

# Centro Europeo Consumatori



## Europäisches Verbraucherzentrum

centro europeo dei consumatori  
Europäisches Verbraucherzentrum  
centre européen des consommateurs  
european consumer centre

VIA BRENNERO/BRENNERSTR. 3 I-39100 BOLZANO/BOZEN  
TEL. ++39-0471-98.09.39 FAX ++39-0471-98.02.39  
INFO@EUROCONSUMATORI.ORG WWW.EUROCONSUMATORI.ORG

PROMOSSO DALLA PROVINCIA AUTONOMA DI BOLZANO, DALLA REGIONE AUTONOMA TRENINO-ALTO ADIGE E DALLA COMMISSIONE EUROPEA, ORGANIZZATO DAL CENTRO TUTELA CONSUMATORI ED UTENTI ALTO ADIGE  
GEFÖRDERT DURCH DAS LAND SÜDTIROL, DIE AUTONOME REGION TRENINO-SÜDTIROL UND DIE EUROPÄISCHE KOMMISSION,  
ORGANISIERT DURCH DIE VERBRAUCHERZENTRALE SÜDTIROL

# RELAZIONE ANNUALE 2003

## Centro Europeo dei Consumatori

L'anno trascorso può essere ricordato come particolarmente turbolento per il Centro Europeo dei Consumatori. L'improvvisa e inaspettata chiusura del Centro Europeo di Roma ha fatto sì che nel primo semestre dell'anno moltissimi consumatori di ogni regione d'Italia ed anche degli altri Stati dell'Unione Europea si rivolgessero alla sede di Bolzano in cerca di aiuto e consiglio. I mezzi finanziari posti a disposizione da parte della Provincia Autonoma di Bolzano per il 2003 potevano consentire ai collaboratori del CEC di coprire a malapena le esigenze avanzate dalla popolazione locale, ma non certo quelle dei consumatori esterni alla provincia ed alla stessa penisola. Ci furono allora mesi di intensa attività, durante i quali si cercò di razionalizzare al massimo il lavoro per riuscire a far fronte, accanto alle richieste locali, almeno alle più urgenti istanze presentate da consumatori del resto d'Italia. Giunto ad un punto di insostenibile carico per la continua crescita delle richieste, il CEC si rivolse allora al Ministero delle Attività Produttive, presentando la proposta di un affidamento temporaneo alla sede di Bolzano delle funzioni e delle risorse previste dai progetti "Euroguichet-ECC" e "EEJ-NET", fino alla nomina ufficiale del nuovo Euroguichet per l'Italia. Con il benestare del Ministero e della Commissione Europea quindi il CEC di Bolzano ha riacquisito dal 1.7.2003 la veste ufficiale di Euroguichet e Clearing House per l'intero Paese.

### **Attività di consulenza**

Il CEC ha sbrigato nel 2003 complessivamente 1.417 richieste di informazioni e di approfondimento. Inoltre si contano 105.333 visite alle proprie pagine internet ([www.euroconsumatori.org](http://www.euroconsumatori.org)) e 98 abbonamenti alla newsletter, apparsa per 11 mensilità nelle edizioni tedesca, italiana e ladina. La distribuzione geografica delle richieste pervenute vede nell'ordine consumatori altoatesini (60,20%), stranieri di area UE (17,85%), italiani di altre province (20,96%) e consumatori di origine non specificata (0,99%).

Queste le tematiche di principale interesse: viaggi, disposizioni sui bagagli e doganali (19,12%), condizioni generali di contratto, vecchie e nuove condizioni di garanzia (16,01%), acquisto ed importazione di autovetture (11,78%), nonché vendite a distanza, all'esterno dei locali commerciali ed E-Commerce (11,08%).

Di seguito riportiamo alcuni aspetti emersi nella trattazione delle singole tematiche.

