che manca la possibilità di fare confronti. Se io oggi entro in un negozio per comprarmi un prodotto, ho a disposizione un certo assortimento. Gli articoli che mi vengono presentati durante queste promozioni commerciali, non posso confrontarli con niente. Inoltre la pressione psicologica è fortissima e non ho modo di sapere se quanto mi viene proposto vale il prezzo richiesto. Spesso i prezzi di questi prodotti sono gonfiati.

konsuma: Un contratto sottoscritto durante una di queste promozioni, è comunque vincolante?

L'eventuale contratto sottoscritto durante queste dimostrazioni è perfettamente valido e vincolante, al pari di qualunque altro contratto.

konsuma: Esiste quindi anche un diritto di recesso? E come fare per esercitarlo?

Il legislatore riconosce in questi casi il pieno diritto di recesso, ben sapendo che molti consumatori e consumatrici vengono di fatto raggirati durante queste manifestazioni. Il decreto legislativo n. 206/05 ("Codice del consumo") prevede che il consumatore possa recedere senza alcuna penalità entro dieci giorni dalla conclusione del contratto, comunicando la sua volontà mediante lettera raccomandata con avviso di ricevimento. La ditta venditrice, invece, è tenuta a informare l'acquirente sul diritto di recesso, specificandolo per iscritto sul modulo d'ordine della merce. In caso di omissione o errata informazione, il termine per esercitare il diritto di recesso sale a 60 giorni.

konsuma: In caso di recesso, che fine fa l'eventuale anticipo già versato?

Eventuali somme versate a titolo di anticipo o caparra devono essere rimborsate interamente dal venditore entro trenta giorni dal ricevimento della lettera di recesso ovvero della merce rispedita dall'acquirente.

konsuma: E se la merce viene consegnata all'acquirente al momento della conclusione del contratto?

La merce deve essere rimessa a disposizione del venditore entro dieci giorni. Le spese di restituzione del bene al mittente sono a carico del consumatore.

konsuma: In conclusione, qual è il suo suggerimento in qualità di consulente dei consumatori?

Come ho già detto, ognuno è libero di partecipare a queste promozioni. Il mio spassionato consiglio è di astenersi dal firmare moduli d'ordine perlomeno durante la gita. Meglio tornare prima a casa e riflettere in tutta calma se il prodotto proposto è davvero buono e conveniente come dicono. L'ordine può essere fatto anche dopo due o tre giorni, tramite fax o telefono. Infine raccomando di non sottoscrivere mai questo tipo di contratti solo perché il venditore promette un "prezzo speciale" o un "prestigioso regalo" a chi ordina subito la merce.





5.1 USATO COME NUOVO

Riparare anziché gettare

La nostra società è caratterizzata da rapidi mutamenti. Cambiano di continuo le mode, i beni di consumo si sciano in fretta o vengono sostituiti al minimo difetto. Questo stile di vita, si sa, comporta la dissipazione di denaro e risorse. Chi all'effimero preferisce la sostenibilità e il risparmio, deve puntare su beni durevoli.

Comprare a buon mercato non significa sempre comprare bene. I prezzi stracciati ci fanno spesso perdere di vista la qualità dei prodotti, un parametro che in molti casi si misura proprio sulla possibilità di ripararli. Proviamo a pensare ai giocattoli: per un bimbo è certo un bel dispiacere se il camioncino appena ricevuto in regalo perde subito un pezzo. Tuttavia rimane la speranza che mamma o papà riescano ad aggiustarlo o a farlo aggiustare... Un giocattolo di legno costa un po' di più, ma può essere riparato quando si rompe. Un giocattolo di plastica da pochi euro è concepito invece per durare poco e finire presto nella spazzatura, negando al bambino il tempo di sviluppare con esso un legame e quindi un rapporto pratico. Oltre al maggior valore educativo, un giocattolo durevole è vantaggioso anche sotto il profilo economico, poiché tramandandosi per generazioni ripaga ampiamente il suo prezzo d'acquisto.

Naturalmente i giochi non sono l'unico tipo di prodotto che deve indurre a considerare la qualità come sinonimo di convenienza. Prendiamo il settore dell'abbigliamento, oggi invaso da merci a basso costo. Puntare sulla qualità, e spendere qualche euro in più, conviene specialmente quando si acquistano indumenti che saranno sottoposti prevedibilmente a un uso intensivo come i capi per bambini, la biancheria intima o l'abbigliamento sportivo: più un indumento è resistente, meno spesso occorrerà riacquistarlo.

Rileviamo infine come la diffusione dell'usa e getta abbia comportato in questi anni un sempre minore ricorso alla riparazione e manutenzione dei prodotti. Eppure in Alto Adige vi sono decine di ditte e artigiani che offrono questo tipo di servizio. Sul sito "exnovo" della Provincia di Bolzano (www.provincia.bz.it/agenzia-ambiente/2906/exnovo/) è disponibile una guida alle riparazioni con dettagli e indirizzi dei vari operatori.

Mercatini delle pulci

Vestiti, giocattoli, libri, attrezzi sportivi... A volte ci stanchiamo di usarli anche se funzionano ancora. E allora perché buttarli via? Meglio donarli o magari rivenderli recuperando anche qualche euro.

Da un lato case traboccanti di oggetti inutilizzati che occupano solo spazio prezioso, dall'altro famiglie che faticano sempre più ad arrivare alla fine del mese e debbono stringere la cinghia. Queste opposte esigenze trovano uno sbocco comune nei mercatini delle pulci o dell'usato, non a caso proliferati negli ultimi anni. Queste piazze di scambio, oltre alla curiosità che possono suscitare, rappresentano tra l'altro un modo concreto di ridurre i rifiuti: comprando cose usate evitiamo che finiscano in discarica.

ca e quindi contribuiamo al risparmio di risorse. Per l'elenco dei mercatini delle pulci in Alto Adige, con links e dettagli, si veda pag. 47.

Il "second hand" di Gekko

A Merano, in via Andreas Hofer, si trova un negozio dell'usato di nome Gekko. Gestito dai Servizi Sociali della Comunità Comprensoriale del Burgaviato, esso rientra in un progetto di inserimento dei malati psichici nel mondo del lavoro. Il ciclo di attività comprende la raccolta, il lavaggio e la stiratura di indumenti e accessori, eventuali piccoli lavori di rammendo e infine la vendita al pubblico. Gekko si è aggiudicato l'edizione 2004 del premio del Centro Tutela Consumatori Utenti.

Da Gekko si possono acquistare indumenti per adulti e ragazzi, dai capi sportivi all'abito elegante, ma anche bigiotteria, scarpe e cappelli. La merce proviene sia dagli armadi di persone private che preferiscono donare gli abiti dismessi, sia dalle giacenze di magazzino delle case di moda.

Il negozio è una struttura di riabilitazione lavorativa in cui operano (anche part-time) fino a dodici soggetti in difficoltà, affiancati da un'équipe di educatori, assistenti e tecnici qualificati. Scopo del progetto è fornire a queste persone una formazione professionale adeguata per inserirsi in una realtà lavorativa comune. Il programma formativo comprende la gestione dei rapporti con la clientela, l'allestimento di vetrine, il lavaggio, la stiratura e il rammendo degli indumenti, nonché la vendita al pubblico.

Il second hand shop meranese ha vinto l'edizione 2004 del premio istituito dal Centro Tutela Consumatori Utenti. Nella motivazione della giuria si legge tra l'altro: "I massicci aumenti dei prezzi che hanno colpito soprattutto il settore dell'abbigliamento incidono anche sul bilancio di molte famiglie altoatesine. Il Centro Tutela Consumatori Utenti sostiene qualunque iniziativa che contribuisca a ridurre le spese delle famiglie. Acquistare prodotti di seconda mano è una delle opportunità di risparmio a disposizione delle famiglie e dei singoli cittadini". Il premio a Gekko rappresenta altresì un segnale forte a sostegno della compravendita di oggetti usati, poiché "le iniziative di questo tipo contribuiscono a rafforzare la sensibilità e la consapevolezza verso il consumo responsabile e ad affermare modelli alternativi all'usa e getta".

A ciascuno il suo

Opportunità di integrazione nel mondo del lavoro da un lato, idea commerciale vincente dall'altro. Sono le prerogative del progetto sociale Gekko. Ce ne parla la responsabile, Isabella Repole.



konsuma: Cosa offre il vostro negozio?

Da Gekko si trovano indumenti e accessori per adulti e ragazzi. L'offerta va dai capi sportivi all'abito elegante e comprende anche un piccolo reparto di bigiotteria, calzature e copricapi. Le collaboratrici e i collaboratori del negozio confezionano talvolta anche modelli di loro concezione. I nostri "fornitori" sono persone private che desiderano sbarazzarsi dei propri abiti usati, ma senza gettarli nella spazzatura, come pure negozi di abbigliamento locali che ci regalano le loro giacenze di magazzino.

konsuma: Nel 2004 Gekko ha vinto l'Ok d'Oro, il premio dei consumatori dell'Alto Adige. Cosa ha comportato per voi questo riconoscimento?

Al di là dell'importante apprezzamento per il nostro lavoro, il premio dei consumatori ha catalizzato l'interesse dell'opinione pubblica nei nostri confronti, con un effetto davvero notevole in termini di pubblicità. Il nostro giro di clienti è aumentato in maniera sorprendente. Oggi possiamo contare su una clientela fedele e attenta, composta sia da meranesi sia da abitanti delle valli limitrofe. Di conseguenza è cresciuto anche il nostro fatturato, tanto che oggi con i ricavi delle vendite riusciamo a coprire buona parte delle nostre spese fisse.

konsuma: Chi sono gli acquirenti di Gekko?

Moltissime famiglie, molti immigrati, ma anche tante donne sole che, pur dovendo arrangiarsi a campare con poco, non vogliono rinunciare alla moda. Un'altra buona percentuale di clienti è rappresentata dagli amanti dell'usato, che vengono regolarmente a spulciare tra le nostre cose in cerca di capi unici o particolari. Queste persone non arrivano tutte dal Meranese, ma anche da più lontano: in questo senso il passaparola è determinante per il successo del nostro progetto.

konsuma: Le sembra che comprare cose usate sia ancora screditante a livello sociale?

Ci sono clienti che all'inizio sono parecchio a disagio: in una società del benessere e dell'ostentazione come quella altoatesina, il timore di essere etichettati come "poveri" è molto accentuato. Sapesse quante persone entrano da noi sostenendo di voler

comprare un vestito per qualcun altro, ad esempio un amico o un'amica in difficoltà. Per fortuna col tempo questo imbarazzo svanisce e con esso anche il pregiudizio secondo cui le cose di seconda mano sono cose per poveracci. Viceversa abbiamo così tanti "fornitori", gente che ci porta abiti perfettamente puliti e in ottimo stato, che negli ultimi due anni ci è capitato più volte di dover chiudere temporaneamente l'ufficio accettazione perché avevamo il magazzino stracolmo e non riuscivamo più a star dietro al lavoro.

Libri usati

"Libri non si buttano mai". Un tempo nessuno si sarebbe sognato di contravvenire a questa massima. Oggi invece i libri sono considerati alla stregua di beni di consumo come tanti. Eppure molti rimangono riluttanti a mandarli al macero e preferirebbero passarli a qualcuno interessato a leggerli. Altri, invece, sono ben lieti di placare la loro sete di lettura anche su pagine non più intonse.

Quali sono oggi i luoghi di scambio dell'usato librario?

