



# Foot Locker®

**I vostri prodotti hanno la garanzia legale? No? Allora teneteveli!**

*Fabrizio Premuti - Presidente Konsumer Italia*

Quando facciamo un esposto all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato non siamo particolarmente contenti. Vuol dire che qualcosa non ha funzionato, o quantomeno noi abbiamo ritenuto che qualcuno abbia ignorato che il Codice del Consumo è una legge dello Stato: non è un successo, e neanche qualcosa di cui vantarsi. Il Codice del Consumo è una Legge neanche troppo recente, è in vigore da 12 anni.

Quando diventa stringente ricorrere alle Authority può anche capitare che ci si sbagli. L'esposto non è una condanna, è un sistema di garanzia dove chi è deputato a controllare, in questo caso l'AGCM, controlli; se poi ci siamo sbagliati tante scuse da parte nostra e la certezza che quanto esposto non mina i diritti del consumatore, ma neanche quelli del mercato.

Abbiamo sempre ritenuto che un mercato composto da aziende sane e corrette sia il miglior viatico per la libera e consapevole scelta del Consumatore, che il dialogo e

*(Continua a pagina 2)*

Numero 56  
Gennaio 2018



## Sommario

La frode in commercio? Depenalizzata...	3
Garanzia legale: operatori moda on line	4
Garanzia legale: abbigliamento sportivo	7
Garanzia legale: Grande Distribuzione	9
Aumentano le povertà	10
IVASS: Compagnie, no numeri pagamento	11
GAZ e Konsumer Italia, via a partnership	11
Ciao, Massimo	12
Quattordicesima, facciamo chiarezza	13
Sanità Lazio, liste di attesa troppo lunghe	14
Apple, obsolescenza programmata?	15
Speciale AGRICERCANDO 	16
Aprono i primi 4 Help Point Agricercando	17

(Continua da pagina 1)

l'applicazione di best practice anche in sinergia tra aziende e consumatori sia non solo auspicabile, ma modalità di sistema. Al contrario, aziende decotte, poco trasparenti e truffaldine, al Consumatore portano solo dannose preoccupazioni e conseguenze dopo un acquisto mal riuscito o un servizio mal reso.

Pensate ad una compagnia di assicurazione sull'orlo del fallimento alla quale avete affidato la difesa del vostro patrimonio. A che vi servirebbe aver acquistato la garanzia, magari risparmiando, se poi non paga al momento del bisogno? Meglio pagare qualcosa in più ed affidarsi ad una compagnia solida che, al momento del bisogno, risponda alle aspettative riposte nell'acquistare la polizza.

Ciò che è accaduto con Foot Locker, però, va oltre il semplice aspetto giuridico della "presunta", ad oggi, violazione dei diritti dei Consumatori. Va oltre il dato di concorrenzialità della merce posta in vendita e/o della sua qualità.

A nostro parere sconfina nella burla e nel non rispetto verso il mercato — quello italiano — ed i consumatori a cui si appropria. Un vero e proprio atto di sufficienza nel considerare il consumatore italiano degno dell'attenzione che si dà normalmente ai propri stakeholder. Ciò che abbiamo trovato nel sito Foot Locker ne è un palese esempio. È la derisione dell'italiano e degli italiani ai quali cui, senza alcun rispetto, si prospetta una simil traduzione delle condizioni di vendita proposte in un'improbabile lingua che, pur avendo caratteri e parole simili all'italiano, ha il senso delle frasi di Fra Remigio da Varagine (chi ha visto *Il nome della Rosa* lo ricorderà), il Frate eretico Dolciniano.

Come ormai anche i sassi sanno, ci siamo avventurati in un controllo certosino di tutti i

siti di e-commerce rispetto a come sia spiegata e siano riportate le condizioni a cui viene prestata la garanzia legale per i prodotti venduti.

Un lavoro che impegna numerose risorse, che

fortunatamente sta trovando qualche rispondenza positiva tra le imprese, che ci sta procurando anche numerose diffide, perché come al solito si può tollerare che si dica il peccato, ma mai il peccatore. E noi invece lo diciamo. Bene: nel sito Foot Locker, nelle faq, alla domanda "Qual è la garanzia in caso di prodotto/i difettoso/i?" questa di seguito è la risposta:

"Come consumatore vanti il diritto di beneficiare della garanzia valida nel paese in cui risiedi. Le presenti "Regole del Gioco" lascia impregiudicati i tuoi diritti di garanzia previsti ai sensi di legge. Qualora una delle

"Regole del Gioco" si scostasse dai diritti di garanzia a tuo svantaggio, la regola in questione resterà inapplicata e si applicherà quanto previsto ai sensi della legge vigente nel paese in cui risiedi".

Francamente noi, consumatori italiani, non ci sentiamo un po' presi in giro da chi, comunque sempre a noi, vuol vendere i suoi prodotti? Noi sì, crediamo di sì!

Come controprova inoltriamo una mail da semplici consumatori in cui chiediamo se i prodotti venduti sul loro sito siano coperti da garanzia legale; volete sapere la risposta? NO, non sono coperti di garanzia.

### E allora teneteveli!

Ora la parola è all'Antitrust e non potevamo non segnalarlo.



NO GARANZIA?  
NO ACQUISTO!

**Garanteasy**  
GARANZIA SEMPLICE



## L'OPINIONE

## La frode in commercio? Depenalizzata I diritti dei consumatori? Azzerati

Riccardo Quintili - Direttore de *Il Salvagente*

Se leggete i giornali italiani (a eccezione del Salvagente e di TeatroNaturale.it) non ne avrete trovato neppure un accenno. La notizia, invece non è sfuggita alla grande stampa internazionale, dall'Inghilterra agli Usa, dalla Francia alla Romania, sono in pochi ad aver girato la testa di fronte alla decisione del Tribunale amministrativo del Lazio di annullare la multa di 550mila euro inflitta dall'Antitrust a Lidl nel giugno 2016. La sanzione – chi ci legge l'avrà intuito –

era stata comminata per aver venduto l'olio Primadonna come extravergine quando in realtà – a seguito delle analisi pubblicate dal Salvagente nel giugno 2015 e confermate organolettiche ordinate dalla Procura di Torino – si era rilevato semplice vergine.

Il Tar, insomma ha annullato la multa. Avevamo sbagliato noi (o meglio il laboratorio chimico di Roma dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli) le prove? E avevano fatto lo stesso errore i Nas che a distanza di tempo avevano ripetuto ufficialmente le determinazioni trovando sempre olio vergine invece che extravergine?

Absolutamente no, L'olio era effettivamente vergine, anche per il Tar.

Forse, si chiederà chi ha dimestichezza con il mondo dell'olio, il Tribunale amministrativo ha messo una pietra tombale sul panel organolettico, dando ragione una volta per tutte alle industrie che non hanno mai digerito la sua introduzione delle determinazioni di legge e continuano ad accusarlo di soggettività?

No, il Tar ha "rigettato" la critica al panel test, la prova di assaggio obbligatoria per attribuire lo "status" di extravergine al prodotto: "Non è soggettiva" ha sentenziato.

E allora? Perché ha azzerato il provvedimento dell'Antitrust?

I giudici amministrativi hanno accettato il ricorso di Lidl anche perché "l'operatore professionale aveva rappresentato all'Autorità (Antitrust, ndr) una serie di elementi volti a dimostrare l'insussistenza di una rimproverabilità del proprio operato". In particolare nella memoria difensiva depositata nel corso del procedimento dinanzi all'Agcm, Lidl ha così descritto il sistema di controlli

sul prodotto fornito da Fiorentini: "Il contratto stipulato tra Lidl Italia srl e Fiorentini Firenze prevede una serie di controlli sul prodotto fornito. Un primo controllo viene fatto da Fiorentini Firenze spa nei suoi laboratori. I campioni di quel prodotto, in conformità alle disposizioni contrattuali, sono inviati in Germania al prestigioso laboratorio Eurofins. A fronte due analisi conformi (laboratorio Fiorentini Firenze spa e Eurofins), il prodotto può essere commercializzato. In aggiunta al sistema di controlli previsto da contratto di fornitura, Lidl Italia fa eseguire, a sua volta, presso laboratori terzi indipendenti accreditati ulteriori controlli sul prodotto". Tanto basta per accertare la buona fede di Lidl. Ovviamente, Konsumer Italia che aveva presentato l'esposto con Codici all'Antitrust, ha annunciato il ricorso al Consiglio di Stato, ma è altrettanto evidente che questa sentenza apre un dubbio. Espresso con la solita lucidità da Alberto Grimelli, direttore di TeatroNaturale.it. "Il caso Lidl-Primadonna apre uno scenario inquietante – scrive Grimelli – La frode in commercio è, di fatto depenalizzata, e l'Autorità garante della concorrenza e del mercato depotenziata. Cosa ne è dei diritti dei consumatori?".