### **Viaggi e turismo**

La statistica indica quest'ambito come quello di principale attività del CEC, ma bisogna considerare che vi si rispecchiano diverse tipologie di intervento: dall'agenzia viaggi al tour operator, dalla compagnia aerea all'hotel e all'autonoleggio. Altrettanto ampia la casistica dei casi trattati: abbiamo spesso a che fare con belle parole di descrizione delle offerte turistiche, che talvolta si rivelano però pubblicità ingannevole, errori da parte dell'agenzia viaggi nella prenotazione dei passaggi, per non parlare di ritardi, overbooking e perdita del bagaglio imputabile a compagnie aeree, prestazioni carenti rese da tour operators e da strutture ricettive sul luogo della vacanza. Un elemento si rivela però abbastanza comune ai diversi problemi lamentati: per quanto i consumatori danneggiati si trovino nel giusto, i loro reclami vengono perlopiù minimizzati dalle controparti, che cercano anzi di non praticare alcuno sconto per le prestazioni incomplete o del tutto non rese. Figuriamoci poi se si tratta di indennizzare i danni indiretti! Nonostante i consumatori si attengano scrupolosamente alla formulazione corretta dei propri reclami, spesso viene loro risposto di arrangiarsi e di cercare giustizia per vie legali.

La guerra del Golfo, gli attacchi terroristici e la diffusione della SARS hanno fatto il resto, alimentando nei consumatori dubbi e quesiti di ogni sorta.

### **Garanzia ed acquisti a distanza:**

Soprattutto in relazione ad acquisti a distanza, vale a dire attraverso catalogo o con le modalità dell' E-Commerce, ma anche in occasione di acquisti in località turistiche si presentano spesso problemi legati al rispetto della garanzia: talvolta i prodotti si rivelano non conformi alla presentazione pubblicitaria o alle promesse del venditore, talaltra si riscontrano vizi dopo breve tempo dall'acquisto, o mancano del tutto accessori o elementi fondamentali. I reclami non riguardano solo capi di abbigliamento, ma anche mobili e complementi d'arredo, elettrodomestici e casalinghi, autovetture e loro accessori.

Colpisce particolarmente al proposito il fatto che i venditori confrontati con i reclami cerchino prima di tutto di indurre il consumatore a rivalersi sul produttore, aggirando o addirittura negando la presenza di una tutela dettata dalla garanzia legale. La stessa incertezza regna circa l'imputazione delle spese di trasporto dei beni consegnati in riparazione o sostituzione: molti esercenti limitano l'assunzione o il rimborso di queste spese alle consegne che rimangono all'interno dei propri confini nazionali. Con ciò però viene de facto compromessa l'applicazione delle nuove disposizioni a livello di mercato unico europeo. Numerosi i casi in cui grazie al nostro intervento si sono potute sbloccare situazioni incresciose per il consumatore.

### ***E-Commerce ed aste online:***

Di anno in anno si registra una crescita delle richieste connesse a queste tipologie di vendita. Accanto al fabbisogno di informazioni generiche relativamente alle modalità più sicure per effettuare i pagamenti, all'esercizio del diritto di recesso, alla garanzia, alle modalità di trasporto, alle peculiarità e alle condizioni di contratto connesse a determinate forme di commercio online, non mancano quesiti mirati alla soluzione di problematiche ben precise, che possiamo qui sintetizzare come segue:

- a) i consumatori acquistano direttamente o attraverso un'asta determinate merci, eseguono il pagamento, ma non ricevono nulla. Intanto sparisce ogni traccia del venditore;
- b) i consumatori acquistano direttamente o attraverso un'asta determinate merci, eseguono il pagamento, ma quanto acquistato subisce sulla via verso l'acquirente attraverso il servizio postale dei danni parziali o sostanziali, o addirittura va smarrito. Dal momento che il partner delle poste rimane il venditore, è questi che deve attivarsi e sporgere reclamo verso le stesse. Un discorso analogo vale quando la spedizione fosse stata assicurata: i relativi diritti ed oneri rimangono in capo al venditore.