Anzitutto i classici mercatini del libro usato. A dire il vero si tratta di un fenomeno in calo almeno nella nostra provincia, ma qua e là capita ancora di imbattersi in bancarelle allestite da venditori estemporanei. In alternativa si può visitare uno dei tanti mercatini virtuali sul web, come ad es. www.comprovendolibri.it

La Biblioteca dell'Università di Bolzano ha trovato il modo di far circolare i libri usati ispirandosi al "book crossing", una forma di scambio di opere già ampiamente diffusa in Italia. L'iniziativa, denominata "prendere o lasciare", è aperta non solo agli studenti dell'ateneo bolzanino, bensì a tutti i lettori che possiedono volumi di troppo e vorrebbero sbarazzarsene senza gettarli nella spazzatura. Chi ha un libro già letto e desidera farlo conoscere ad altri, può applicargli la fascetta gialla reperibile presso le strutture universitarie e lasciarlo in uno dei punti predisposti a Bolzano o a Bressanone. Chi trova il libro ed è interessato a conoscerlo, può prenderlo, leggerlo e poi farlo circolare a sua volta; oppure può tenerlo per sé e lasciare al suo posto un altro libro che gli è piaciuto. I punti di scambio convenzionali sono l'Unibar e il Centro linguistico di Bolzano, nonché le biblioteche universitarie di Bolzano e Bressanone. Nel frattempo l'iniziativa promossa da un gruppo di studenti universitari si è estesa a macchia d'olio e vede coinvolti anche bar, caffè e associazioni culturali. Basta applicare sui libri usati la fascetta gialla dell'Università e lasciarli in un punto qualunque in città, possibilmente al riparo dalle intemperie, in attesa di nuovi e appassionati lettori.

www.unibz.it/prendereolasciare

Infine ricordiamo che molte biblioteche pubbliche organizzano mercatini dell'usato all'interno dei propri locali (purtroppo non esiste un calendario di queste iniziative), oppure depositano vecchi libri e volumi donati da altri utenti su un'apposita mensola da cui chiunque è libero di attingere.



6.1 COSTRUZIONI E RISTRUTTURAZIONI EDILIZIE

La soluzione più costosa non è sempre la migliore



Si può costruire o ristrutturare risparmiando ed evitando successive spese indesiderate? Sì, a patto di pensarci già in sede progettuale e di scegliere i materiali tenendo conto del prezzo, ma anche della qualità. La rinuncia a inutili orpelli dischiude ulteriori margini di risparmio, così come l'opzione di "associarsi" con chi abbia esi-

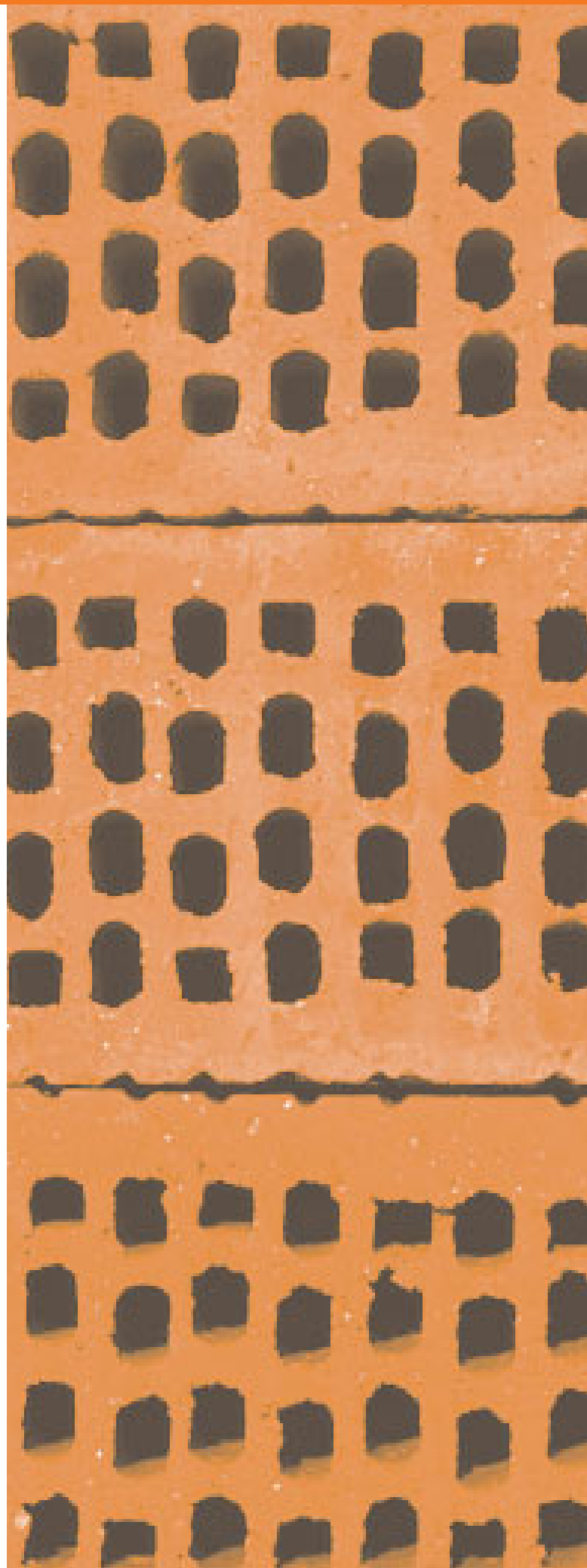
genze simili alle nostre per l'acquisto congiunto di impianti e quant'altro. Jürgen Wallnöfer, architetto di Sluderno, ha sperimentato con soddisfazione tali possibilità.

konsuma: Quanto influisce la scelta dell'ubicazione sull'obiettivo di costruire spendendo meno ed evitando inutili costi successivi?

Ovviamente l'ubicazione di una casa è determinante ai fini del risparmio, e non mi riferisco solo alla posizione più o meno "prestigiosa". Ad esempio, chi sceglie di costruire fuori città avrà probabilmente bisogno di due automobili affinché tutti i membri della famiglia possano spostarsi liberamente. Ciò implica dei costi che, a lungo andare, possono vanificare il minor prezzo pagato per l'acquisto del terreno in zona extraurbana. A margine dirò che nei centri storici è possibile trovare abitazioni in vendita a prezzi relativamente abbordabili, eppure poco ambite perché non corrispondenti all'ideale della casa immersa nel verde. Quanto ai costi successivi, questi aumentano laddove si sia scelto un sito molto ombroso o quando il progetto non sfrutta in modo ottimale le condizioni di soleggiamento esistenti.

konsuma: Cosa vuol dire progettare evitando il superfluo?

Anzitutto vorrei precisare che ancor prima di parlare di progetto, bisognerebbe fare chiarezza sulle proprie esigenze. Alcuni committenti, preoccupati dagli alti costi di progettazione, tendono a espungerli dalla lista. Ma quando si rinuncia a un buon architetto (e "buono" non significa necessariamente "costoso"), il rischio è di ritrovarsi alla mercé di artigiani e arredatori, finendo per spendere ancora di più. Prima di affidarsi a un certo architetto, sarebbe opportuno andarsi a vedere qualcuna delle "opere" da lui realizzate, magari parlando anche con chi le ha commissionate e ci vive dentro. Individuato il progettista, bisogna sedersi a un tavolo e studiare insieme una soluzione personalizzata. Tornando alla sua domanda, superfluo è tutto ciò che non è funzionale a una progettazione oculata, ma solo dettato dalle mode del momento: la vasca con l'idromassaggio, elementi pseudosignorili quali torrette o colonne esterne e altri orpelli del genere. Se poi ci si accontenta di tenere l'auto sotto una tettoia, anziché in un costoso garage, ecco subito risparmiato qualche altro migliaio di euro.



konsuma: Come si fa a costruire evitando costi successivi indesiderati?

La prima regola è orientarsi verso soluzioni costruttive collaudate, specie in caso di dubbio. Con gli esperimenti è meglio andarci piano. Anche sotto il profilo tecnico sono preferibili soluzioni di comprovata efficacia (una buona coibentazione, l'impiego del vetro per il riscaldamento passivo, l'allacciamento alla centrale di teleriscaldamento, l'installazione di pannelli solari ecc.) che permettono di contenere vari costi, come quelli per la climatizzazione estiva o invernale.

konsuma: È possibile risparmiare sui materiali?

Per i materiali da costruzione vale un po' il discorso che facciamo per il cibo: meglio puntare su prodotti biologici di qualità, realizzati con materie prime pregiate e sistemi produttivi accurati. I materiali naturali costano più di quelli industriali, ma durano più a lungo. Un pavimento in legno massiccio si tramanda per generazioni (come dimostrano le nostre *Stuben!*). Un pavimento in laminato, senz'altro più economico, dovrà essere sostituito dopo alcuni anni e quindi alla lunga ci costa di più. Ad ogni modo, qualunque sia la scelta, è importante raccogliere sempre varie offerte per prodotti equivalenti, poiché esistono enormi differenze di prezzo da un fornitore all'altro. Non bastasse ancora, è meglio risparmiare sugli arredi piuttosto che sui materiali da costruzione: un mobile di design, una lampada o dei tendaggi particolari si possono aggiungere anche in seguito, mentre una finestra si monta una volta per tutte. Insomma risparmio sì, ma sulle cose giuste!

konsuma: Quali consigli di risparmio possiamo dare invece a chi ristruttura un'abitazione?

Anzitutto occorrono un attento esame dell'immobile e un progetto razionale. Bisogna proprio ristrutturare tutto da cima a fondo o si può salvare qualche cosa? Il tetto va sostituito o basta coibentarlo? C'è modo di recuperare un vecchio pavimento o riutilizzare parte dei mattoni? Molte scelte dispendiose vengono fatte già in fase di progettazione, dimenticando di considerare anche le alternative più convenienti.

konsuma: Lei è un convinto sostenitore della progettazione e degli acquisti collettivi, anche nell'edilizia popolare. Ma davvero funziona?

Uno dei miei primi progetti fu una casa a schiera costituita da sei alloggi popolari: i committenti scelsero tutti me come progettista, ottenendo subito un primo risparmio, poiché ciascuno pagò una quota del mio onorario, anziché l'intero emolumento per un professionista solo per sé. Inoltre tutti e sei optarono per una struttura in legno affidandone la realizzazione alla stessa ditta artigiana. In questo modo si è potuta realizzare una costruzione di pregio ma a costi contenuti. L'unica proposta rifiutata fu l'impianto di riscaldamento a pellets centralizzato, che avrebbe comportato un ulteriore risparmio sia a breve che a lungo termine, cioè dall'installazione ai successivi esborsi per combustibile, spazzacamino, manutenzione ecc. In questo caso, tuttavia, i committenti preferirono la comodità del riscaldamento autonomo ai vantaggi economici derivanti da un impianto comune.

6.2 RISCALDAMENTO

L'unione fa... il risparmio

Vi sono tanti modi per sottrarsi ai continui aumenti del prezzo del gasolio: si può passare alle fonti energetiche rinnovabili come il sole o la legna, coibentare l'edificio avvolgendolo in una sorta di cappotto ecc. ecc. Chi invece vuol continuare a riscaldare con i combustibili fossili, può sostituire la vecchia caldaia con una più efficiente oppure organizzare dei gruppi per l'acquisto del combustibile.