Inutile chiederlo al Tar, inutile pretendere risposte alle industrie, sempre più distanti dai produttori.

E proprio dagli olivicoltori italiani arriva l'allarme che questa

sentenza rappresenti "Un assist sconsiderato agli operatori fraudolenti, un altro schiaffo al mondo olivicolo italiano, alla qualità della sua produzione e alla salute dei consumatori".

**ATTENZIONE:  
NON È  
EXTRAVERGINE!**



SPECIALE GARANZIA LEGALE

## Operatori moda on line: brutta pagella per l'89,5%

*E-commerce, sulla completezza e trasparenza delle informazioni proprio non ci siamo*

PUNTEGGIO E VALUTAZIONE DELLA COMPLETEZZA E TRASPARENZA DELLE INFORMAZIONI SULLA GARANZIA LEGALE		DA	A
	<b>NON CLASSIFICABILE</b>	0	0
☹️	<b>MOLTO INSUFFICIENTE</b>	1	30
😞	<b>INSUFFICIENTE</b>	31	50
😐	<b>SUFFICIENTE</b>	51	60
🙂	<b>DISCRETA</b>	61	80
😊	<b>BUONA</b>	81	90
😄	<b>OTTIMA</b>	91	100

Konsumer Italia si è avvalsa delle metodologie e delle tecnologie di Garanteasy - Garanzia Semplice. In particolare, è stato utilizzato un algoritmo di misurazione del grado di completezza e trasparenza delle informazioni sulla Garanzia Legale. Il punteggio massimo di 100 avrebbe potuto raggiungersi solo nel caso di venditori che la comunicano in modo completo e trasparente attraverso sito, punti vendita, mail o telefono. La scala di valutazione è stata stilata partendo dall'ottimo fino alla grave insufficienza ed i risultati sono stati abbastanza deludenti: l'89,5% degli operatori

L'idea di una ricerca sulla correttezza delle pratiche commerciali on line è scattata dalla constatazione che se il 76,5% dei consumatori italiani è al corrente di avere diritto alla garanzia legale di due anni sui beni di consumo, solo il 47,5% sa che tale diritto è esteso al settore abbigliamento, scarpe e accessori. Ovviamente anche negli e-shop.

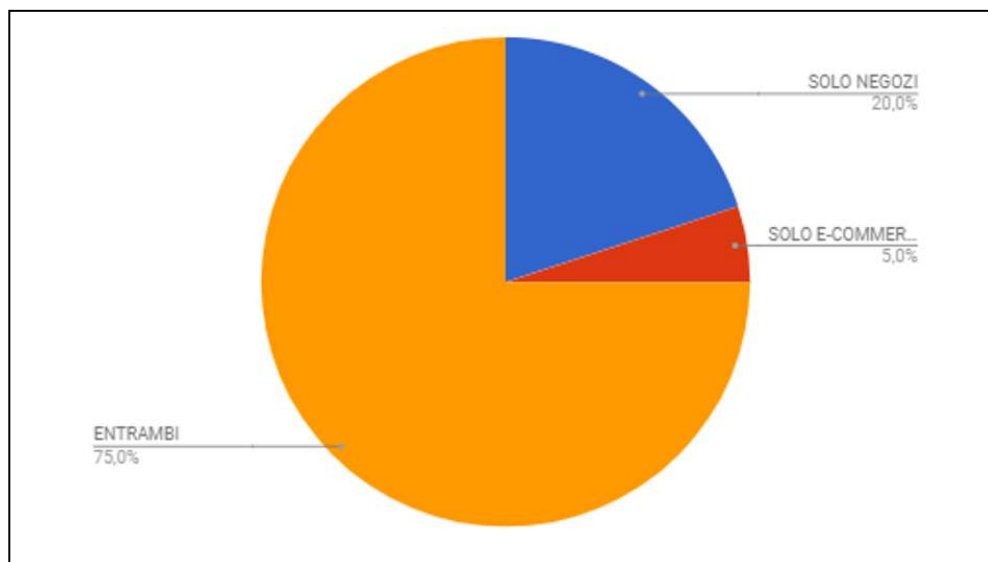
"la Garanzia Legale è un obbligo in carico sia ai venditori e-commerce, che ai negozianti - dichiara Fabrizio Premuti, presidente Konsumer Italia - ed il Codice del Consumo prevede che i suoi contenuti debbano essere comunicati in

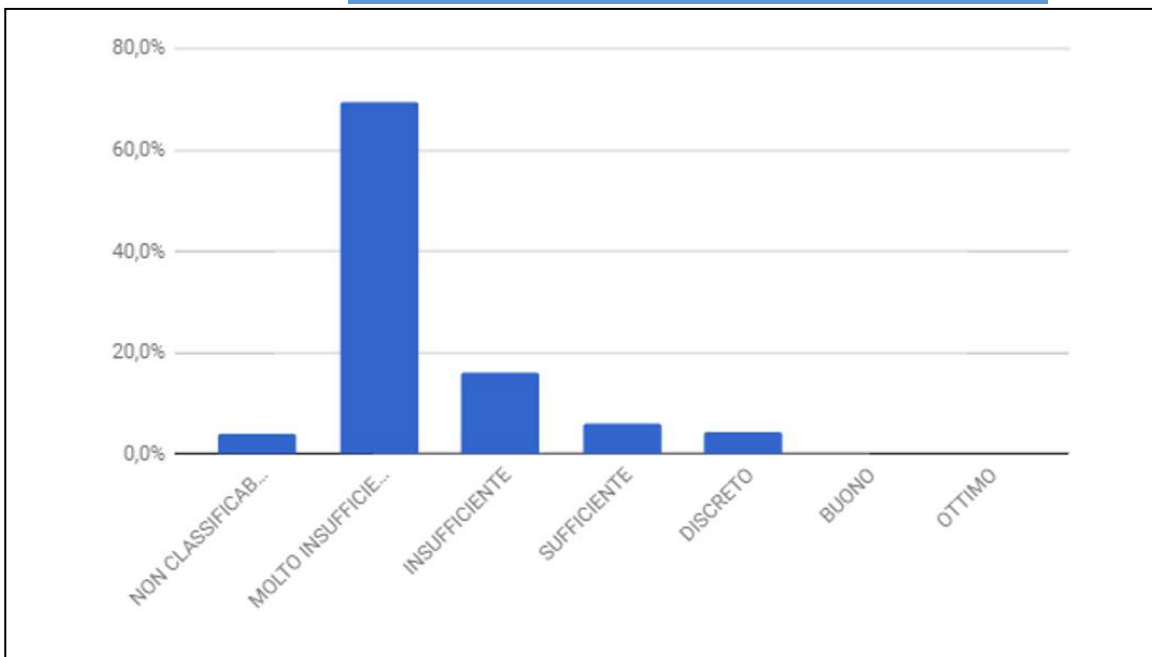
modo completo e trasparente ai consumatori. La nostra indagine invece ha evidenziato che, su oltre duecento venditori di prodotti moda passati in rassegna, l'89,5% di loro non ha ottenuto la sufficienza proprio sulla chiarezza e la trasparenza delle informazioni su questo tema".

Per effettuare l'analisi

analizzati non raggiunge un punteggio "Sufficiente" per completezza e trasparenza nella comunicazione dei contenuti della Garanzia Legale. Tra essi, il 5% risulta "Non classificabile" in quanto non comunica del tutto la Garanzia Legale o, addirittura ne nega l'esistenza. Il 6% ottiene un punteggio "Sufficiente" e solo il 5% ha ottenuto un punteggio "Discreto".