Mentre il verificarsi della prima situazione può essere in ampia parte scongiurato osservando alcuni principi fondamentali (accertarsi della presenza di un indirizzo reale del venditore, avvalersi di un conto coperto da fideiussione fiduciaria), la fase del trasporto rappresenta un problema che al tempo stesso è l'ostacolo maggiore alla diffusione dell'E-Commerce. D'altronde, a fronte di un valore spesso modesto del bene acquistato, si rinuncia perlopiù ad affidare il trasporto ad un corriere privato.

### ***Time-sharing:***

Da quando Raquel Carrasco del Centro Europeo dei Consumatori di Barcellona ci ha informati nel corso di un meeting a Bruxelles (settembre 2003) sull'incontro avvenuto in ambito Europol tra le agenzie dei singoli Stati membri, abbiamo stabilito un contatto con la competente sede di Roma e curiamo con la stessa uno scambio di informazioni circa gli acquisti e le vendite di immobili in multiproprietà, dietro ai quali intravediamo spesso sospette movimentazioni truffaldine. In collaborazione con il funzionario Europol competente abbiamo concordato di indirizzare i consumatori che sospettano l'esistenza di un raggiro verso la denuncia presso il più vicino posto di Polizia, pregando il personale addetto di trasmettere il caso al centro Europol. Tutto ciò allo scopo di mantenere finalmente aggiornata la relativa banca dati e di consentire all'Europol un coordinamento ancora più efficace con le altre istituzioni nazionali. Naturalmente la nostra prima preoccupazione è stata

quella di consigliare ai consumatori tutta una serie di accorgimenti per non cadere nella trappola tesa da eventuali truffatori.

### ***Servizi finanziari***

Con l'entrata in vigore della Direttiva 2560/2001 relativa ai costi dei bonifici internazionali all'interno dell'area UE ci siamo occupati molto di questa tematica, anche perché diversi consumatori avevano lamentato già prima del 1° luglio 2003 un costo eccessivo dei trasferimenti, nella convinzione che le banche fossero tenute ad equiparare in termini di commissioni i bonifici interni a quelli internazionali a partire dall'1.7.2002. All'indomani del fatidico 1° luglio 2003 abbiamo comunque registrato molte richieste in relazione alla corretta indicazione dei codici IBAN e BIC, accanto ad alcuni casi di scorretta imputazione di commissioni elevate nonostante il perfetto adempimento della procedura prevista. Tutte queste situazioni sono state comunque ricondotte alla normalità con lo storno delle spese.

### **Attività informativa**

#### ***Collaborazione con i media***

Il CEC ha intrapreso anche nel 2003 un'attiva collaborazione con i media, elaborando **19 comunicati stampa** e rilasciando **55 interviste**, principalmente a testate ed emittenti radiotelevisive locali, ma in buona misura anche nazionali.

Da sottolineare in particolare la presenza del CEC curata in un'intervista dell'emittente radiofonica Radio 24, appartenente alla testata economica Il Sole 24 ore. Si è trattato di una tavola rotonda sul tema del time-sharing, con la presenza tra gli altri del presidente della OTE Italia. Un'intervista importante, che ci ha offerto la possibilità di evidenziare i trabocchetti predisposti nelle compravendite di immobili in multiproprietà.

Un successo anche le due trasmissioni curate da RAI Sender Bozen nell'ambito del noto programma di consulenza radiofonica: una incentrata sull'E-Commerce, l'altra sulle vendite porta a porta. Nel corso di queste trasmissioni in diretta, ognuna della durata di 1 ora, hanno preso la parola telefonicamente numerosi radioascoltatori, desiderosi di porre domande o di illustrare la propria esperienza.