Una buona rete di vicinato e qualche telefonata. Questa la ricetta suggerita dal CTCU per pagare un po' meno il gasolio da riscaldamento. In pratica si tratta di accordarsi con i vicini e comprare insieme il combustibile, riducendo così i costi di fornitura.

Attualmente una fornitura di 2.000 litri di gasolio costa all'incirca 2.060 euro. Tuttavia, quanto più combustibile si acquista in una volta sola, tanto più cresce il margine di risparmio, poiché il fornitore stabilisce il prezzo in base alla quantità dell'ordinativo. Ad esempio, riunendosi con i vicini di casa e ordinando insieme 10.000 litri di combustibile, si risparmiano complessivamente 200 euro, poiché i costi fissi di trasporto sono ripartiti su un quantitativo maggiore di prodotto. E così, 2.000 litri di gasolio passano dal costo iniziale di 2.060 euro a 2.020 euro, con un risparmio di 40 euro.

Se aumentiamo ancora la fornitura a 20.000 litri, il risparmio complessivo ammonta a 800 euro, ossia 80 euro ogni 2.000 litri!

Questi calcoli dimostrano come si possa ridurre una delle maggiori spese per la casa semplicemente facendo un paio di telefonate ai vicini e convincendoli ad aderire all'acquisto collettivo.

Chi teme bisticci al momento della divisione del conto, sappia che i fornitori non hanno problemi ad emettere fatture separate per ciascun cliente.

Un ultimo consiglio: i prezzi del gasolio variano da un fornitore all'altro. Per spuntare una buona offerta occorre prendersi il tempo di contattare varie ditte e trattare sul prezzo.

Vecchia caldaia, è ora di sostituirti

Quando i costi di riscaldamento diventano eccessivi, bisogna correre ai ripari. Per cominciare è consigliabile verificare l'efficienza della caldaia. Un impianto in uso da vent'anni e oltre, pur sembrando ancora buono, consuma circa il 20 per cento in più rispetto a uno nuovo. In questo caso può convenire sostituirlo, anziché perder tempo con continue riparazioni o montando soltanto un nuovo bruciatore. Una caldaia obsoleta è e rimane un apparecchio energivoro!

Le caldaie di nuova fabbricazione sono più efficienti, cioè trasformano in calore una quota maggiore dell'energia che impiegano. Inoltre, grazie alla migliore coibentazione, disperdono meno calore nell'ambiente in cui sono installate. I vecchi apparecchi, al contrario, sono spesso sovradimensionati rispetto all'abitazione da riscaldare, cosa che già di per sé determina un consu-

mo eccessivo di energia. In molti casi il sovradimensionamento è dovuto a interventi di risparmio energetico eseguiti su edifici esistenti (applicazione di doppi vetri alle finestre, coibentazione delle pareti esterne e via dicendo), tali da rendere eccessivo il rendimento della caldaia originaria.

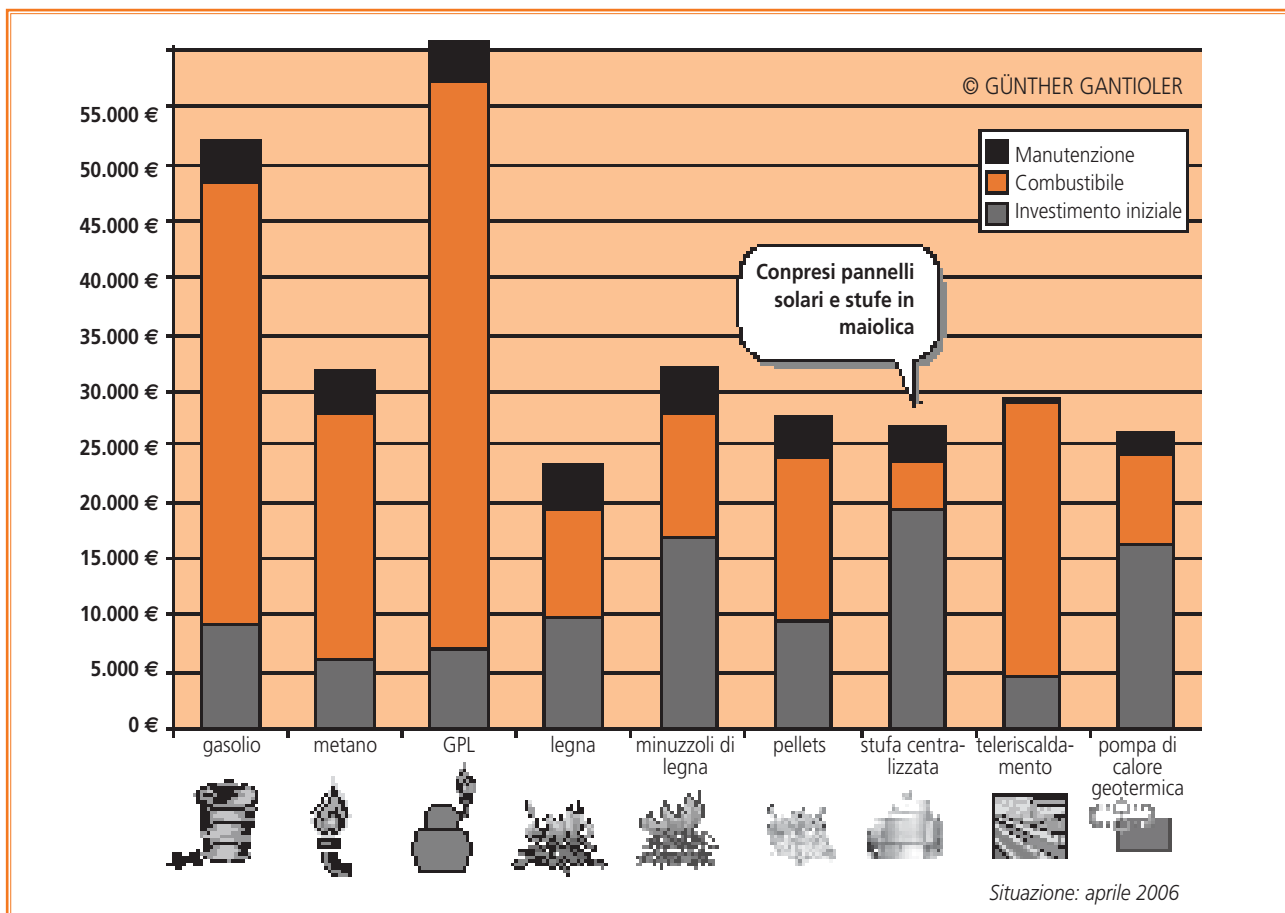
Le dimensioni della caldaia vanno stabilite in rapporto ai consumi energetici effettivi di un edificio, determinati a loro volta dalla qualità dei muri perimetrali, del tetto, dei serramenti, del solaio a contatto con la cantina non riscaldata, nonché dalla forma dell'edificio e dalle condizioni climatiche del luogo in cui sorge. Se la ditta da cui acquistate la caldaia non vi chiede questi dati, è segno che si accontenterà di stimare in modo approssimativo la

potenza termica a voi necessaria, vendendovi infine un apparecchio troppo grande e dai consumi più elevati del dovuto.

Caldaie a confronto

Prima di decidere quale caldaia acquistare, è bene riflettere anche sull'opportunità di passare a un diverso tipo di combustibile. Un aiuto nella valutazione della convenienza è rappresentato dal "termometro dei costi del calore", un grafico che pone a confronto varie tipologie di apparecchi con i relativi costi e consumi.

Termometro dei costi del calore



I dati del grafico si riferiscono a un edificio che richiede un impianto da 15 kW ed ha un fabbisogno calorifico annuo di 15.000 kWh, dunque un edificio di categoria "C" della classificazione Casa-Clima.

I costi di investimento includono il prezzo d'acquisto di caldaia e cisterna, degli allacciamenti alla rete del gas, delle stazioni di distribuzione del calore, del silo (per lo stoccaggio del combustibile legnoso) e del trasporto del combustibile (minuzoli, pellets ecc.). Dall'importo è stato detratto il contributo provinciale del 30% sul costo dei nuovi impianti.

I costi del combustibile sono stati calcolati per un periodo di 20 anni basandosi sui prezzi attualmente praticati in Alto Adige e senza considerare il loro andamento futuro, che può essere solo ipotizzato.

I costi di manutenzione includono le spese per interventi sulla canna fumaria, lo spazzacamino, l'elettricità e l'assistenza tecnica.

Tutti i prezzi sono comprensivi di IVA al 4%.

SCHEDA DI CONTROLLO DEI CONSUMI ENERGETICI

Come funziona

Annotate sistematicamente (sempre alla stessa ora) i consumi indicati dai contatori di elettricità e gas e dall'indicatore di livello del gasolio. Analizzate anche i vostri comportamenti di consumo riportandoli nella colonna "Osservazioni" (ad es. riduzione dei

consumi energetici domestici quando si va in vacanza), insieme ad ogni ulteriore informazione utile come l'acquisto di apparecchi a basso consumo, il maggiore utilizzo di determinati apparecchi (ad es. del forno durante le feste di Pasqua o di Natale) e simili.

**Il consumo di energia dipende dalle nostre abitudini –
Controllando regolarmente i consumi possiamo agire in
modo mirato per risparmiare energia!**

Data/Ora	Letture attuali	Consumo kWh / m ³ / l	Consumo giornaliero *	Osservazioni

* Risultante dalla divisione del dato sui consumi per il numero dei giorni intercorsi dall'ultima lettura dei contatori.

6.3 CLIMATIZZAZIONE ESTIVA

L'importanza di una buona progettazione

Entrato di prepotenza nelle nostre case, il condizionatore è ormai un elemento irrinunciabile al pari del riscaldamento. Evidentemente non siamo più disposti a prendere l'estate per quello che è e a versare qualche goccia di sudore per un paio di settimane l'anno. Peccato però che i condizionatori consumino un sacco di energia e, se impiegati massicciamente, causino frequenti blackout elettrici, per non parlare dei possibili danni alla salute umana. E dire che potremmo starcene al fresco in modo "naturale", se solo facessimo un po' più attenzione quando progettiamo e costruiamo.

La percezione e la sopportazione del calore variano da individuo a individuo, dall'attività svolta sul momento, come pure dall'umidità e dal movimento dell'aria (vento). Di norma si parla di microclima confortevole in presenza di una temperatura sui 20-22 gradi e un'umidità del 50-60 %. Per ottenere queste condizioni anche d'estate senza ricorrere al climatizzatore, è necessario che la casa sia costruita e raffrescata correttamente. Mantenere un'abitazione fresca d'estate significa anzitutto **evitare che il calore entri dall'esterno. Ecco come si fa:**

- arieggiare bene di notte, specie nelle ore che precedono l'alba, quando la temperatura è più fresca; all'occorrenza creare una moderata corrente d'aria;
- tenere porte e finestre chiuse di giorno;
- evitare che le finestre siano colpite direttamente dai raggi solari ombreggiandole dall'esterno (con tende, veneziane o frangisole);
- non usare a lungo i fornelli durante il giorno; cuocere i cibi la sera, arieggiando poi bene la cucina durante la notte;
- per avere sollievo nelle giornate afose, utilizzare un ventilatore;
- in generale: minore è la differenza tra temperatura interna ed esterna, minore è il rischio di raffreddori e di problemi di pressione arteriosa.