"Abbiamo informato le aziende dei risultati della nostra indagine - conclude Premuti - sollecitandole ad adottare gli opportuni accorgimenti per conformarsi al Codice del Consumo. Siamo pronti ad





operatori analizzati non raggiungono un punteggio "Sufficiente" per completezza e trasparenza nella comunicazione dei contenuti della Garanzia Legale. Tra essi il 5% risultano "Non classificabili" in quanto non

interagire e creare sinergie con le imprese, pertanto riterremmo molto grave ritrovare la medesima situazione tra un mese, in sede di follow up. Ciò si tradurrebbe nell'invio, da parte nostra, di una massa di segnalazioni all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Per valutare l'affidabilità dell'algoritmo e della relativa scala, Konsumer Italia ha effettuato numerosi test analizzando la comunicazione effettuata dai venditori di prodotti di elettronica che negli anni scorsi sono stati sottoposti a procedura di accertamento da parte dell'AGCM ed, in alcuni casi, sanzionati perché non applicavano quanto previsto dal Codice del Consumo. La maggior parte di loro ha ottenuto un punteggio che supera gli 80 punti, ovvero un punteggio che indica la presenza di una comunicazione riguardo la Garanzia Legale buona ed in molti casi ottima; ovvero, del tutto conforme a quanto richiesto dall'AGCM e previsto dal Codice del Consumo.

Superati i test di affidabilità, Konsumer Italia ha analizzato la comunicazione di duecento operatori che vendono prodotti di moda ai consumatori italiani. In particolare il 20% con negozi propri in Italia, il 5% con il solo canale e-commerce attivo in Italia ed il 76% con attivi entrambi i canali di vendita.

I risultati dell'indagine evidenziano che l'89,5% degli

comunicano del tutto la Garanzia Legale o, addirittura ne negano l'esistenza. Il 6% ottiene un punteggio "Sufficiente" e solo il 5% ha ottenuto un punteggio "Discreto".

Da notare, che nessun operatore della moda, tra quelli censiti, raggiunge un punteggio "Buono" o "Ottimo", cosa che invece è ormai uno standard tra gli operatori dell'elettronica che si sono adeguati alle disposizioni dell'AGCM.

Questo dato fa pensare che gli operatori della moda o non conoscono il Codice del Consumo nei termini che riguardano gli obblighi informativi oppure lo ignorano volontariamente. Questa deduzione sembra avvalorata dal fatto che ben il 53% degli operatori analizzati non cita per nulla la Garanzia Legale e chi lo fa cita solo 5 tra i 20 elementi che dovrebbero essere presenti in un'informativa completa, mentre il 77% non esplicita che la garanzia dura 24 mesi. Il dato che, infine, sembra confermare la tesi, riguarda le risposte che gli operatori hanno dato alle richieste inviate via mail riguardanti i contenuti della Garanzia Legale; il 59% degli operatori non risponde alle richieste oppure da risposte non corrette nemmeno dopo una seconda sollecitazione. Moltissime risposte riguardavano informazioni sul diritto di reso che invece sono fornite da quasi il 100% degli operatori in

modo preciso, completo e trasparente a dimostrazione che almeno questa parte del Codice del Consumo è stata ben recepita dal settore.

In conclusione, dall'analisi effettuata si evince che nel settore manchi la cultura della garanzia sia come obbligo di legge che come leva di marketing. In questa situazione di scarsa chiarezza gli operatori che vendono prodotti di bassa qualità hanno buon gioco a proporli ai consumatori Italiani al pari di quelli di alta qualità pur se realizzati con materiali e finiture che non durano nemmeno il tempo della garanzia legale e che, quindi, non potrebbero essere messi in commercio senza adeguate informazioni a tal riguardo. Risulta incredibile ci siano brand del Made in Italy che pur vendendo prodotti di altissima qualità non comunichino la Garanzia Legale in modo completo e trasparente ed è ancora più incredibile che non ne facciano un fattore competitivo e distintivo. Non esiste, infatti, altro strumento di maggior efficacia della Garanzia per comunicare la durata e la qualità di un prodotto. Basta ricordare la strategia adottata da Toyota negli anni 70 per entrare nel mercato Italiano: fu la prima e per molti anni l'unica a garantire le proprie automobili per 5 anni. Grazie a tale strategia ed alla reale qualità delle sue autovetture riuscì a ritagliarsi una fetta di mercato sempre più ampia fino a diventare il principale produttore automobilistico al mondo.

### Chi è Garanteasy-garanzia semplice

Garanteasy è una startup innovativa che ha creato una piattaforma tecnologica e di servizi che permette la gestione semplice delle molteplici tipologie di garanzie presenti sul mercato italiano ed internazionale. In particolare la piattaforma rende facile per il consumatore archiviare in modo sicuro ed automatico le informazioni utili per avvalersi della garanzia, richiedere un intervento, segnalare dei disservizi e chiedere supporto. La piattaforma di Garanteasy supporta anche produttori, rivenditori, centri assistenza e assicurazioni partner a gestire in modo automatico le richieste d'intervento dei

consumatori ed a comunicare in modo semplice i contenuti delle proprie garanzie e servizi. Garanteasy supporta le aziende partner a risparmiare semplificando i propri processi post vendita ma soprattutto a comunicare qualità e affidabilità tramite la garanzia.

Konsumer Italia e Garanteasy desiderano facilitare un rapporto virtuoso tra aziende e consumatori valorizzando le best practice del mercato e offrendo soluzioni che le imprese ed i consumatori possano adottare per raggiungere questo risultato.

### Questi i brand che abbiamo visitato:

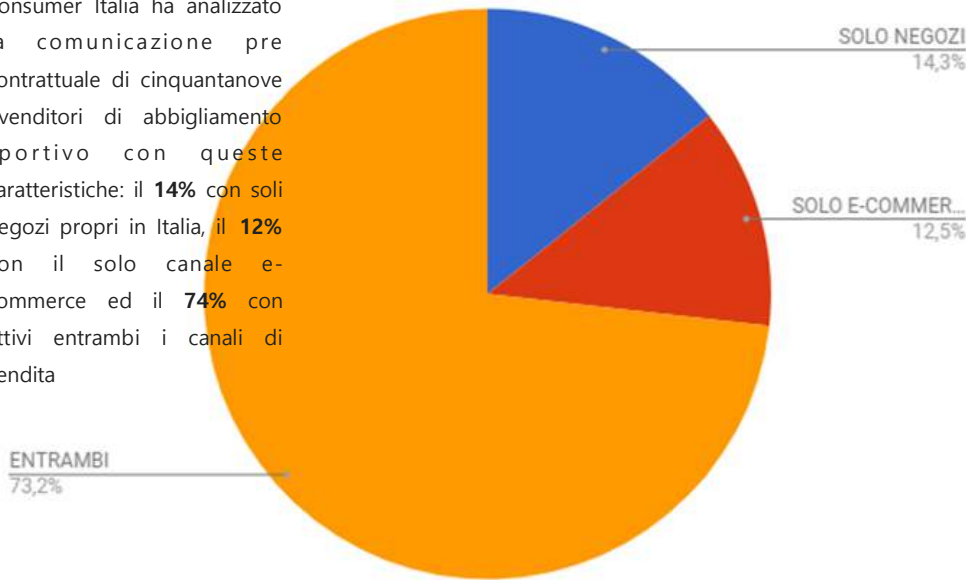
A.N.G.E.L.O., A.TESTONI, ACCESSORIZE, ADD, AERONAUTICA MILITARE, AGNONA, ALBANO, ALBERTA FERRETTI, ALBERTO BIANI, ALBERTO GUARDIANI, ALCOTT, ALESSANDRO DELL'ACQUA, ALEXANDER WANG, ALLEGRI, ALVIERO MARTINI - I CLASSE, ALYSI, AMINA RUBINACCI, ANGELO MARANI, ANNA CECERE, ANTONELLO SERIO, ANTONIO FUSCO, ARMANI, ASOS, ASPESI, BACIRUBATI, BAGATT, BALDININI, BALLY, BATA, BELSTAFF, BERSHKA, BLUMARINE, BOGGI, BONPRIX, BORBONESE, BORSALINO, BRAMANTE, BRIAN & BARRY, BRUNELLO CUCINELLI, BRUNO MAGLI, BYBLOS, C.P. COMPANY, CAFÉ NOIR, CALZEDONIA, CAMICISSIMA, CAMOMILLA ITALIA, CANADIAN CLASSICS, CANALI, CARACTÈRE, CARLA G, CARLO PIGNATELLI, CARRERA JEANS, CASADEI, CELINE, CELIO, CERRUTI 1881, CESARE PACIOTTI, CLARKS, CLOÉ, COIN, CONVERSE, CORNELIANI, CRISTINAFFE MILANO, DANIELE ALESSANDRINI, DESIGUAL, DIANA GALLESSE, DIESEL, DIRK BIKKEMBERGS, DOLCE&GABBANA, DSQUARED2, EDDY MONETTI, ELENA MIRO, ELISABETTA FRANCHI, EMILIO PUCCI, EMPORIO ARMANI, ENRICO COVERI, ERMANNO SCERVINO, ETRO, FABI, FENDI, FIORELLA RUBINO, FIORINA, FIORUCCI, FISICO, FORNARINA, FRANCESCO BIASIA, FRANCESCO SCOGNAMIGLIO, FRANCO BOMBANA, FRATELLI ROSSETTI, FRAU, FUZZI, GALLO, GAS, GATTINONI, GEOSPIRIT, GEOX, GIANCARLO PAOLI, GIANNI VERSACE, GIMO'S, GIORGIA & JOHNS, GIUSEPPE ZANOTTI DESIGN, GMV GIANMARCO VENTURI, GOLDEN LADY, GUCCI, GUESS, H&M, INTIMISSIMI, IPEKYOL, ISABEL MARANT, ITALIA INDEPENDENT, JANET&JANET, JIL SANDER, JOHN RICHMOND, KARL LAGERFELD, KIABI, KOCCA, KRIZIA, LA PERLA, LA REDOUTE, LACOSTE, LANIFICIO COLOMBO, LAURA BIAGIOTTI, LE COPAINS, LE SILLA, LES COPAINS, LEVI'S, LIU JO, LOGAN, LOUIS VUITTON, LUISA SPAGNOLI, LUISA VIA ROMA, LUISA VIOLA, MALIPARMI, MALLONI, MANGO, MARINA YACHTING, MARLBORO MCS, MARNI, MAURIZIO PECORARO, MAX MARA, MAX&CO, MELTIN'POT, MISS SIXTY, MISSONI, MIU MIU, MONCLER, MORESCHI, MOSCHINO, MOTIVI, MUSEUM, NAPAPIJRI, NARA CAMICIE, OLTRE, OVS, OYSHO, PARAH, PARFOIS, PATRIZIA PEPE, PAUL&SHARK, PEPEROSA, PER TE BY KRIZIA, PINKO, PITTAROSSO, POLLINI, PRADA, PROMOD, PULL&BEAR, RALPH LAUREN, RED VALENTINO, RIFLE JEANS, RINASCIMENTO, ROBERTO CAVALLI, ROCCOBAROCO, RUCO LINE, SALVATORE FERRAGAMO, SANTONI, SCARPE E SCARPE, SCOUT, SERGIO ROSSI, SEVENTY, SISLEY, STEFANEL, STILEO, STONE ISLAND, TALLY WEIJL, TERRANOVA, TRUSSARDI, UNITED COLORS OF BENETTON, UPIM, VALENTINO, VANS, VIC MATIÉ, VINTAGE55, WOOLRICH, YAMAMAY, YOHJI YAMAMOTO, YOOX, ZALANDO, ZARA, ZEGNA.