Filmati sulla tutela dei consumatori: in collaborazione con il Centro Tutela Consumatori e con RAI Sender Bozen sono stati realizzati nel 2003 ben 8 filmati su tematiche consumeriste, tutti in entrambe le lingue italiana e tedesca, quindi trasmessi in varie occasioni nell'area di copertura della televisione locale. Naturalmente anche le collaboratrici del CEC sono intervenute in prima persona, prendendo posizione sulle seguenti tematiche:

- Voli a basso prezzo – a cosa è meglio prestare attenzione
- Viaggi – che fare in caso di overbooking?
- Istituti matrimoniali – non tutti sono seri!
- "Prontuario per le vacanze": una guida tascabile per ogni evenienza
- Integratori alimentari: vendite da amica ad amica
- Aste in internet: 3 consigli per non cadere nella trappola
- Ditte di recupero crediti: attenzione a chi vuole spennarvi!

#### ***Fogli informativi***

Un caposaldo dell'attività informativa del CEC è costituito dai fogli informativi (schede sintetiche monotematiche), disponibili gratuitamente sia in formato cartaceo che attraverso la via telematica. Non si tratta solamente di individuare gli ambiti nei quali necessita un'informazione mirata, ma va curata anche la verifica e l'aggiornamento periodico dei materiali già predisposti in passato.

### ***Shopping in Italy:***

Già prima dell'investitura a ricoprire le funzioni di "euroguichet", avvenuta nel mese di luglio, il CEC aveva iniziato la stesura di una brochure dedicata allo "Shopping in Italy", ricalcando un analogo lavoro predisposto dal Centro Europeo di Kiel. Alla base di tale iniziativa si potrebbero elencare tutte le richieste di informazioni avanzate da consumatori di altri Paesi circa l'orario di apertura dei negozi, delle banche e degli uffici postali, le aliquote IVA, ecc. – tutti elementi che hanno trovato puntuale riflesso nella brochure. In collaborazione con il Centro Europeo di Düsseldorf abbiamo contribuito alla realizzazione del relativo progetto e al tempo stesso alla nostra pubblicazione. Essa si posizionerà all'interno dell'iniziativa più generale di un'informazione sullo "Shopping in Europe" – quale ulteriore fonte di informazioni per chi vuole viaggiare nel nostro Paese. Il nostro lavoro accoglie molte più sfaccettature, dal momento che considera tutti gli aspetti sollevati dai consumatori nei 7 anni di attività del CEC di Bolzano. Gli obiettivi perseguiti sono chiari: da un lato permettere ai consumatori in visita in Italia di adeguarsi ai nostri costumi, dall'altro alleggerire il nostro lavoro dal fardello delle richieste ripetitive.

### ***Pronto Consumatore***

Undici le edizioni europee del periodico inoltrato direttamente a numerosi consumatori interessati alle novità del consumerismo in Europa e nel nostro contesto operativo.

### **Attività di formazione**

#### ***Yomag.net***

La rivista online per consumatori giovani, creata da giovani: [www.yomag.net](http://www.yomag.net). Questo progetto, che lo scorso anno ha festeggiato il suo quinto compleanno, fin dall'inizio è coordinato per l'Italia dal Centro Tutela Consumatori e dal CEC.

Yomag.net è la punta di diamante di un'iniziativa più ampia sviluppata dalla federazione germanica dei centri a tutela del consumatore (VZBV) con sede a Berlino per favorire il dialogo dei giovani di tutto il mondo sui temi di uno stile di vita consapevole e capace di futuro; tra i partner del progetto incontriamo, oltre a numerose organizzazioni consumeristiche e strutture per la gioventù, anche l'UNESCO e l'UNEP. Obiettivo dichiarato è rendere chiaro ai consumatori di domani che con uno stile di consumo improntato alla consapevolezza delle scelte si può cambiare il mondo.

Nell'ambito di yomag.net i giovani scrivono per i propri coetanei su tutte le tematiche vicine al consumo, specialmente al consumo critico. Questi giovani autori provengono da dodici Paesi europei, e da poco si sono aggiunte anche nuove classi provenienti da Paesi del centro ed est-Europa candidati ad entrare nell'Unione Europea; i lettori invece sono sparsi in tutto il mondo.