"Ciò che protegge dal freddo, protegge anche dal caldo", recita un antico proverbio beduino. Gli accorgimenti per proteggere una casa dal caldo estivo vanno adottati già **in fase di costruzione:**

- richiedere un buon isolamento termico dell'edificio (muri perimetrali, copertura ecc.) per mantenere l'abitazione calda d'inverno e fresca d'estate;
- montare infissi di qualità, possibilmente con vetri parasole (leggermente oscurati), controllandone il valore U indicante la trasmittanza termica in entrambe le direzioni (estate/inverno). Ma attenzione: anche l'infisso e il vetro migliori servono a poco, se sprovvisti di adeguata schermatura esterna;
- attenzione alla struttura edilizia: schermare dall'esterno (mediante frangisole, veneziane o simili) le superfici vetrate orientate a sud. Evitare l'irraggiamento diretto dei vetri. Isolare termicamente i muri perimetrali. Specialmente gli edifici di struttura leggera, se non isolati alla perfezione, si surriscaldano in fretta. L'unico rimedio efficace nel caso di pareti sottili è un



isolamento a cappotto;

- la casa passiva offre condizioni di comfort ideali, perché è climatizzata naturalmente grazie al sistema di ventilazione che attinge l'aria dal sottosuolo, dove la temperatura si mantiene costante sui 12-13 gradi per tutto l'anno;
- un adeguato isolamento dell'edificio aiuta a prevenire scambi d'aria incontrollati attraverso giunzioni e fessure, compresa dunque l'infiltrazione di calore nei mesi estivi;
- se possibile, piantare degli alberi decidui ad alto fusto davanti casa. Le piante costituiscono un ottimo sistema di climatizzazione, poiché facendo evaporare l'acqua attraverso le foglie accrescono l'umidità nell'aria. Inoltre fanno ombra all'edificio favorendo un sensibile e naturale abbassamento della temperatura interna.

Climatizzatori sotto esame

Esaminando alcuni tra i condizionatori più diffusi (test on line del 10.6.2005), la fondazione Stiftung Warentest ha scoperto che un apparecchio "monoblocco", nelle giornate estive più calde, riduce a malapena di 5-6 gradi la temperatura di una stanza di media grandezza. Va un po' meglio con gli apparecchi "split", dotati di compressore installabile esternamente su una parete o in balcone. Molti degli apparecchi testati accusano una rumorosità ben superiore alla loro capacità di raffrescamento; quasi tutti consumano troppa energia. Per maggiori informazioni sulle singole marche e modelli si veda www.stiftung-warentest.de/online/haus_garten/test/1262353/1262353/1265338.html?print=true

o la rivista "test - n. 6/2005" della fondazione Warentest.

Ulteriori informazioni:
www.stiftung-warentest.de

6.4 ENERGIA ELETTRICA

Fornitore conveniente cercasi

Dal 1° luglio di quest'anno potremo sciogliere il vincolo con il nostro attuale fornitore di elettricità e cercarne uno a piacimento tra quelli attivi sul libero mercato. Nessuno sa dire invece se e quando i prezzi dell'energia elettrica caleranno.

Ancora qualche mese, e potremo abbandonare il nostro vecchio fornitore di elettricità. Ma anche se dovessimo rimanergli fedeli, il rapporto contrattuale sarà fondato su nuove basi. L'Autorità per l'energia elettrica e il gas, al fine di impedire che il libero mercato dell'elettricità degeneri in una sorta di "far west", ha emanato infatti un Codice di condotta commerciale (30 maggio 2006, n. 105) che impone regole precise a tutte le imprese di vendita del settore.

Regola n. 1: trasparenza

Chiunque sottoponga un nuovo contratto a un/a cliente deve identificarsi chiaramente, fornire i recapiti per contattare l'impresa di vendita, illustrare dettagliatamente il contratto proposto, specificare tempi e costi di attivazione del servizio, nonché fornire tutte le informazioni utili ai fini della chiarezza e della trasparenza dell'offerta.

Regola n. 2: contratto

Il contratto deve contenere tra gli altri i seguenti elementi: descrizione precisa del servizio offerto; decorrenza e durata del contratto; prezzi del servizio ed eventuali variazioni nel tempo; eventuali depositi cauzionali o altre garanzie dovute dal/la cliente all'impresa di vendita; oneri e spese a carico del/la cliente; periodo e modalità di misurazione dei consumi; modalità di contabilizzazione dei costi e termini per il pagamento delle bollette, nonché conseguenze per il/la cliente in mora con il pagamento delle stesse; casi in cui l'impresa di vendita deve versare al/la cliente un indennizzo automatico; modalità di presentazione di reclami e di risoluzione di eventuali controversie.

Regola n. 3: documentazione e diritto di ripensamento

Al momento della sottoscrizione, il/la cliente deve ricevere una copia scritta del contratto. In caso di stipula di un nuovo contratto al di fuori dei locali commerciali dell'impresa di vendita (ad es. a domicilio), il/la cliente può recedere entro 10 giorni dalla sottoscrizione, senza spese e senza dover fornire spiegazioni. Se il contratto è stipulato a distanza (ad es. al telefono), l'impresa di vendita deve inviare al/la cliente copia scritta del contratto entro 10 giorni dalla stipula; il diritto di recesso ha un termine di 10 giorni dal ricevimento del contratto scritto.

6.5 MOBILITÀ PRIVATA

Cara auto...

Un quarto della nostra vita lavorativa serve per pagarci le spese dell'automobile. Siamo disposti a risparmiare su tutto, meno che sulle quattro ruote. E facciamo male, perché analizzando meglio la questione scopriremmo interessanti alternative.

Secondo un'indagine dell'Automobile Club Italiano, le famiglie italiane spendono in media circa 5.000 euro all'anno per la mobilità in macchina. La cifra aumenta sensibilmente, se la famiglia possiede una seconda o una terza automobile. In ogni caso si tratta di costi che lasciano un grosso buco nelle tasche dei consumatori.

La maggioranza degli automobilisti intervistati se la prende soprattutto con i prezzi dei carburanti. L'80 per cento giudica troppo care le tasse e le assicurazioni; una percentuale analoga si lamenta delle spese di manutenzione. Il fatto curioso è che le voci incriminate rappresentano tutto sommato le briciole: i carburanti incidono solo per il 20 per cento sui costi complessivi dell'automobile, la manutenzione per il 15 per cento, le tasse e le assicurazioni per il 20 per cento. Solo pochi, invece, hanno da ridire sui costi di acquisto e il conseguente deprezzamento del veicolo, che con il 40 per cento costituiscono la voce più pesante di questo bilancio.

Guidare costa come mangiare

Un'auto costa in media dai 450 ai 500 euro al mese (calcolando 5 anni di utilizzo e 12.000 km di percorrenza annua) – una voce di spesa considerevole anche rispetto al budget mensile di una famiglia. Rapportato a uno stipendio medio, questo dato equivale a un quarto della nostra vita lavorativa. Ma ne vale veramente la pena? I costi per scorrazzare liberamente a bordo delle nostre vetturette hanno raggiunto ormai quelli per l'alimentazione, bevande comprese.

Insomma ci ostiniamo a fare sacrifici pur di circolare con la nostra auto, nonostante la disponibilità di alternative assai più convenienti.

Vediamo ad es. quanto costa spostarsi con i mezzi pubblici: posta una percorrenza annua di 12.000 km (pari a 60 km al giorno per 220 giorni lavorativi), si stima che coprire questa distanza con l'auto privata costa circa 4.000 euro, mentre con il treno solo 200 euro!

Car sharing: l'alternativa per chi usa poco la macchina

Se abitate nei pressi di Bolzano o Merano e usate la macchina sporadicamente, potete ricorrere a una valida alternativa: il servizio di car sharing gestito dall'Ecoistituto Alto Adige. Il costo per chilometro equivale pressappoco a quello dell'auto privata, però si risparmiano le spese di acquisto, assicurazione e manutenzione del veicolo. Determinante è anche l'orario di utilizzo del car sharing, poiché di giorno il servizio ha una tariffa oraria di 1,80 euro, ma dalle 24 alle 7 non costa nulla.

Info: www.oekoinstitut.it oppure www.carsharing.bz.it/





7.1 LO "SPIAPREZZI"

Informazioni e occasioni "in un clic"

Una banca dati on line del CTCU raccoglie notizie, dati, consigli e segnalazioni su dove comprare spendendo meno e su come amministrare le proprie finanze.

Lo "spiaprezzi", nato dalla collaborazione fra il Centro Tutela Consumatori Utenti e il Centro Europeo Consumatori, è un servizio di informazione on line in tema di prezzi. Dati e segnalazioni sono costantemente aggiornati e suddivisi in quattro grandi sezioni.

Sotto il titolo "**I nostri consigli**" si trovano studi e analisi effettuate dal CTCU o dal CEC: comparazioni dei prezzi auto in Europa, dei viaggi tutto compreso, del latte in polvere per neonati e di tanti altri prodotti relativi ai più disparati settori di vendita.

Nella rubrica "**I vostri consigli**" la parola passa alle consumatrici e ai consumatori. "Avete rilevato casi in cui qualità, servizio e rapporto prezzo-prestazione vi sono sembrati particolarmente convenienti? Condividete con noi e i nostri lettori le vostre scoperte!", questo l'invito rivolto a tutti gli interessati. Le segnalazioni riguardano di tutto un po':

Yellow Caffè, Brunico: macchiato e brioche a soli 1,50 euro
Segnalazione proveniente da Brunico del 23.9.2004

oppure

Spaccio aziendale Calzedonia

Calze, collant, body, intimo, costumi da bagno e t-shirt a prezzi molto ridotti. Ca. 15 km da Verona, via Spinetti 1, Vallese di Oppeano (Vr). Tel. 045-6984338

Segnalazione del 27.9.2006

o ancora

www.cartedipagamento.com

Informazioni sulle maggiori carte di credito

Segnalazione del 20.5.2005

Come segnalare un'occasione? Semplicissimo: basta inviare la propria informazione corredata possibilmente da una pezza giustificativa (volantino pubblicitario, scontrino fiscale, ritaglio di giornale o un vostro breve resoconto). L'invio può essere effettuato tramite posta ordinaria all'indirizzo Centro Tutela Consumatori Utenti Alto Adige, via Dodiciville 2, 39100 Bolzano; via fax al numero 0471 97 99 14; via e-mail all'indirizzo info@centroconsumatori.it.

Le segnalazioni pervenute vengono controllate e quindi pubblicate sullo "spiaprezzi".

Completano la banca dati le sezioni "**Link**", per collegarsi ad altri siti sul tema, e "**L'alternativa**", contenente approfondimenti relativi al consumo critico di specifici prodotti o servizi.