GARANZIA LEGALE

Abbigliamento sportivo: leggermente meglio, ma ancora non basta

Proseguono le indagini di Konsumer Italia e Garanteasy sulla completezza e trasparenza delle informazioni sulla Garanzia fornite dai rivenditori

Konsumer Italia ha analizzato la comunicazione pre contrattuale di cinquantanove rivenditori di abbigliamento sportivo con queste caratteristiche: il 14% con soli negozi propri in Italia, il 12% con il solo canale e-commerce ed il 74% con attivi entrambi i canali di vendita



contrattuale di cinquantanove rivenditori di abbigliamento sportivo (riportati in calce al presente comunicato\*) di cui il 14% ha aperto solo negozi propri in Italia, il 12% ha attivato il solo canale e-commerce ed il 74% dispone di entrambi i canali di vendita.

Dall'analisi effettuata risulta che il 34% degli rivenditori analizzati raggiunge un punteggio che supera la

A distanza di oltre dodici anni dall'emanazione della Legge che nel 2005 introduceva per i venditori l'obbligo della Garanzia Legale di due anni, e nonostante le varie istruttorie e sanzioni dell'Antitrust, Konsumer Italia ha rilevato che circa il 66% dei rivenditori di abbigliamento sportivo, oggi, comunica in maniera poco chiara e trasparente l'esistenza della garanzia legale sui propri siti web "Sicuramente ciò ha contribuito a far sì che circa il 50% dei consumatori italiani sia ancora oggi inconsapevole di aver diritto alla garanzia legale di 24 mesi sull'abbigliamento. Peraltro, il Codice del Consumo prevede che i contenuti della Garanzia Legale debbano essere

sufficienti per completezza e trasparenza nella comunicazione dei contenuti della Garanzia Legale, dei quali il 14% risulta "Sufficiente", il 12% ottiene un punteggio "Distinto", il 3% "Buono", mentre nessuno ottiene un punteggio "Ottimo".

Sebbene anche in questo comparto la stragrande maggioranza (il 66%) degli operatori comunichi in modo insufficiente i contenuti della garanzia legale ai propri clienti consumatori - il 47% è "Molto insufficiente" ed il 7% "Non classificabile" - la trasparenza appare comunque maggiore rispetto a quella riscontrata tra i 250 brand dell'abbigliamento moda analizzati, dove nessuno ha ancora ottenuto un

comunicati in modo completo e trasparente ai consumatori in fase di pre vendita" commenta il Presidente Fabrizio Premuti.

In particolare, Konsumer Italia ha analizzato la comunicazione pre-

NON CLASSIFICABILE	MOLTO INSUFFICIENTE	INSUFFICIENTE	SUFFICIENTE	DISTINTO	BUONO	OTTIMO
0 PUNTI	DA 1 a 30 PUNTI	DA 31 a 50 PUNTI	DA 51 a 60 PUNTI	DA 61 a 80 PUNTI	DA 81 a 90 PUNTI	DA 91 a 100 PUNTI
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
BILLABONG FOOT LOCKER UNDER ARMOUR	ADIDAS - BELSTAFF - BPD - BROOKS - BURTON - CHAMPION - COLMAR - CONVERSE - DIADORA - DIANA SPORT - DIMENSIONE DANZA - DOCKERS - FREDDY - GAME 7 ATHLETICS - K-SWISS - LA SPORTIVA - LACOSTE - LOWE ALPINE - MARINA YACHTING - MERRELL - MONCLER - MOON BOOT - NEW BALANCE - O'NEILL - PATAGONIA - PAUL&SHARK - PUMA - ROLLERBLADE - ROSSIGNOL - SPEEDO	ARENA DUCATI DYNAFIT ONITSUKA TIGER PITTAROSSO QUIKSILVER REEBOK SALOMON TIMBERLAND ZALANDO	ASICS CISALFA DAINESE DAKINE DEHA HEAD HELLY HANSEN SERGIO TACCHINI	CANADIAN CLASSICS COLUMBIA DECATHLON NIKE SALEWA SCARPE&SCARPE	ATOMIC MAXI SPORT THE NORTH FACE	

punteggio di "Buono" e, in tutto, solo 9 un punteggio di "distinto".

Particolarmente deprecabile il comportamento di Foot Locker – nota Premuti – che, oltre ad aver ottenuto un punteggio di "Non classificabile" e a non informare in modo appropriato i consumatori sui contenuti della Garanzia Legale nemmeno nelle condizioni di vendita, interpellato via mail a tal riguardo, ha risposto senza esitazione quanto segue: La informiamo che i nostri articoli non sono coperti da garanzia. Nel caso aveste bisogno di ulteriori informazioni, non esiti a ricontattarci. "Una risposta che merita senza indugio la segnalazione all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato per pratica commerciale scorretta e che invieremo oggi stesso" dichiara deciso il Presidente Konsumer.