Dal momento che la principale lingua di comunicazione è l'inglese, il progetto si inserisce agevolmente nei programmi scolastici e permette quasi per gioco di acquisire e sviluppare importanti nuove nozioni e capacità, quali il rapporto con i media, il giornalismo, l'utilizzo delle tecnologie dell'informazione all'interno e all'esterno del contesto scolastico.

I testi redatti dai circa 300 autori in erba trovano ampio riconoscimento: lo dimostrano ogni anno circa 230.000 accessi al relativo indirizzo internet.

Per l'Italia partecipano attualmente al progetto due classi, affiancate da CTCU e CEC per le informazioni di base e le conoscenze più specialistiche che di quando in quando vengono richieste.

## **Collaborazione con altri Centri Europei dei Consumatori**

Dal momento dell'assunzione ufficiale del progetto ECC si è giunti ad una vivace ed assai interessante collaborazione con gli altri Centri Europei. In particolare si sono approfondite le seguenti tematiche:

- CEC Irlanda: comparazione dei prezzi praticati dai gestori di sale cinematografiche per la porzione di popcorn e la somministrazione di Coca-Cola
- CEC Finlandia: studio sulla disponibilità di banconote in Euro presso i distributori di contante bancomat
- CEC GB: studio sugli aumenti dei prezzi all'indomani dell'introduzione dell'Euro
- CEC GB: studio sulla legge a disciplina del time-sharing riferito alla vendita di case galleggianti
- CEC Svezia: valutazione ed esperienze riferite al contrassegno di qualità "progetto fiducia" introdotto negli online-shops.

### ***E-Commerce: Dublin Report***

Come tutti gli altri Centri Europei dei Consumatori, anche il nostro ha partecipato al secondo studio condotto sul commercio elettronico, avviato e seguito dai CEC di Irlanda e Svezia. Si è trattato in particolare di una rilevazione sistematica (a mezzo questionario) dei casi da noi acquisiti sulla tematica appunto dell'e-commerce che avessero portato all'acquisto di un bene. A margine del questionario abbiamo approfittato per segnalare brevemente le difficoltà incontrate più frequentemente dai consumatori.

### ***Shopping in Europe:***

La partecipazione a questo progetto, coordinato dal CEC di Düsseldorf, è avvenuta proprio all'ultimo momento. Di sicuro vantaggio in tale contesto è risultato l'aver appena lavorato ad una brochure sullo "Shopping in Italy", così da poter trasferire semplicemente nel nuovo progetto gran parte delle nozioni già raccolte ed elaborate. L'obiettivo perseguito in quest'ultimo lavoro è quello di rendere disponibili in chiave molto sintetica ai consumatori di tutta Europa le principali informazioni sulle diverse abitudini di consumo e sulle peculiarità legislative dei singoli Stati membri.

## **Iniziative**

### ***Terza giornata di azione europea***

Come già negli anni passati, anche quella del 9 maggio 2003 è stata una giornata indetta all'insegna del carattere europeo del consumo e della presentazione dei Centri Europei dei Consumatori. Il tema prescelto è stato quello della comparazione transfrontaliera dei prezzi, e pertanto abbiamo organizzato in collaborazione con la sezione di consulenza europea dei consumatori di Innsbruck una presenza dello sportello mobile del Centro Tutela Consumatori a Bolzano, in Piazza Municipio. Accanto al camper del CTCU abbiamo predisposto uno stand circondato da manifesti che presentavano non solo le comparazioni dei prezzi condotte nei diversi anni dal CEC, ma anche le principali informazioni relative al più recente confronto tra i prezzi delle autovetture in Europa condotto dalla Commissione Europea. L'iniziativa è stata naturalmente preceduta da un massiccio coinvolgimento dei mezzi di informazione, che hanno seguito tutta la manifestazione con grande interesse. Le collaboratrici del CEC hanno potuto raccogliere in tale occasione numerosi e importanti stimoli per le rilevazioni sulle quali concentrarsi in futuro, ed hanno diffuso una gran mole di informazioni sul consumo e sulla tutela del consumatore in Europa. A tale scopo era stata predisposta presso lo stand una buona quantità di materiale informativo.