14 consigli di risparmio quotidiano

- 1. Prezzi** - Quando potete, fate sempre un confronto fra prodotti analoghi! Se incappate in offerenti che praticano prezzi esosi, non esitate a lamentarvene apertamente con loro ed evitateli in futuro!
- 2. Bilancio familiare** - Annotate scrupolosamente le vostre spese, così eviterete acquisti superflui. All'occorrenza utilizzate il "libretto contabile" disponibile gratuitamente sul sito del CTCU!
- 3. Alimentazione - Abbigliamento** - Evitate negozi e supermercati ostentatamente cari! Pensate anche ad accorciare la filiera dal produttore al consumatore!
- 4. Ortofrutta** - Acquistate preferibilmente frutta e verdura di stagione: sono più buone e costano meno!
- 5. Carne** - Non c'è solo il filetto. Le parti meno "pregiate" sono altrettanto nutrienti e costano molto meno!
- 6. Assicurazioni** - Una definizione precisa del vostro profilo di rischio e il confronto fra prodotti analoghi vi aiutano a risparmiare (Nel settore assicurativo si possono riscontrare differenze di premio nell'ordine delle centinaia di euro!)
Rivolgetevi al CTCU per un check-up assicurativo o per la ricerca della polizza RC auto più conveniente!
- 7. Banche** - Controllate e confrontate sempre spese e commissioni, anche utilizzando l'apposito calcolatore on line del CTCU (v. pag. 42)
- 8. Acquisti a rate** - Non imbarcatevi mai in spese più grandi del vostro bilancio familiare! In genere acquistare a rate costa di più: gli interessi sul prestito deve pur pagarli qualcuno!
- 9. Casa** - Usate apparecchi e lampade a basso consumo energetico, non eccedete con il riscaldamento, chiudete i termosifoni nelle stanze inutilizzate!
Evitate di lasciare gli apparecchi elettrici in stand-by! Per ulteriori informazioni sul risparmio energetico visitate la nostra biblioteca.

- 10. Occasioni** - Non incaponitevi su determinate marche, ma approfittate di occasioni, offerte speciali, svendite di rimanenze di magazzino ecc.! Talvolta si fanno buoni affari anche durante le vendite di fine stagione!
- 11. Pubblicità (ingannevole)** - Evitate i prodotti di marche iperpubblicizzate: i costi della pubblicità, li paga il consumatore! In molti casi, pubblicità non è sinonimo di qualità, né di informazione.
- 12. Medicinali** - Valutate con il vostro medico se avete davvero bisogno di un certo farmaco. Ove possibile, chiedete i farmaci generici!
- 13. Mobilità** - Evitate spostamenti inutili con mezzi motorizzati! Privilegiate l'uso di bici, mezzi pubblici o auto a noleggio!
- 14. Auto** - Al momento dell'acquisto riflettete bene sulle diverse tipologie di carburante: il gas per autotrazione (GPL) costa quasi la metà della benzina, il metano ancora meno!

Il premio dei consumatori OK d'Oro

Istituito dal Centro Tutela Consumatori Utenti, l'**OK d'Oro** è un premio conferito annualmente a privati, gruppi di persone, associazioni, imprese, autorità o istituzioni dell'Alto Adige che si sono distinte attraverso buone pratiche di consumo critico e consapevole o attraverso un'offerta a misura di consumatore. La consegna del premio ha luogo il 15 marzo, Giornata internazionale della tutela dei consumatori. Chiunque lo desidera può inviare al CTCU la propria proposta di candidatura accompagnata da una breve descrizione del soggetto o dell'iniziativa segnalata. Il direttivo del CTCU seleziona quindi la più meritevole.

Le proposte di candidatura vanno inviate entro il 31 dicembre dell'anno in corso al seguente indirizzo:

Direttivo del Centro Tutela Consumatori Utenti Alto Adige
Via Dodiciville, 2
39100 Bolzano

7.2 CALCOLATORE SINISTRI BONUS-MALUS

Quando rimborsare un danno RC auto già pagato?

La questione si pone specialmente nel caso di danni di poco conto. Restituire all'assicurazione l'importo pagato al danneggiato a titolo di risarcimento, evitando così la variazione della classe di merito? O accettare un premio più caro? Ve lo dice il calcolatore sinistri approntato dal CTCU.

Molti non sanno che la decisione non deve essere presa per forza al momento del sinistro. Basta rivolgersi alla propria compagnia poco prima della scadenza del periodo assicurativo, anche se il contratto è già stato disdetto, chiedendo l'importo dei danni pagati.

Una volta ottenute le informazioni dalla propria compagnia assicuratrice, resta da verificare la convenienza dell'una o dell'altra decisione. Per questo c'è il "calcolatore sinistri bonus-malus". Dopo avere immesso i dati richiesti – la propria compagnia assicuratrice, la classe bonus-malus, il premio lordo e l'importo del sinistro pagato – il calcolatore on line visualizza i costi che derivano nel corso del tempo a seconda che si scelga di rimborsare il sinistro di tasca propria oppure di farlo pagare all'assicurazione.

Si tenga tuttavia presente che il calcolatore effettua una proiezione, ossia non tiene conto di eventuali future variazioni del premio, al di fuori di quelle già note. In altre parole, il calcolatore considera ogni aumento o diminuzione basati sui normali passaggi tra classi di merito, ma è chiaro che non può includere ulteriori variazioni imprevedibili nelle condizioni attuali.

Poiché il calcolo è basato sul premio lordo comprensivo di imposte e contributo SSN, i risultati contengono minimi scostamenti percentuali.

Il calcolatore può essere utilizzato solo se nell'annualità precedente al rinnovo della polizza è stato risarcito un solo danno; in caso di due o più sinistri rivolgersi al servizio di consulenza assicurativa del CTCU (tel. 0471 329386).

7.3 CHECK-UP ASSICURATIVO

Attenti al rischio di "sovrasicurazione"

C'è chi vive alla giornata sperando non gli succeda mai nulla di grave, e c'è chi tende invece a cautelarsi contro ogni inconveniente possibile e immaginabile. Entrambi sbagliano. Assicurarsi contro i rischi prevedibili non basta, bisogna anche farlo nella maniera corretta. Altrimenti si finisce per pagare premi esorbitanti e trovarsi poi "scoperti" al momento del bisogno. Per chiarire dubbi e perplessità c'è il check-up assicurativo.

RC auto

I prezzi di queste polizze possono differire anche del 100 per cento. Ma non tutto il male vien per nuocere, giacché ciò permette al consumatore bene informato di risparmiare anche parecchio. Chi si accontenta invece di dati approssimativi, rischia di sborsare anche il doppio per il medesimo tipo di polizza. Per pagare il giusto non c'è che un modo: confrontare le offerte di più compagnie, eventualmente richiedendo un preventivo commisurato alle proprie esigenze. Interessante è anche il confronto con le condizioni economiche di un'"assicurazione diretta" stipulata via internet, un prodotto che finora ha dato risultati assai soddisfacenti. Per maggiori ragguagli si rinvia al foglio informativo sulle assicurazioni auto, disponibile anche sul sito del CTU.

Consigli per la scelta della RC auto:

- chiedete una copertura assicurativa non inferiore a 2.582.284,50 euro;
- accettate la franchigia solo se fa diminuire il premio assicurativo;
- inviate sempre una copia del libretto di circolazione alla compagnia assicuratrice;
- prima di sottoscrivere il contratto, controllate la corrispondenza tra i dati della polizza e quelli contenuti nel libretto di circolazione;
- controllate che nel contratto non siano aggiunte garanzie non richieste (ad es. tutela giuridica, tutela del conducente o del passeggero, ecc.) e che la compagnia non può imporvi;
- verificate se la compagnia rinuncia al diritto di rivalsa in caso di guida in stato di ebbrezza o con patente scaduta;
- controllate se la copertura riguarda tutti i conducenti abilitati o se nel contratto è inserita una franchigia in caso di sinistri causati da minori di 25 anni.

Assicurazione infortuni

Consigliata a tutti indistintamente. Anche in questo caso è indispensabile che le coperture offerte siano adeguate al reale fabbisogno assicurativo dell/la contraente: mentre un lavoratore dipendente è già parzialmente tutelato e gli basterà premunirsi contro l'invalidità permanente, un libero professionista o un lavoratore autonomo dovrà assicurarsi anche contro l'invalidità temporanea (inclusa un'eventuale diaria per il periodo di ricovero in ospedale o le spese per prestazioni mediche e ospedaliere). Prima di sottoscrivere il contratto, controllare con particolare attenzione l'inserimento di franchigie e le modalità di pagamento.

La garanzia "morte a seguito di infortunio" è poco utile: chi sia interessato a un'assicurazione del genere farà meglio a stipulare una specifica polizza per il caso morte.

Assicurazioni sulla vita

Un'assicurazione sulla vita, se impiegata correttamente, rappresenta un interessante strumento di tutela dei familiari in caso di decesso o inabilità al lavoro dell/la capofamiglia. Il prodotto più indicato a tale scopo – e anche l'unico effettivamente utile – è la polizza vita caso morte, con la quale la compagnia assicuratrice si impegna a pagare ai beneficiari la somma convenuta qualora si verifici il decesso dell'assicurato durante la durata del contratto (polizza vita temporanea).

Accanto a quest'assicurazione di rischio esistono polizze vita di capitalizzazione, basate cioè su un piano di risparmio, come ad es. le polizze miste, le polizze unit linked o index linked e le polizze previdenziali private (fondi pensione). Ma attenzione: assicurazioni e investimenti finanziari sono due cose ben distinte. Un conto è mettere i familiari al riparo da difficoltà stipulando una polizza per il caso morte e l'invalidità (associata a una copertura per infortuni e malattia). Un altro è la pensione di vecchiaia, che non dovrebbe mai essere costruita su un prodotto assicurativo di puro rischio.

Assicurazione di tutela legale

Copre i costi sostenuti dall'assicurato nel caso in cui debba affrontare una controversia giudiziale o stragiudiziale per ottenere il riconoscimento di un proprio diritto. In linea di principio si tratta di un'assicurazione utile per chiunque, tuttavia è importante stipularla con una compagnia specializzata nel ramo.

Assicurazioni per l'abitazione

Lo scoppio di un incendio può distruggere totalmente un'abitazione e, con essa, l'esistenza economica dei suoi proprietari. La polizza incendio copre sia l'immobile, sia il suo contenuto (mobili, suppellettili ecc.). Le sue prestazioni comprendono in genere anche i danni causati da fulmini, tempeste, esplosioni, implosioni, scoppi, grandine, vento, neve, infiltrazioni d'acqua (con il limite dei soli danni dovuti alla rottura accidentale delle tubazioni), fumo, gas, onde sonore, fenomeni elettrici, atti vandalici ed eventi sociopolitici quali scioperi e sommosse, nonché danni causati dall'urto di veicoli. Di norma sono invece esclusi i danni da gelo, terremoto, alluvioni e frane: se si abita in una zona esposta al rischio di eventi del genere, è bene chiedere espressamente l'inclusione della relativa garanzia nel contratto assicurativo!

⚠️ Attenzione:

l'ottenimento di un mutuo per l'acquisto della prima casa è generalmente subordinato alla sottoscrizione di una polizza incendio vincolata a beneficio dell'istituto erogatore del finanziamento. Come hanno potuto constatare i consulenti assicurativi del CTU, molti di questi contratti assicurativi fanno riferimento al valore commerciale dell'immobile, nonostante questo valore non sia mai oggetto di risarcimento in caso di danno, poiché non incide in alcun modo sul costo di ricostruzione del fabbricato. Chi non lo sa e accetta di assumere il valore commerciale dell'abitazione come base di calcolo del premio assicurativo, rischia di pagare anche sei-sette volte più del dovuto.

Conosci il tuo fabbisogno assicurativo?

Il check-up assicurativo del CTCU consente di verificare se siete assicurati bene o male, troppo o troppo poco. Raccogliete la vostra documentazione contrattuale e fatela esaminare dai consulenti del Centro. Ne scoprirete delle belle e imparerete che potete risparmiare anche somme cospicue!

7.4 COMPARAZIONE TARIFFE TELEFONICHE**Telefonare spendendo meno**

Contrastare un mercato sempre meno trasparente. Questo l'obiettivo del Centro Tutela Consumatori Utenti che, in collaborazione con la Provincia, ha messo a punto un servizio di comparazione delle tariffe telefoniche. Semplice e rapido, permette di farsi un'idea precisa sulle offerte disponibili.