Konsumer Italia è un'associazione di consumatori che sin dalla nascita ha operato per un mercato trasparente e rispettoso delle regole "Ma abbiamo scelto di svolgere la nostra mission abbandonando la vecchia concezione del consumerismo di protesta e di denuncia: la scelta di dialogare con le imprese si è

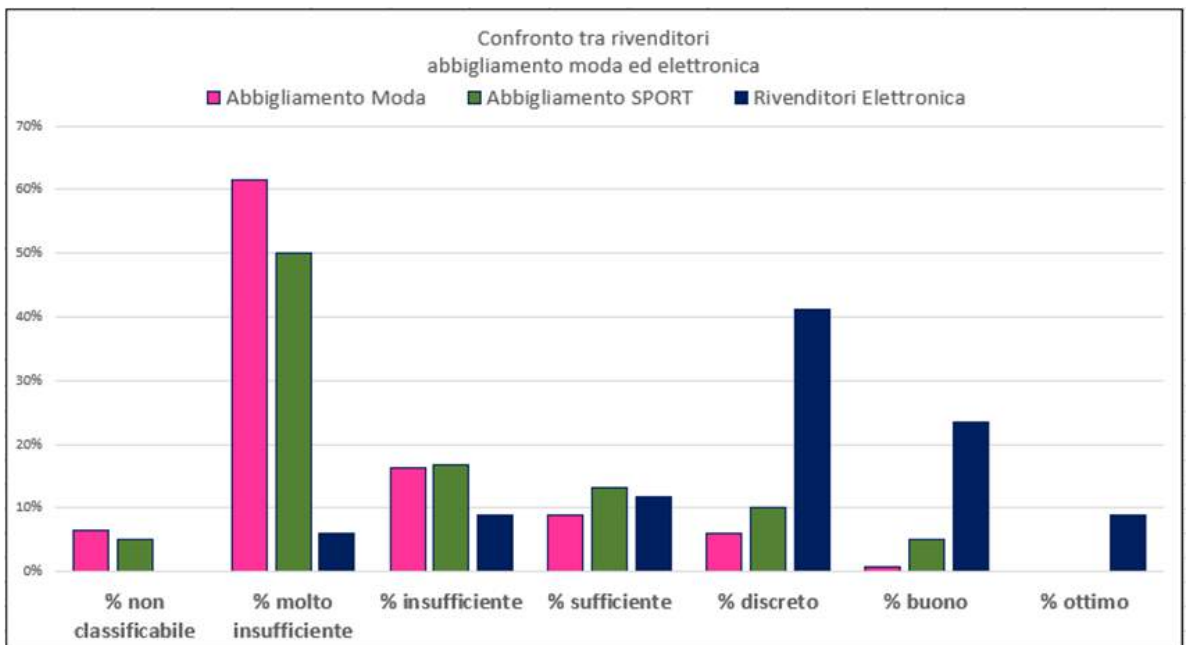
dimostrata vincente in tutte le occasioni di contatto in cui si siano instaurate sinergie. Solo i comportamenti volutamente negativi ed omissivi sono stati oggetto della nostra denuncia" spiega Fabrizio Premuti.

Per effettuare l'analisi

Konsumer Italia si è avvalsa delle metodologie e delle tecnologie di Garanteasy - Garanzia Semplice, che in particolare ha utilizzato un algoritmo di misurazione del grado di completezza e trasparenza delle informazioni. "Konsumer Italia e Garanteasy desiderano facilitare un rapporto virtuoso tra aziende e consumatori valorizzando le best practice del mercato e offrendo soluzioni che le imprese ed i consumatori possano adottare per raggiungere questo risultato" conclude il Presidente.

**\*1 59 OPERATORI ANALIZZATI IN ORDINE ALFABETICO**

- ADIDAS, ARENA, ASICS, ATOMIC, BELSTAFF, BILLABONG, BPD, BROOKS, BURTON, CANADIAN CLASSICS, CHAMPION, CISALFA, COLMAR, COLUMBIA, CONVERSE, DAINESE, DAKINE, DECATHLON, DEHA, DIADORA, DIANA SPORT, DIMENSIONE DANZA, DOCKERS, DUCATI, DYNAFIT, FOOT LOCKER, FREDDY, GAME 7 ATHLETICS, HEAD, HELLY HANSEN, K-SWISS, LA SPORTIVA, LACOSTE, MARINA YACHTING, MAXI SPORT, MERRELL, MONCLER, MOON BOOT, NEW BALANCE, NIKE, O'NEILL, ONITSUKA TIGER, PATAGONIA, PAUL&SHARK, PITTAROSSO, PUMA, QUIKSILVER, REEBOK, ROLLERBLADE, ROSSIGNOL, SALEWA, SALOMON, SCARPE&SCARPE, SERGIO TACCHINI, SPEEDO, THE NORTH FACE, TIMBERLAND, UNDER ARMOUR, ZALANDO



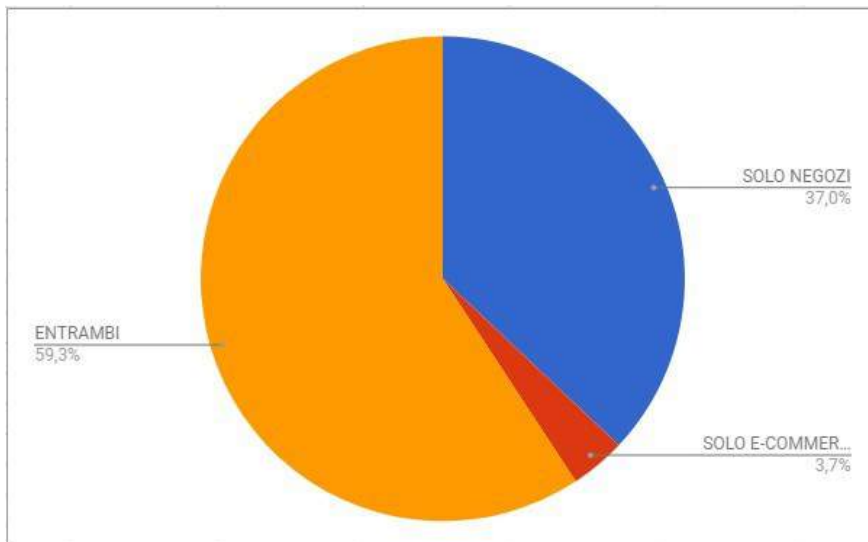
Purtroppo anche in questo comparto la stragrande maggioranza **66%** degli operatori comunica in modo insufficiente i contenuti della garanzia legale ai propri clienti consumatori. In particolare **47%** è molto insufficiente e un **7%** non classificabile. Rispetto al modo di comunicare degli rivenditori di prodotti elettronici è un risultato molto scarso ma, rispetto ai rivenditori di abbigliamento moda risulta molto migliore con ben tre operatori che ottengono un punteggio "Buono" e sei "Distinto". Da notare che tra i 250 brand di abbigliamento moda analizzati nessuno ha ancora ottenuto un punteggio di "Buono" e, in tutto, solo nove un punteggio di "distinto"



## GARANZIA LEGALE

## Gdo, il 50% delle insegne nettamente insufficiente nel comunicare ai consumatori i loro diritti

*Le modalità di comunicazione della garanzia legale: Italia e Garanteasy indagano*



**essere molto insufficiente** il 3% circa è insufficiente, nessuna raggiunge i pieni voti "OTTIMO", ed il 29% è nella fascia tra sufficiente a discreto con **solo un 18% che raggiunge il giudizio di "BUONO"**.

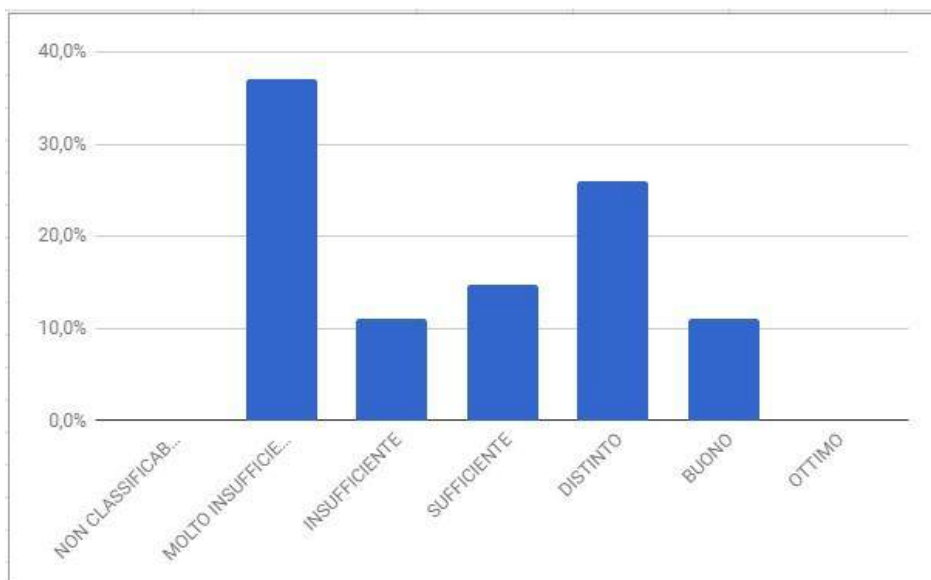
Soffermandoci sul servizio di assistenza al cliente, è emerso che tutte le insegne permettono di essere raggiunte con un form on-line o via e-mail. Sorprendentemente, **CONAD**, una delle insegne leader in Italia, **si**

Dopo l'elettronica, gli operatori della moda, i brand sportivi, stavolta si parla di GDO (Grande Distribuzione), soggetta anch'essa a garantire (e comunicare) la Garanzia Legale ai propri consumatori. La ricerca condotta dall'associazione Konsumer Italia, avvalendosi della tecnologia di Garanteasy, ha esaminato la modalità di comunicazione della garanzia legale da parte di 27 insegne della GDO\* (di cui 7 appartenenti all'alleanza Agorà Network, e separatamente 2 ad Esselunga ed Esselunga a Casa) attraverso i propri siti istituzionali e di e-commerce (60% delle insegne analizzate). L'indagine ha inteso rilevare la presentazione e la facilità di reperimento delle informazioni da parte del consumatore esaminando alcuni semplici indicatori.