### ***Sentenza su una clausola vessatoria***

Due anni or sono il Centro Tutela Consumatori ed il CEC avevano condotto congiuntamente una causa collettiva nei confronti di Figurella International, ditta intestata a Rosa Holzer e con sede a Bolzano, ma di provenienza austriaca. Questo istituto di bellezza, con due filiali in provincia di Bolzano, aveva sancito nella propria modulistica contrattuale che anche qualora le clienti avessero rinunciato completamente ad avvalersi delle prestazioni concordate contrattualmente, esse avrebbero dovuto corrispondere l'intera somma pattuita come corrispettivo. Molte consumatrici si erano rivolte alla tutela dei consumatori in quanto, pur essendosi ritirate immediatamente dal contratto, avevano ricevuto l'ingiunzione al pagamento di tutta la somma prevista dal contratto. Dal momento che le somme in questione erano piuttosto rilevanti (fino a 3.000 Euro), queste clienti dell'istituto non sapevano se cercare di presentare le proprie ragioni in tribunale. Di fronte a tale prospettiva, CTCU e CEC hanno deciso di chiedere in prima persona un accertamento giudiziale, e in data 7.7.2003 il Tribunale di Bolzano ha confermato la vessatorietà della clausola citata, condannando la ditta ad una modifica della stessa ed alla pubblicazione della sentenza su quotidiani locali e nazionali.

### ***Confronti tra i prezzi***

Come negli anni precedenti, anche nel 2003 si sono condotte due rilevazioni tra i prezzi praticati a Rosenheim, Innsbruck e Bolzano. A luglio inoltre è stato pubblicato un confronto tra i premi richiesti a copertura dei rischi di viaggio, coinvolgendo 5 compagnie italiane e 2 austriache. Le differenze riscontrate sono risultate notevoli, a fronte di condizioni contrattuali non sempre così differenti da giustificare un tale divario tra i prezzi.

### **Il progetto EEJ-NET Italia 2003**

A partire dal 1° luglio 2003, come si è già sottolineato, il CEC ha dunque assunto la funzione di Clearing House per l'intera penisola. Su richiesta informale del Ministero per le attività produttive il CEC ha controllato la rispondenza delle istanze italiane per la conciliazione già accreditate presso la Commissione Europea circa l'osservanza delle due raccomandazioni emanate in sede UE, comunicando i risultati ai funzionari del Ministero.

Al tempo stesso il CEC ha avviato collegamenti a mezzo epistolare ed a mezzo telefono con diverse autorità attive nell'ambito della conciliazione, e in altri casi è stato a sua volta contattato.

22 controversie transfrontaliere sono state trattate nell'ambito di questo progetto; in un caso l'impresa controparte ha ceduto le proprie pretese già subito dopo essere stata contattata dalla istanza di conciliazione milanese "risolvi online", versando al consumatore spagnolo gli importi già da lungo tempo pretesi. In 18 casi la controparte dei consumatori era rappresentata da imprese italiane.

È stato predisposto inoltre un foglio informativo su "EEJ-NET: conciliare in tutta Europa le controversie in via extragiudiziale" ed un "Modulo europeo di reclamo: come formulare semplicemente un reclamo".

### **La nostra presenza in internet**

#### **www.euroconsumatori.org**

Attualmente si trovano online **455 pagine** tra informazioni, comunicati stampa, diverse edizioni del periodico Pronto Consumatore, presentazioni di iniziative ed un'ampia raccolta di links.

#### **Alcune cifre**

Nel 2003 si sono contate complessivamente **105.333 visite** alle nostre pagine internet.