Si tratta di uno strumento on line di facile impiego, concepito per aiutare il maggior numero possibile di utenti a districarsi nella giungla di compagnie, offerte e tariffe. Si comincia scegliendo un operatore da una lista di società che vantano una posizione di mercato consolidata e sono in attività da qualche tempo. I dati tariffari sono classificati secondo le variabili che incidono sul prezzo finale. Per trovare la tariffa davvero più congeniale alle proprie esigenze, la comparazione dovrebbe essere preceduta da un'analisi delle proprie abitudini e della propria spesa telefonica. Ecco i passi da seguire:

- prima di procedere al confronto delle tariffe, leggete attentamente le ultime bollette ricevute esaminando ciascuna delle voci riportate: telefonate locali, interurbane, verso cellulari, internazionali, internet dial-up (analogico) o ADSL (digitale);
- qualora abbiate intenzione di installare una connessione a internet, riflettete su quanto e come pensate di utilizzarla, se navigherete per motivi di lavoro, di studio o semplicemente per divertimento, se volete usarla anche per ricevere e inviare posta elettronica;
- controllate sulla bolletta l'entità di ogni singola voce di spesa, al fine di individuare le voci più consistenti;
- controllate se sono attivati servizi quali segreteria telefonica, trasferimento di chiamata, "chi è?", "4 star" ecc. In caso affermativo riflettete se li adoperate veramente;
- controllate i costi base della linea telefonica; verificate anche se possedete un abbonamento che comporta costi fissi aggiuntivi;
- se siete abbonati con diversi operatori, calcolate la vostra spesa mensile complessiva sommando costi delle telefonate, costi base e costi dei servizi supplementari attivati;
- il calcolatore on line aiuta anche a trovare le offerte più convenienti per la telefonia mobile. Un'apposita sezione spiega



come cambiare compagnia senza rinunciare al proprio numero di cellulare (portabilità!);

Un consiglio: accanto al calcolatore on line, il servizio comprende alcune sezioni con gli ultimi aggiornamenti relativi agli sviluppi di mercato, alle nuove tecnologie e alle truffe via telefono. Visitando regolarmente la pagina, il mondo della telefonia non avrà per voi più segreti!

Il calcolatore delle tariffe telefoniche è accessibile attraverso la homepage del CTCU: www.centroconsumatori.it



7.5 CALCOLATORE COSTI CONTO CORRENTE

Quanto spendo per affidare i mie soldi alla banca?

Vi siete mai chiesti quanto costa la tenuta del vostro conto corrente? No? Allora sarebbe ora di farlo. Tenere i soldi in banca ha un suo prezzo e quindi un potenziale di risparmio.

Il prezzo varia a seconda della situazione di mercato, come pure da istituto a istituto. Il CTCU ha predisposto un calcolatore on line che permette di sapere subito quanto costa tenere i soldi in banca, anziché sotto il materasso. Confrontando il risultato del calcolo con la tabella di comparazione pubblicata una volta l'anno dal CTCU, scoprirete magari che esiste un istituto bancario più conveniente del vostro. Prima di sottoscrivere qualunque nuova offerta, raccomandiamo come sempre di leggerla e analizzarla nel dettaglio, prestando particolare attenzione alle clausole scritte in caratteri minuscoli, che sono spesso le più insidiose! Il calcolatore costi conto corrente è disponibile sul sito del CTCU all'indirizzo:

www.centroconsumatori.it/download/11v11d18308.htm

Consiglio: La "Guida conto bancario e credito" della collana "konsuma" offre un'ampia rassegna di informazioni e suggerimenti in tema di risparmio economico.

7.6 CURE DENTISTICHE

Chi previene, risparmia

Quand'è l'ultima volta che siete stati dal dentista? Più di un anno fa? Allora sarebbe meglio fissare subito un nuovo appuntamento. Prevenzione e controlli regolari sono un modo per risparmiare. I Distretti socio-sanitari offrono prestazioni medico-dentistiche migliori di quel che si dice.

Il 6,2 % degli uomini over-65 non ha mai messo piede in uno studio dentistico: lo rende noto l'ultimo "Rapporto Gender Salute" stilato dall'Istituto provinciale di statistica. La quota scende all'1,5 % tra le donne. Naturalmente l'indagine non suggerisce le cure da intraprendere contro il mal di denti, tuttavia evidenzia come la stragrande maggioranza degli altoatesini, sia uomini (86,6 %) che donne (85,7 %), preferisca affidarsi alle mani di professionisti privati. Dunque si approfitta poco o per niente delle prestazioni odontoiatriche offerte dalla Sanità pubblica. Da un lato perché questi servizi si portano dietro la cattiva fama degli inizi; dall'altro a causa delle lunghe liste d'attesa (fino a sei mesi) che scoraggiano i più.

Le prestazioni dei Distretti sanitari

Visto il crescente numero di famiglie che non possono permettersi i costi stratosferici di un dentista privato, le istituzioni sanitarie provinciali sono impegnate a migliorare la propria offerta, sia quantitativa che qualitativa, di ambulatori odontoiatrici. Un centro unico di prenotazione permette di sapere con una semplice telefonata in quale distretto sanitario si può fruire di un intervento specialistico in tempi ragionevoli. I prezzi sono incomparabilmente più bassi di quelli dei dentisti privati (v. tabella), sebbene la gamma delle prestazioni sia limitata a interventi di tipo terapeutico e non includa le protesi.

Attualmente la Provincia sta conducendo un progetto pilota per intensificare l'assistenza dentistica nei distretti dietro pagamento di un "ticket" più salato: ai dentisti che aderiscono all'iniziativa vengono messi a disposizione il personale, le attrezzature e uno studio nelle strutture sanitarie dei distretti Media Val Venosta, Alta Val d'Isarco e Alta Pusteria. Prenotando in questi centri, si hanno buone probabilità di ottenere un appuntamento in tempi ragionevoli. Le emergenze, invece, continuano ad essere gestite unicamente negli ospedali. In futuro è prevista l'estensione del servizio odontoiatrico a tutti i distretti sanitari della provincia, cosa che renderà più frequente la presenza di professionisti delle cure dentarie anche nelle strutture pubbliche.

Contributi provinciali

Il Servizio sanitario della nostra provincia è l'unico in Italia a concedere rimborsi per cure medico-dentistiche, tuttavia solo a coloro che hanno un reddito familiare inferiore a 22.000 euro circa, ossia una piccola minoranza della popolazione. Questo limite di reddito così basso dipende dal fatto che non viene adeguato da anni, una circostanza fortemente criticata sia dal CTCU che dai sindacati.

La prevenzione innanzitutto

Andare dal dentista regolarmente, circa due volte l'anno, significa evitare l'insorgere di gravi problemi dentali. Durante la visita

è consigliabile sottoporsi anche alla pulizia dentale per eliminare il tartaro. Questo intervento aiuta a prevenire la periodontosi, una dolorosa affezione delle gengive, come pure patologie quali la periodontite (infiammazione del tessuto connettivale attorno alle radici del dente) che aumenta il rischio di disturbi cardiocircolatori, affezioni croniche delle vie respiratorie e aggravamento del diabete.

Tariffe delle prestazioni di specialistica ambulatoriale

Descrizione	Tariffa prov. - Ticket
Estrazione di dente deciduo Incluso: anestesia	11,60 Euro
Estrazione di dente permanente Incluso: anestesia	16,30 Euro
Ricostruzione di dente mediante otturazione - Fino a due superfici Incluso: otturazione carie, otturazione carie con incappucciamento indiretto della polpa	18,60 Euro
Ricostruzione di dente mediante otturazione - Tre o più superfici e/o applicazione di perno endocanalare Incluso: otturazione carie con incappucciamento indiretto della polpa	34,90 Euro
Applicazione di corona - Trattamento per applicazione di corona a giacca in resina	31,40 Euro
Inserzione di ponte fisso - Trattamento per applicazione di elemento fuso in lega aurea, oro resina o oro porcellana e/o elemento di sovrastruttura per corona su impianti endosseai	69,70 Euro

Fonte: www.provincia.bz.it/sanita/2303/tarspecl/index_i.htm

Cure dentistiche: il pellegrinaggio ad Est



Farsi una protesi dentaria in Alto Adige costa un patrimonio. E così i pazienti preferiscono recarsi negli studi dentistici dell'Est. A colloquio con Alois Burger, sindacalista della CGIL/AGB, da tempo sostenitore del turismo odontoiatrico.

konsuma: Signor Burger, il divario tra i prezzi dei dentisti altoatesini e quelli dell'Est è davvero così grande?

Mettiamola in questi termini: se in Italia una cura costa 100, in Croazia scende a 40, in Ungheria a 30 e in Romania addirittura a 20.

konsuma: A quali interventi si sottopongono questi turisti sui generis? E che standard di qualità trovano negli studi dentistici dell'Est?

I pazienti si sottopongono a interventi di ogni tipo: ricostruzioni ossee, ponti, impianti dentari. Tutto ciò che fanno i dentisti di casa nostra, lo sanno fare anche i colleghi dell'Est, oltretutto impiegando materiali e tecnologie moderne, tranne forse alcune delle più recenti, come le otturazioni in ceramica pura o le radiografie tridimensionali.

Quanto allo standard di qualità, nella maggior parte dei casi è buono, sebbene anche all'estero si possa capitare male.

konsuma: E se appunto le cose vanno male? Esiste una garanzia?

Ecco uno dei problemi. Non sempre è prevista una garanzia sui lavori svolti, come dimostrano alcuni procedimenti legali ancora irrisolti. D'altronde, casi del genere succedono anche in Alto Adige: anche qui le garanzie sugli interventi odontoiatrici scarseggiano e i pazienti che fanno causa al proprio dentista hanno poche probabilità di spuntarla.

konsuma: Il suo sindacato ha stipulato delle convenzioni con dentisti croati ...

Sì, con tre studi della Croazia. Gli iscritti al nostro sindacato hanno uno sconto del 5-10 % sulla fattura emessa dal professionista estero.

konsuma: E se una volta tornati a casa il mal di denti non si placa o la protesi dà fastidio?

Nel caso insorgano gravi complicazioni, bisogna tornare dal dentista che ha eseguito l'intervento. Se invece servono solo piccoli aggiustamenti, si possono risolvere anche a Bolzano, dove abbiamo istituito un servizio di assistenza convenzionato con il sindacato.

konsuma: Cosa fanno i dentisti locali per frenare questa emorragia di pazienti verso l'Est?

Abbiamo provato a trattare con i professionisti locali, a convincerli ad abbassare le tariffe, ma solo pochi hanno risposto positivamente. Eppure non ci vorrebbe molto. Tuttavia, finché uno stesso intervento costa 40 all'estero e 60 in Alto Adige, la gente continuerà a recarsi oltre frontiera. Pensi che esiste un turismo odontoiatrico perfino dalla Pusteria e dalla Venosta verso l'Austria, dove le prestazioni sono mediamente il 20 % meno care.