L'analisi si riferisce alle informazioni presenti (o assenti) nei siti web. **I risultati ottenuti indicano che l'attenzione al tema da parte della Grande Distribuzione è insufficiente. In particolare il 50% delle insegne esaminate risulta**

**distingue in negativo ottenendo il peggior punteggio in assoluto.** Basti pensare che è anche l'unica a non fornire un numero telefonico (solitamente un numero verde gratuito), né alcun elemento informativo riguardo la garanzia legale sui prodotti venduti.

Le altre insegne che NON hanno una pagina dedicata alla comunicazione della Garanzia Legale sono ben 17 e quindi ben il 61% del totale. L'elenco comprende 6 delle 7 insegne dell'alleanza Agorà Network (BASKO, C+C ITALMARKET, DORO, EKOM, GRUPPO POLI,



SOGEGROSS) ad esclusione di 1.

Inoltre, NON hanno una pagina dedicata **BENNET**, la già menzionata **CONAD, CRAI, EUROSPIN, FAMILA – SELEX, MD DISCOUNT, SIDIS SALERNO, SIGMA, UNES e VÉGÉ**. **Tutte queste sono valutate naturalmente come insufficienti.**

Le insegne con valutazione discreto e buono sono 10, IL GIGANTE, ESSELUNGA, ESSELUNGA A CASA LA SPESA COMODA, COOP, CARREFOUR, PAM, LIDL, DESPAR EUROSPAR INTERSPAR, IPER LA GRANDE I, ed AUCHAN.

In conclusione si può affermare che anche la grande

distribuzione, così come gli operatori dell'abbigliamento moda e sport, presta scarsa attenzione a comunicare in modo completo e trasparente la garanzia ed ancora nessuna insegna utilizza la leva strategica della garanzia come elemento di differenziazione e posizionamento della qualità e servizio al cliente.

**\* I 27 OPERATORI ANALIZZATI IN ORDINE ALFABETICO**

AUCHAN, BASKO (AGORÀ SOGEGROSS), BENNET, C+C ITALMARKET (AGORÀ), CARREFOUR, CONAD, COOP, CRAI, DESPAR EUROSPAR INTERSPAR, DORO (AGORÀ SOGEGROSS), EKOM (AGORÀ) SOGEGROSS, ESSELUNGA, ESSELUNGA A CASA LA SPESA COMODA,

EUROSPIN, FAMILA (SELEX), GRUPPO POLI (AGORÀ), IL GIGANTE, IPER LA GRANDE I, IPERAL (AGORÀ), LIDL, MD DISCOUNT, PAM, SIDIS SALERNO, SIGMA, SOGEGROSS (AGORÀ), UNES, VÉGÉ

NON CLASSIFICABILE	MOLTO INSUFFICIENTE	INSUFFICIENTE	SUFFICIENTE	DISTRIBUTO	BUONO	OTTIMO
0 PUNTI	DA 1 a 30 PUNTI	Da 31 a 50 PUNTI	Da 51 a 60 PUNTI	Da 61 a 80 PUNTI	DA 81 a 90 PUNTI	DA 91 a 100 PUNTI
	BENNET CARREFOUR CONAD CRAI DESPAR EUROSPAR INTERSPAR FAMILA (SELEX) IL GIGANTE PAM SIDIS SALERNO VÉGÉ	DORO (AGORÀ) SOGEGROSS IPER LA GRANDE I SOGEGROSS (AGORÀ)	AUCHAN EKOM (AGORÀ) SOGEGROSS GRUPPO POLI (AGORÀ) IPERAL (AGORÀ)	C+C ITALMARKET (AGORÀ) COOP ESSELUNGA ESSELUNGA A CASA EUROSPIN LIDL UNES	BASKO-(AGORÀ) SOGEGROSS MD DISCOUNT SIGMA	

SOCIETÀ

**Aumentano le povertà**

*La crisi economica attanaglia ancora le famiglie italiane*

Nonostante alcuni dati (sicuramente benvenuti) osannano la fine della crisi nel nostro paese, moltissimi sono, ancora oggi, gli indicatori di un persistente disagio economico percepito dalle famiglie italiane.

Secondo l'Istat, nel 2016, le famiglie in condizione di povertà assoluta sono 1,6 milioni, per un totale di 4,7 milioni di individui poveri (il 7,9% dell'intera popolazione). Le famiglie che vedono peggiorare le loro condizioni rispetto all'anno precedente sono quelle numerose, soprattutto coppie con 3 o più figli minori (da 18,3% del 2015 a 26,8% del 2016). L'incidenza di povertà assoluta è più elevata fra i minori (12,5%) e raggiunge il suo minimo fra le persone di 65 anni e più (3,8%).

Le famiglie, inoltre, hanno imparato in quest'ultimo decennio a rinunciare a spendere denaro persino per mangiare: sempre secondo l'Istat, la divisione nelle due categorie principali (alimentare e non alimentare) mostra che ad essere penalizzato è stato soprattutto il

comparto alimentare, che ha visto ridurre la spesa mensile da 467 euro a 448 euro (-4,1%) dal 2006.

Non va meglio la situazione finanziaria: secondo l'ABI le sofferenze bancarie nette (cioè al netto delle svalutazioni e accantonamenti già effettuati dalle banche con proprie risorse) ad ottobre 2017 si sono ancora attestate a 66 miliardi di euro, stabili rispetto lo stesso periodo dell'anno precedente, mentre i prestiti personali hanno evidenziato una crescita da record: +20,2% rispetto al medesimo periodo del 2016. I prestiti personali, lo sottolineiamo, sono quelli non finalizzati all'acquisto di un bene durevole (come l'auto) ma semplicemente quelli richiesti per avere liquidità in tasca. Spesso si tratta di finanziamenti per far fronte a spese improvise, come le cure sanitarie, che sono diventate ormai un elemento di corredo al paniere delle preoccupazioni per il domani.

Insomma, l'Italia starà forse emergendo dalla crisi che ci attanaglia da dieci anni a questa parte, ma la strada per respirare senza affanno è ancora lunga.

## IVASS: stop ai numeri a pagamento per le informazioni dalle compagnie di assicurazione

*L'IVASS impone alle compagnie la sostituzione con numerazioni gratuite o a tariffa urbana*

*Alessandra Schofield*

Konsumer Italia apprezza il recentissimo intervento IVASS su alcune compagnie di assicurazione, alle quali ha imposto la sostituzione dei numeri telefonici a pagamento attivati per i Servizi di Assistenza Telefonica alla clientela con numeri verdi gratuiti.

Cinque compagnie assicurative ed i loro partner bancari avevano infatti introdotto numerazioni telefoniche a tariffe maggiorate (con prefisso 199), che gli assicurati erano costretti a comporre per ottenere informazioni sui sinistri.

L'Istituto di Vigilanza sulle Assicurazioni ha così ricondotto le imprese al rispetto della nuova Legge sulla Concorrenza (art. 1, comma 130, della L. 124/2017), secondo cui gli istituti bancari e le imprese di assicurazione devono garantire l'accesso ai servizi di assistenza alla clientela a costi non superiori rispetto alla tariffa ordinaria urbana.

I consumatori che dovessero riscontrare l'utilizzo di linee con tariffe maggiorate possono contattare l'IVASS al Contact Center, chiamando il numero - ovviamente verde! - 800486661 o scrivendo alla casella pec tutela.consumatore@pec.ivass.it, o direttamente la nostra associazione che provvederà a trasmettere un esposto all'Authority.

## Gruppo Agenti Zurich e Konsumer Italia: via alla partnership

*Il GAZ ha definito l'accordo con l'Associazione guidata da Fabrizio Premuti: nasce l'Agenzia Amica del consumatore*



L'accordo prevedrà un confronto di valore finalizzato alle importanti tematiche del trattamento del dato del cliente/consumatore affinché vengano definite le regole a tutela. "Siamo orgogliosi di essere il primo Gruppo Agenti ad aver sentito la necessità, prima di avviare le trattative per la gestione del dato del cliente con la compagnia, di aprire un confronto con gli addetti ai lavori" dichiara il Presidente **Enrico Olivieri** "Riteniamo che la collaborazione con Konsumer ci permetterà di definire con maggiore

attenzione le regole per il trattamento del dato dei nostri clienti e con il loro prezioso supporto auspichiamo che le nostre agenzie possano essere certificate per la qualità. Un altro valore aggiunto per tutti i colleghi Zurich che, per effetto della partnership, entreranno a far parte della famiglia di Konsumer Italia".

"L'unico e solo proprietario dei dati è il cliente-consumatore" dichiara **Fabrizio Premuti**, Presidente Konsumer Italia "ed è l'unico ed il solo ad avere il diritto di stabilire chi e come debba trattare le informazioni che trasmette allo scopo ben preciso di ricevere un servizio. In questo caso, quello assicurativo. Siamo certi che dall'accordo con il GAZ possa senz'altro derivare una maggiore tutela per gli assicurati. Ma non solo per quanto

riguarda il tema Privacy: infatti" prosegue Premuti "con l'avvio di questa collaborazione intendiamo esaltare i contenuti di trasparenza e consulenza che così fortemente caratterizzano il rapporto fiduciario tra Consumatore ed Agente assicurativo, ove quest'ultimo possa essere il formatore del cittadino per quanto riguarda i temi assicurativi e l'Agenzia possa costituire un terminale in cui il Consumatore trovi supporto ed assistenza, grazie alla presenza di Konsumer Italia, in tutte le problematiche del consumo".

*Questo accordo rappresenta la realizzazione di un percorso idealizzato oltre 4 anni fa da Massimo Congiù, Agente di Assicurazione e tra i fondatori di Konsumer Italia. L'agenzia di assicurazione come centro di formazione ed informazione assicurativa per i consumatori che, superando la barriera settoriale, si proietta ad essere punto di assistenza condivisa con le associazioni consumatori in tutte le tematiche del consumo; con una capillarità territoriale superiore ad ogni altra aggregazione professionale anche per numero di utenti raggiunti. Parte di una visione della trasformazione professionale che umanizza la digitalizzazione ed arresta la disintermediazione, che solo persone speciali come Massimo potevano avere con così tanto anticipo. So di interpretare anche il pensiero di Enrico Ulivieri, Presidente del GAZ, se dedico questo comune successo a Massimo Congiù.*

*Fabrizio Premuti*

## Ciao, Massimo



## Quattordicesima, facciamo chiarezza: a chi spetta e cos'è

*Le nuove regole introdotte dalla Legge di Bilancio 2017*

Luisa Boi

Diciamo subito che è escluso, e quindi non ha diritto alla quattordicesima, chi percepisce l'assegno sociale o comunque un assegno di tipo assistenziale.

O coloro che percepiscono rendite INAIL e pensioni di guerra.

Sono invece inclusi coloro che percepiscono una pensione anche minima e compresa tra 1,5 (una volta e mezzo) e 2 volte il trattamento minimo di 501,80 euro.

E quindi:

- Pensioni di anzianità
- Pensioni di vecchiaia
- Pensioni anticipate
- Pensioni di invalidità e di inabilità
- Pensioni ai superstiti

Cosa vuol dire questo? Che se una persona riceve una pensione compresa tra i 752,7 euro e 1003,6 euro, rientra tra gli aventi diritto.

Tra gli aventi diritto, i pensionati con almeno 64 anni e le pensioni di reversibilità, ma solo quelle al 60% di quanto sarebbe spettato al coniuge defunto.

Gli importi della quattordicesima varieranno con il variare del reddito annuo, con importi che si aggireranno da un minimo di 336 a un massimo di 655 euro.

In questo ultimo caso l'importo massimo spetterà a quei pensionati che hanno fino ad una volta e mezzo il trattamento minimo annuo.

Più è basso l'assegno della pensione, più sarà corrisposto nella quattordicesima (a luglio).

È importante ricordare che sebbene l'assegno spettasse già nel 2007, solo nel 2016 è stato esteso il diritto e quindi coloro che risulteranno tra gli aventi i requisiti di accesso al "bonus" potranno richiedere gli arretrati, fino ad un massimo di 5 anni.

Per tale il beneficio, gli aventi diritto dovranno richiedere che venga presentata – presso i centri di assistenza ai cittadini, Patronati o associazioni – una richiesta di "ricostituzione" della propria pensione che abbia a motivazione dell'istanza la quattordicesima, se spettante, con annessi arretrati.

Si ricorda sempre che ogni pratica richiesta presso i Patronati deve, per Legge, essere del tutto gratuita.

Amplieremo l'aspetto dei compensi spettanti a Caaf e Patronati e la loro possibile richiesta a carico dei cittadini nel prossimo articolo.





Laura Aramini

## Sanità, liste di attesa troppo lunghe: la denuncia di Konsumer Italia

*A denunciare il caso interviene l'Avv. Laura Aramini, Vice Presidente Konsumer Lazio: esami prenotati anche a distanza di un anno dalla richiesta*

A segnalare la vicenda una nostra iscritta, la quale, seppur esente per patologia, lamenta di avere ricevuto una prenotazione per Ecografia fegato e vie biliari, a distanza di ben **un anno dalla richiesta del medico**, nonostante questa fosse di tipo P - Programmata, e dunque da svolgersi entro 180 giorni.

Alla luce della vicenda accaduta, ci chiediamo se e in che modalità il Piano regionale per il Governo delle Liste di attesa 2016-2018, relativo ad abbattere le liste di attesa nella

sanità della Regione Lazio, possa essere rispettato.

Nel frattempo segnaliamo che abbiamo presentato istanza all'Azienda Sanitaria per chiedere l'individuazione della struttura pubblica o privata convenzionata in grado di erogare la prestazione entro i tempi massimi stabiliti o autorizzare la prestazione in intramoenia senza oneri aggiuntivi e dell'accaduto provvederemo ad informare direttamente l'Assessore Regionale e il Ministro alla Sanità.

Se il Piano continua a non essere applicato, si verificheranno sempre casi simili, per cui il diritto alla salute non verrà mai garantito.

Preme segnalare, purtroppo, che le liste di attesa per visite ed esami sono sempre più lunghe, a danno come sempre dei cittadini meno abbienti, i quali non possono permettersi cure e controlli ricorrendo alla sanità privata.

Quale associazione per la tutela dei diritti dei consumatori, ci sentiamo sensibili alla tematica della salute: in un periodo in cui si fatica ad arrivare a fine mese, vuoi per mancanza di lavoro o precarietà dello stesso, redditi minimi e pensioni basse, almeno il diritto a curarsi, come già sancito a livello costituzionale, deve essere garantito, per ogni fascia di età e reddito. Per questo rivolgiamo appello agli Enti preposti, affinché provvedano ad applicare e a far rispettare il Piano regionale per il Governo delle Liste di attesa 2016-2018.

Inoltre preme ricordare che per le problematiche connesse alla salute, chiunque si trovi in difficoltà può rivolgersi a Konsumer Italia per la dovuta assistenza.



## NUOVE TECNOLOGIE

## Obsolescenza programmata? Apple riduce volontariamente le prestazioni dei vecchi smartphone?

*All'Azienda viene contestato un voluto rallentamento dei dispositivi tramite il sistema di aggiornamento del software per favorire l'acquisto di prodotti nuovi*

*Cristiano Taloni*

L'obsolescenza programmata è una pratica commerciale scorretta e fastidiosa, spesso messa in essere dal produttore stesso, che consiste nell'accelerare il degrado del bene costringendo di fatto il cliente a comprare un nuovo modello più performante. Nel caso degli smartphone, per esempio, la velocità di utilizzo e la durata delle batterie possono essere "ridimensionate" con un aggiornamento software; l'abbassamento delle performance induce così l'utilizzatore a comprare un nuovo modello, e così via. Nel caso Apple molti utenti si sono accorti di un rallentamento anomalo proprio pochi giorni

precedenti al lancio del nuovo modello denominato X, contestando ad Apple la non casualità della cosa e dando quindi per scontato una pratica scorretta messa in atto per avantaggiare le vendite del nuovo iPhone.