7.7 SOFTWARE LIBERO

Funziona anche senza brevetti

Divenire proprietari dell'hardware, vale a dire di un computer e relativo monitor, di una stampante ed altre periferiche, è possibile solo attraverso un acquisto, ossia con l'esborso di denaro. Per quanto riguarda il software, dal sistema operativo a tutte le varie applicazioni, il discorso è più complesso. Qui si ha a che fare con l'acquisto di licenze poste in vendita da chi detiene un brevetto sui singoli software, e talora le licenze sono valide solo per un certo lasso di tempo, trascorso il quale vanno rinnovate o sostituite insieme alla nuova versione dell'applicativo. Quando invece abilitano all'utilizzo del programma a tempo indeterminato, rischiano comunque di divenire presto obsolete, sorpassate da nuovi sviluppi del software lanciati sul mercato. Per ogni nuovo programma, ogni aggiornamento, si batte cassa, e i consumatori pagano, pagano, ... legati a filo doppio al sistema dei brevetti depositati da potenti multinazionali. È in questa maniera che Bill Gates ha costruito un patrimonio tra i maggiori al mondo.

Chi si orienta verso il **"Software libero"** può però risparmiare un bel po' di soldi e rinunciare all'acquisto di licenze software. Un sistema operativo alternativo ormai molto diffuso è **"Linux"**.

Il Software libero è definito da quattro libertà:

- La libertà di eseguire il programma, per qualsiasi scopo.
- La libertà di studiare come funziona il programma e adattarlo alle proprie necessità.
- La libertà di ridistribuire copie in modo da aiutare il prossimo.
- La libertà di migliorare il programma e distribuirne pubblicamente i miglioramenti, in modo tale che tutta la comunità ne tragga beneficio.

Questa la definizione di "Software libero" adottata dalla Free Software Foundation Europe.

Links di approfondimento:

<http://member.lugbz.org/>

www.fsfeurope.org

7.8 ASTE ON LINE

Affari... virtuali

Dopo un avvio stentato, le aste on line riscuotono oggi un consenso sempre più ampio. Merito di un assortimento pressoché illimitato, come pure dei prezzi spesso imbattibili rispetto al mercato reale. Così cresce il numero di consumatori che offrono e rilanciano a colpi di "mouse".

L'asta on line, o e-auction, è una vendita pubblica al miglior offerente effettuata su internet. Il sito più famoso di aste on

line è Ebay. I beni vengono di norma spediti agli aggiudicatari. Il pagamento si svolge mediante bonifico, in contrassegno o con trasferimento temporaneo della somma su un conto fiduciario. Dal punto di vista commerciale, le aste on line si dividono in attività fra privati ("consumer to consumer"), fra aziende ("business to business") e, a livello intermedio, fra imprese commerciali e utenti privati ("business to consumer").

La caccia all'occasione sul web è stimolante, ma costellata di trappole. Secondo il Centro Europeo dei Consumatori, il 14 % degli altoatesini che hanno comprato qualcosa su internet nell'ultimo anno sono rimasti vittime di truffe. La prudenza, dunque, non è mai troppa! Prima di qualunque acquisto, è indispensabile leggere bene le "Condizioni generali di contratto" (CGC): quanto più in piccolo sono scritte, tanto più c'è da dubitare sulla trasparenza del venditore. Particolare attenzione è raccomandata a fronte di "occasioni" o offerte "gratuite": scorrendo le CGC non è raro scoprire che l'allettante proposta è valida solo per pochi giorni, scaduti i quali bisogna invece pagare. È bene stare all'erta anche con i venditori apparentemente più affidabili, perché molti sono comunque pronti a volatilizzarsi insieme ai loro prodotti non appena incassano il vostro pagamento.

In caso di acquisti di grande valore, specie tra privati, versate sempre l'importo richiestovi su un conto fiduciario, dove rimarrà al sicuro fino alla consegna della merce al vostro recapito. Se il venditore non accetta questa forma di pagamento, lasciate perdere l'affare. Inutile dire che anche gli operatori dei servizi di amministrazione fiduciaria non sono tutti onesti.

Minori e commercio elettronico formano un connubio pericoloso per le famiglie. Il problema è che nelle transazioni via internet, mancando il rapporto diretto tra chi vende e chi compra, è impossibile controllare l'età della controparte: il venditore deve giocoforza fidarsi delle dichiarazioni fornitegli dall'interlocutore. Se un minorenne riesce a comprare l'oggetto desiderato occultando la sua età o ignorando le clausole del tipo "l'acquirente dichiara di essere maggiorenne", è pressoché impossibile ottenere la restituzione di quanto pagato.

Il minore d'età che si serve di un nome fittizio o della carta di credito di un adulto commette una vera e propria frode, con conseguente obbligo di pagamento della merce acquistata. Insomma, quando il contratto concluso dal minore non può più essere annullato, i genitori sono direttamente responsabili del danno in base alla cosiddetta *culpa in educando*, ossia l'inadeguata vigilanza sulla condotta del minore.

Diritto di recesso

Il diritto di recesso dai contratti stipulati a distanza, compresi quelli conclusi via internet, è sancito dalla direttiva 97/7/UE. Ogni consumatore o consumatrice dell'Unione europea ha almeno dieci giorni di tempo dal ricevimento della merce per rispedirla a proprie spese al mittente senza fornire spiegazioni.

Ma attenzione: questa norma **non si applica nei contratti fra privati**, bensì solo per acquisti di merce offerta su siti commerciali.

Consiglio: la guida "Acquistare on-line con sicurezza", pubblicata sul sito del Centro Europeo dei Consumatori, è una miniera di informazioni pratiche per tutti coloro che vogliono frequentare senza rischi i mercati virtuali. (www.euroconsumatori.org; sezione "Info/Computer, e-commerce")



7.9 VENDITE PER CORRISPONDENZA

Comprare stando seduti in poltrona

Ordinare della merce su catalogo è un sistema comodo per fare acquisti senza muoversi da casa. Ma quali sono le regole del gioco e quali i diritti dei consumatori?

Ordinare, ricevere, pagare: finché tutto fila liscio, la vendita per corrispondenza rappresenta una comoda alternativa per fare i propri acquisti. I nodi arrivano al pettine quando si tratta di esercitare il diritto di recesso, far valere una garanzia o dirimere questioni legali. Cominciamo proprio da queste ultime e parliamo di diritto applicabile. In base alla Convenzione di Roma, i contratti di vendita per corrispondenza sono generalmente soggetti alla legislazione nazionale del consumatore in quanto parte più debole. Se però le Condizioni generali di contratto prevedono altrimenti e vengono accettate dal consumatore (cosa che accade automaticamente quando egli effettua un ordine), allora si fa riferimento alle norme ivi stabilite!

Inoltre, se il catalogo si rivolge esplicitamente a consumatori e consumatrici di un Paese estero (ad es. un'impresa commerciale inglese offre una pagina in italiano), allora si applica il diritto vigente in quello Stato.

Il recesso è regolato dalla direttiva 97/7/CE sui contratti a distanza. Il termine per esercitare il diritto di recesso varia da Stato a Stato, ma in ogni caso non è mai inferiore a sette giorni lavorativi dal ricevimento della merce e si esercita senza dover fornire spiegazioni. Il recesso dal contratto va comunicato sempre per iscritto tramite lettera raccomandata con avviso di ricevimento, eventualmente preceduta da una e-mail o un fax.

Anche la garanzia legale è disciplinata da una direttiva europea, la 99/44/CE. La sua durata dipende dai singoli Paesi, ma non può essere inferiore a due anni dalla data di acquisto. Attenzio-

ne: i termini per l'inversione dell'onere della prova (ossia il momento dal quale è il consumatore a dover dimostrare lo stato difettoso del bene consegnatogli) e per la denuncia del difetto possono variare a seconda del Paese. Per ulteriori informazioni sulle normative vigenti nei Paesi UE: www.euroconsumatori.org/16849v16849d20192.html

L'esercizio concreto del diritto di garanzia può dar luogo a costi considerevoli per il consumatore, soprattutto a causa della distanza fisica che lo separa dalla ditta venditrice. Se si tratta di acquisti transfrontalieri, il venditore non è obbligato ad accollarsi le spese per il trasporto del bene difettoso, tuttavia può esigere che gli venga recapitato al suo indirizzo per la riparazione, addebitando le spese di spedizione al consumatore!

In questo caso si ripropone la questione del diritto applicabile. La legge italiana vieta di addebitare al consumatore spese di trasporto o spedizione, tuttavia non è chiaro se, nel caso ad es. di un acquisto in Germania, la norma si applichi soltanto a partire dal confine nazionale. Perciò è meglio chiarire sempre la questione per iscritto! Lo stesso dicasi per la riparazione di apparecchiature elettriche: al momento di sottoscrivere il contratto, accertatevi che la riparazione possa essere effettuata senza difficoltà anche presso i concessionari o le officine presenti in Italia!

Nonostante l'abolizione della barriera doganali all'interno dell'area comunitaria, in alcuni Paesi, ad es. in Svizzera, sono ancora attive. Qualora la ditta fornitrice abbia sede al di fuori della UE, bisogna includere nel calcolo dei costi di spedizione anche le spese doganali, variabili in funzione delle categorie merceologiche (che sono migliaia!).

Talvolta i dazi e le formalità doganali possono costare più del-

la merce stessa (ad es. nel caso di acquisti dall'Estremo Oriente). Perciò, quando si compra da Paesi lontani, mai fare i conti senza l'oste... o meglio senza il doganiere!

Per finire: quando le autorità doganali sequestrano prodotti di marca contraffatti, ne danno avviso al produttore titolare del marchio, il quale è tenuto a chiedere al consumatore il rimborso spese per la distruzione della merce contestata e un risarcimento danni. Per non rischiare di pagare a peso d'oro qualcosa che non vale niente, consigliamo perciò di tenersi alla larga da chi offre prodotti di marca a prezzi stracciati (www.euroconsumatori.org/16842v16927d28383.html)

Consigli:

- nel caso di acquisti su catalogo, così come per quelli online, leggere sempre con attenzione le Condizioni generali di contratto;
- prima di un acquisto – specie se si tratta di elettrodomestici “bianchi” come la lavatrice, o di apparecchi elettronici come lo stereo, il televisore ecc. – chiedere un chiarimento scritto in relazione a eventuali punti controversi (ad es. applicabilità della garanzia presso concessionari locali del prodotto);
- nel caso di prodotti di valore esigere una forma di spedizione assicurata o comunque affidabile (ad es. tramite il venditore stesso);
- quando è possibile, pagare sempre alla consegna della merce;
- ricordarsi del diritto di recesso.

Confronto spese di spedizione applicate dalle principali imprese di vendita su catalogo

Ordinativi trasmessi sia attraverso i canali tradizionali (posta/fax/telefono) sia tramite internet

Ditta fornitrice	Spese di spedizione	Offerta e altre info	Valore minimo dell'ordine
Postalmarket (I – MI) www.postalmarket.it	6,80 Euro	Articoli di moda, tessuti e utensili per la casa	nessuno
Quelle (A – Linz) Con filiale a Bolzano dal 1995 www.quelle.it	4,95 Euro (per oggetti ingombranti, forfait variabile da 9,95 a 35 euro, a seconda del valore dell'ordine)	Consegne in Italia solo nelle province di Bolzano e Trento (alcuni articoli in catalogo non sono importabili)	nessuno
Bonprix Fondata nel 1986 a Amburgo (D); con filiale a Biella inaugurata nel 1992 www.bonprix.it	5,90 Euro	Articoli di moda e tessuti per la casa	nessuno
Jakoo Con sede a Bad Rodach (D) e negozi in quattro città tedesche www.jako-o.de	7,50 euro (notevoli costi supplementari per oggetti ingombranti)	Consegna di tutti i prodotti anche in Italia	nessuno
hess natur Sede e annessa vendita al dettaglio a Butzbach (D) www.hess-natur.de	9,95 euro per ordini fino a 100,00 euro, 16,95 Euro per ordini di importo superiore (notevoli costi supplementari per articoli ingombranti, ad es. mobili)	Specializzati in fibre naturali	80 euro per le spedizioni oltre frontiera
Panda Con sede a Friburgo (D) e due negozi in Germania www.panda.de	17,50 Euro per consegne in Italia (sovrapprezzo per oggetti ingombranti)	Specializzati in fibre naturali	25 euro

Nota bene 1: alle spese di spedizione possono sommarsi ulteriori costi, spese postali per le spedizioni in contrassegno (1,60 euro circa) ecc.

Nota bene 2: la franchigia postale non è valida per eventuali riconsegne di merce all'estero.

8.1 INFORMAZIONI UTILI

Links, indirizzi, appuntamenti

 Mercatini delle pulci, negozi dell'usato, contatti privati

www.happymarkt.it - (organizzazione di mercati e fiere; date di vari mercatini delle pulci in Alto Adige – calendario annuale da scaricare; sezione di annunci privati gratuiti)

www.flohmarkt.bz o **www.kleinanzeiger.bz** - (mercato delle pulci online gratuito per la provincia di Bolzano)

www.provincia.bz.it/trend - (mercato delle pulci online dell'Ufficio provinciale gestione rifiuti. Offerte, scambi, richieste, regali, ma anche riparazioni, prodotti di seconda mano, servizi di noleggio e di ricarica)

www.second-hand.it - (mercato online – annunci gratuiti di acquisto e vendita per la provincia di Bolzano)

"Derfrogg' und Gfundn" - mercato radiofonico di RAI - Sender Bozen in onda ogni martedì dalle 18.05 alle 19

"Bazar" - Settimanale di annunci gratuiti per la regione Trentino – Alto Adige, esce in edicola ogni mercoledì

www.ebay.it o **www.ebay.de** (aste online)

Negozi che offrono prodotti di seconda mano

Molti dei negozi che offrono prodotti di seconda mano in Alto Adige fanno parte dei Centri genitori e bambini (ELKI), e vi si trova soprattutto abbigliamento per i più piccoli e relativi accessori – è possibile sia l'acquisto che la vendita.

Bolzano
Elki Gries - Piazza Gries 4 - Tel. 0471 469803 lun-ven 9-11:30 - mar, mer, gio 15-17:30 - 1° sabato mese 9-11:30
Paiper - Via Vintler 9 - Tel. 0471 982028 Abiti e oggetti di ogni tipo, noleggio di costumi teatrali e per feste
La bottega dell'Usato - Via Roma 72 - Tel. 0471 501801 soprattutto abbigliamento, orario di negozio
Bressanone
Elki / Pumuckl - Via Vintler 22 - Tel. 0472 201755 mar-gio 9-10:30 e 15-16:30
Brunico
Elki / Doppelmoppel - Via P. v. Sternbach 8 - Tel. 0474 410777 mer e ven 9-11 e 15-15-17
Appiano
Elki / Cinderella - Passaggio Portici 24 - Tel. 0471661 668 mar, mer, sab 8:30-11 gio 15-18
Lana
Pinocchio - Via Merano 29 - Tel. 380 7206022 lun-ven 15-18 e mer 9-11
Merano
Gekko - Via Andreas Hofer 12 - Tel. 0473 200382 Progetto di reinserimento lavorativo del Distretto comprensoriale Burgraviato; abbigliamento giovani e adulti
Trilli - Via Carducci 12 - Tel. 0473 270223 Abbigliamento e articoli per bambini

Egna

Elki / Girotondo - Via Bolzano 4 - Tel. 0471 813291
mar-mer e ven 9-11:30 mer 15-17

Mercatino Ennemase - Via Portici e Via Andreas Hofer
Tel. 339-7792259
ogni 3° sabato del mese dalle 8 alle 16
MERCATINO DEI BAMBINI il 9.6.2007 e 8.9.2007

Falzes

Second hand shop - KFS – Ass. sudtirolese famiglie cattoliche, sede di Falzes

Bürgerheim - Piazza della Chiesa - Tel. 347 5108964
compravendita abbigliamento per bambini e adulti, sci, slitte, tute da sci ecc.; mer 14-16

Vipiteno

Elki / Sterntaler - Vicolo del Forno 2 - Tel. 333 7866337
mar-mer 9:30-11, ven 15-16:30

Termeno

Elki / Compravendita - Via Julius von Payer 16
Tel. 0471 860771
lun-mer, sab 9-11 - gio 15-17

Varie associazioni organizzano regolarmente o in particolari occasioni mercatini a tema (ad esempio per l'abbigliamento da sci e relativi accessori, compravendita di abiti per la prima comunione, ecc.). Informazioni al proposito si possono reperire direttamente presso le associazioni, ad esempio Kolping, Associazione sudtirolese famiglie cattoliche KFS, Movimento femminile cattolico KFB, uffici parrocchiali. Esistono anche dei magazzini per abiti usati, punti di raccolta gestiti dalla San Vincenzo, dalla Caritas, dal Familienverband ed altri, dove persone bisognose o comunque interessate possono procurarsi dei capi d'abbigliamento lasciando eventualmente un'offerta a seconda delle proprie possibilità.

Da non dimenticare infine che nell'ambito delle offerte dell'usato si trovano anche mobili e altre suppellettili per la casa.

Mezzi di informazione, consulenza, consigli

www.centroconsumatori.it (portale del Centro Tutela Consumatori Utenti)

Siti in lingua italiana:

www.altroconsumo.it (portale online dell'Associazione nazionale Altroconsumo, vi si trovano test comparativi e articoli tratti dalla rivista mensile "Altroconsumo")

www.ilsalvagente.it (portale online curato dalla redazione della rivista settimanale "Il Salvagente")

Siti in lingua tedesca:

www.stiftung-warentest.de (portale online della Stiftung Warentest, ricco di test comparativi e con la possibilità di attingere all'intero archivio delle riviste "test" e "Finanz test" selezionando l'opzione "Shop")

www.oekotest.de (portale online della rivista "Ökotest", presenta numerosi test, il numero in edicola e l'archivio della rivista)

www.konsument.at (portale online del Verein für Konsumenteninformation austriaco, con numerosi test e archivio della rivista mensile "Konsument")

Portali specializzati nel confronto dei prezzi

www.centroconsumatori.it (vedi sezione "spiaprezzi")
www.euroconsumatori.org (confronti tra prezzi dal Centro Europeo Consumatori)
www.guenstiger.de
www.preissuchmaschine.de
www.preistrend.de
www.preisauskunft.de
www.billiger.de
www.preisvergleich.de
www.confrontoprezzi.it
http://it.kelkoo.com
www.risparmiate.it

Altre fonti di informazioni:

www.marktcheck.at - (website curata da Greenpeace ed undici organizzazioni austriache, presenta una grande banca dati ricca di consigli per orientare gli acquisti)
www.help.orf.at - (offerta online della televisione austriaca ORF sulla tutela del consumatore; numerosi consigli e links sul tema del consumo; magazine radiofonico "help" in onda su Ö1)
www.verbraucher.org - (sito curato dalla Verbraucher Initiative, federazione germanica di consumatori critici, tutela del consumatore ad ampio raggio)
www.lebensmittelmarken.de
 (detectives germanici specializzati sui prodotti di marca)
www.konsumensch.net - (informa sui collegamenti meno evidenti intessuti dalle imprese multinazionali, offrendo anche un'iniziativa di guida all'interno di diverse città tedesche per sostenere un coinvolgimento nella politica dei consumi)
www.foodwatch.de - (organizzazione germanica di consumatori attiva nel controllo della filiera alimentare)
www.fo-kus.info - (associazione tedesca attiva nella ricerca e nella comunicazione su consumi, ambiente e società)
http://ec.europa.eu/consumers/index_it.htm
 (politica dell'Unione Europea a tutela dei consumatori)
www.oeko-fair.de
 (sito di informazione sull'equosolidale curato dalla Verbraucher Initiative)
www.greenplanet.net - (piattaforma dedicata alla cultura del prodotto biologico in Italia)
www.citizen.org - (website americana; gli acquisti consapevoli sono al centro dell'interesse nel "consumer corner")
www.worldwatch.org/pubs/goodstuff - (manuale online in inglese curato dal Worldwatch-Institut, ricco di informazioni sui prodotti)
www.einefueralle.at - (website di Greenpeace Austria, presenta notizie sul tema della sostenibilità e sulle capacità di futuro della terra, indicando varie opportunità nell'ambito del consumo critico)
www.italia.gov (sezione „news/speciali“) - il portale nazionale del cittadino
www.mimandaraitre.rai.it - sito ufficiale della trasmissione al servizio dei cittadini, in onda su Rai3
www.e-coop.it - sito della catena di distribuzione Coop, presenta notizie sulle iniziative benefiche, informazioni utili ai consumatori ecc.

www.altromercato.it - ispirazioni ideali, elenco di prodotti e produttori, iniziative ecc. del consorzio del commercio equo e solidale

www.legambiente.com e **www.legambienteagricoltura.it** - sito ufficiale di Legambiente e homepage della campagna „Legambiente per l'agricoltura italiana di qualità“, contro l'introduzione di prodotti transgenici nei mangimi italiani

www.greenpeace.org/italy - sito italiano del movimento ambientalista: comportamenti di consumo e loro ripercussioni sull'ambiente, consumo consapevole ecc.

www.eufic.org/index/it - sito dello European Food Information Council: sicurezza alimentare, qualità dei cibi, salute e nutrizione

www.beppegrillo.it - sito di Beppe Grillo con informazioni e consigli per consumatori consapevoli

www.gov.on.ca/MGS/graphics/050522.pdf - informazioni sui diritti a tutela dei consumatori, acquisto di elettrodomestici

8.2 RADIO, TV, TELEFONIA & CO.

Informazioni a tutto campo

Il Centro Tutela Consumatori Utenti (CTCU) è impegnato in un'opera di informazione capillare. Nell'intento di raggiungere consumatrici e consumatori di ogni ceto e classe d'età, utilizza svariati mezzi di comunicazione.

Sito web: attraverso la homepage www.centroconsumatori.it si accede a tutti i materiali informativi prodotti dal CTCU, comprese le lettere tipo e i calcolatori on line (v. pag. 41-42).

Pronto consumatore: la newsletter del CTCU offre informazioni in pillole e approfondimenti. Disponibile in due versioni: una sintetica on line, scaricabile dal sito del CTCU, e una cartacea più completa, reperibile presso gli uffici del CTCU e in vari luoghi quali biblioteche, uffici pubblici, negozi, bar ecc.

konsuma: collana di guide tematiche in uscita ogni sei mesi circa.

Sportello Mobile del Consumatore: il furgone del CTCU si sposta sull'intero territorio provinciale con il suo carico di materiali informativi a disposizione degli interessati. L'attività si divide tra appuntamenti fissi e interventi specifici su richiesta.

Sulle frequenze di radio RAI Sender Bozen, ogni martedì alle 11,30 e alle 17,30, va in onda la rubrica radiofonica del CTCU "Schlau gemacht" (in lingua tedesca) a cura di Evi Keifl.

Il CTCU realizza anche un **magazine TV intitolato "Pluspunkt"** (in lingua tedesca). In onda sul canale RAI Sender Bozen ogni primo giovedì del mese, alle 20.20, in coda al notiziario; replica il lunedì successivo alle ore 22.