Attualmente sono più di trenta le Class Action già attivate sul tema. L'azienda di Cupertino ha risposto con un comunicato ufficiale scusandosi per l'accaduto; nel comunicato Apple sostiene che i rallentamenti siano del tutto casuali e non voluti, giustificando inoltre l'abbassamento della durata delle batterie con il normale invecchiamento chimico dei componenti

con cui vengono costruite. Negli ultimi giorni Apple ha anche annunciato un taglio dei prezzi delle batterie fuori garanzia che durerà per tutto il 2018, mentre tra pochi giorni dovrebbe essere rilasciato un

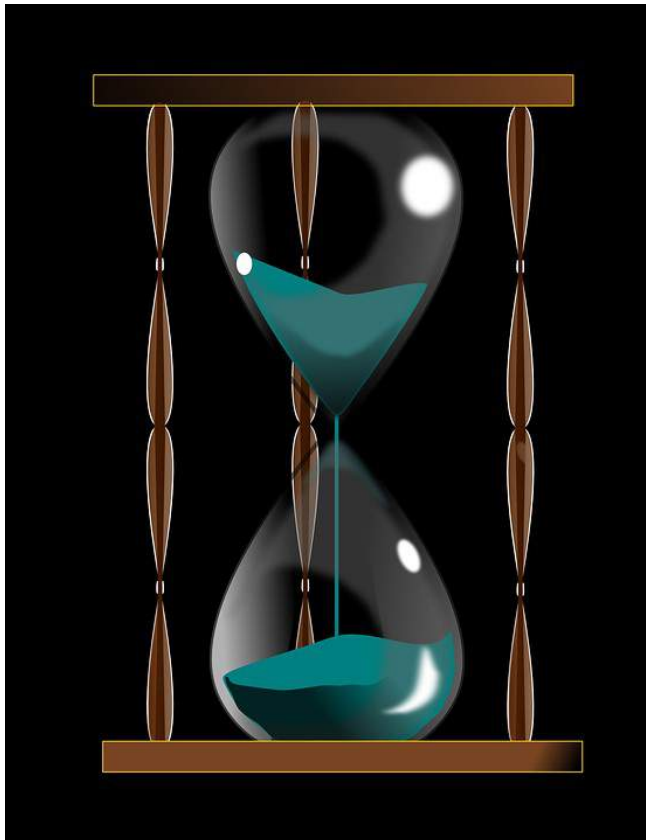
nuovo aggiornamento iOS che permetterà agli utenti di verificare in tempo reale lo stato di salute della propria batteria.

Anche in Italia ci si muove, ed un'altra grande azienda viene inserita nelle indagini. È notizia recente, infatti, che l'Antitrust italiana si è mossa avviando ben due procedimenti per pratiche commerciali scorrette nei confronti di Apple e di Samsung, accusando questi soggetti di obsolescenza programmata tramite gli aggiornamenti software.

L'Antitrust ha fatto sapere di aver ordinato ispezioni presso le sedi italiane dei due Gruppi.

Per il momento non ci resta che aspettare. L'iPhone è uno degli smartphone più conosciuti: nel 2017 ne sono stati venduti oltre 223 milioni; potenzialmente sono tantissimi, quindi, i consumatori ingannati nel nostro Paese ed in tutto il mondo; potremmo assistere ad uno scandalo di livello mondiale, che potrebbe portare gli accusati a pagare multe salatissime e alla perdita di milioni di clienti.

E voi, amici consumatori, avete aggiornato i vostri smartphone?



# L'agricoltura come elemento fondamentale per la salvaguardia del territorio, per la tutela della salute e per la riduzione degli sprechi alimentari

# SPECIALE



REGIONE  
LAZIO





## Agricercando, aprono i primi 4 Help Point fissi di Rieti, Frosinone, Cassino e Roma

*Obiettivo: lotta agli sprechi alimentari, promozione della filiera corta, dell'agricoltura di prossimità, dei farmer market*

Procede a gonfie vele l'iniziativa

**"Agricercando" progetto**

Lazio per la agricoltura di corta, i mercati e alimentare.

**Questa**

**aperto i primi 4 Point" previsti**

nelle località di Cassino e Roma. propri sportelli aperti cittadino potrà trovare

temi trattati da calendario delle iniziative in atto ed eccellenze del Lazio considerando la stagionalità

promossa da Konsumer Italia

**finanziato dalla Regione**

valorizzazione dell' prossimità, la filiera la lotta allo spreco

**settimana hanno**

**degli 8 "Help dal progetto,**

Frosinone, Rieti,

Una rete di veri e

al pubblico, dove il

tutte le informazioni sui

Agricercando, conoscere il

informarsi sul valore delle

dei prodotti.

L'ortofrutta rappresenta un quarto della spesa totale per la tavola degli Italiani: nonostante la crisi ed il calo dei consumi registrato nell'ultimo decennio, i consumatori sono sempre più attenti al benessere a tavola, non trascurando mai il consumo di frutta verdura.

Secondo uno studio del Crea, Alimenti e Nutrizione, però, solo **il 51,4%% dei consumatori ritiene che la stagionalità sia l'elemento principale nell'acquisto delle verdure**, mentre da una elaborazione dei dati Istat sui consumi ortofrutticoli suddivisi per regione si evince che per molti prodotti — come **mele, pere e agrumi** — **le regioni produttrici sono quelle dove la spesa media è inferiore rispetto alle altre**. Ad esempio, per le **mele** guidano la classifica Liguria, Lazio e Toscana, con una spesa media rispettivamente di 131, 130 e 129 euro all'anno e, solo a chiudere, troviamo il suo principale produttore, il Trentino Alto Adige, con 81 euro.

"Questi dati dimostrano che, sebbene ci sia grande attenzione su questi temi, ancora molto c'è da fare — dichiara Fabrizio Premuti, presidente Konsumer Italia — Nei nostri Help point fissi, i consumatori potranno trovare persone preparate e formate a fornire informazioni rispetto alle caratteristiche della filiera corta e dei mercati, anche quelli curati direttamente dai produttori, scoprendo i vantaggi che sia l'ambiente che la salute possono trarre dal



rispetto della stagionalità dei prodotti, oltre a fornire un ottimo disincentivo ad un altro grandissimo problema che Agricercando intende affrontare, ovvero lo spreco alimentare”.

L'Italia vanta una rete di mercati contadini fittissima, unica a livello internazionale per dimensioni e caratteristiche, e questo si profila come elemento chiave per ridurre lo spreco alimentare. **Ogni famiglia getta nel secchio 36,9 chili di alimenti all'anno**, per un valore di 250 euro, ed **il cibo più gettato è la verdura (20 grammi al giorno, il 25,6% del totale)**, seguito subito dopo da latte e latticini (13 grammi al giorno) e la frutta (12 grammi al giorno). **La causa principale da imputare allo spreco è l'aver raggiunto o superato la data di scadenza, nel 46% dei casi.**

Nonostante ci sia stata una riduzione del 40% rispetto all'anno precedente, è evidente che l'incentivo all'acquisto nei farmers' market sia un elemento chiave nella lotta agli sprechi alimentari.

“Se l'acquisto avviene direttamente dal produttore il cibo avrà una durata maggiore, perché più fresco, e di conseguenza si ridurrà la possibilità che, col passar dei giorni, il prodotto si degradi e non sia più idoneo al consumo – spiega ancora Premuti — Inoltre, la filiera corta riduce le emissioni in atmosfera, poiché si azzerano i km da percorrere dalla terra al banco e va ad arricchire il patrimonio agroalimentare della nostra regione, un patrimonio fatto da migliaia di piccole aziende, a volte simili ma comunque tutte diverse, in un circolo virtuoso che incrementa la responsabilità sociale dei consumatori premiando la qualità e la territorialità dei prodotti”.

Acquistare direttamente dai produttori, inoltre, incrementa l'economia circolare, che nasce ed investe sul territorio e sul territorio ritorna, anche in termini di occupazione. In più, aumenta la cognizione dei consumatori sulle coltivazioni e sugli allevamenti da cui vengono i prodotti: una ricchezza genetica unica, a partire dall'avicolo per finire con le bufale e quindi la filiera completa del latte e della famosa mozzarella che non finisce con la mozzarella ma con la commercializzazione della carne di bufalino.

## Un patrimonio, quello degli allevamenti e delle coltivazioni della nostra Regione, che il Progetto Agricercando intende incrementare e promuovere avvicinando il consumatore ai produttori



Per avere la nuova  
Guida de  
*il Salvagente*,  
cliccare  
[QUI](#)



Seguitemi su [www.facebook.com/agricercando/](https://www.facebook.com/agricercando/)

