



UNC  
CONSUMATORI.IT

Via Duilio 13  
00192 Roma  
info@consumatori.it  
Tel. 06 32 60 02 39  
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583  
P.IVA 09840461009

Roma, 4 settembre 2023

Spett.le  
IX Commissione Senato  
Industria, commercio, turismo agricoltura e  
produzione agroalimentare  
Via email: [commissione9@senato.it](mailto:commissione9@senato.it);

e p.c. [paolo.tarroboiro@mise.gov.it](mailto:paolo.tarroboiro@mise.gov.it);  
[anna.belmonte.ext@mise.gov.it](mailto:anna.belmonte.ext@mise.gov.it);  
[alessandra.umile@mise.gov.it](mailto:alessandra.umile@mise.gov.it);

**Oggetto: osservazioni dell'Unione Nazionale Consumatori su A.S. n. 795 (Legge annuale per il mercato e la concorrenza 2022)**

L'Unione Nazionale Consumatori, con sede in Roma in via Duilio n. 13, prima associazione di consumatori d'Italia, iscritta nell'elenco delle associazioni dei consumatori e degli utenti rappresentative a livello nazionale di cui all'art. 137 del Codice del Consumo (D.Lgs. n. 206/2005), nell'apprezzare la possibilità di fornire un contributo su questo importante disegno di legge, presenta le proprie osservazioni.

**PREMESSA**

In premessa, riteniamo opportuno osservare che le disposizioni contenute nell'Atto Senato n. 795 sono a nostro avviso alquanto deludenti perché non contengono alcuna concreta misura per ridurre le spese obbligate delle famiglie e aiutarle ad arrivare alla fine del mese. Niente che influisca sulla vita quotidiana dei consumatori, preservando ad esempio il loro potere d'acquisto, contrastando le speculazioni e i rincari ingiustificati, accrescendo la concorrenza nei settori chiave dell'energia o della telefonia. Per questo, dopo le osservazioni specifiche all'Atto, nell'ultima parte del presente documento ci permettiamo di proporre nuovi articoli, per colmare quelle che a nostro avviso sono le lacune di questo provvedimento che potrebbe invece contribuire ad aiutare chi è in difficoltà economica senza gravare sui conti pubblici.

\* \* \*

In relazione all'Atto Senato n. 795, di seguito le nostre osservazioni:

**Art. 2. Condivisibile.**

E' molto importante come previsto dal comma 3, che su richiesta del cliente finale, per il tramite del Portale dei consumi, i dati del contatore di fornitura siano messi a disposizione del cliente finale o, su sua richiesta formale, a disposizione di un soggetto terzo per poter confrontare ad esempio offerte comparabili, così che al consumatore possano essere fatte offerte mirate ai suoi consumi specifici e alle sue esigenze. E' bene, comunque, che siano specificati i soggetti terzi, perlomeno il loro perimetro.

**Unione Nazionale Consumatori**  
La prima organizzazione di consumatori in Italia. Diffusa in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del Consumo e componente del CNCU - Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione sociale presso il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

Seguici

consumatori.it  
sicurezzaalimentare.it

classaction.it  
codicedelconsumo.it

 facebook.com/UNConsumatori  
 twitter.com/consumatori



UNC  
CONSUMATORI.IT

Via Duilio 13  
00192 Roma  
info@consumatori.it  
Tel. 06 32 60 02 39  
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583  
P.IVA 09840461009

**Unione Nazionale Consumatori**  
La prima organizzazione di  
consumatori in Italia. Diffusa  
in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del  
Consumo e componente del  
CNCU - Consiglio Nazionale  
dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione  
sociale presso il Ministero del  
Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

E' poi fondamentale specificare che la richiesta formale deve essere in forma scritta, anche in modo semplificato, come una semplice email. Insomma, per evitare abusi, va esplicitamente esclusa la possibilità di un consenso dato telefonicamente, anche se registrato. Nel mercato dell'energia sono ancora troppe le attivazioni di servizi non richiesti che avvengono per telefono. Il Portale dei consumi offre grandi opportunità, ma è uno strumento che va usato nell'esclusivo interesse del consumatore, cosa che non è garantita se un venditore utilizza pratiche commerciali aggressive pur di far sottoscrivere un contratto.

Al comma 3, laddove si aggiunge un comma 3 bis all'articolo 9 del decreto legislativo 4 luglio 2014, n. 102 e si prevede che i costi sostenuti da Acquirente unico siano posti a carico dei soggetti terzi fornitori di servizi che accedono al Portale consumi, vanno escluse le associazioni del terzo settore che, non essendo venditori, non agiscono a scopo di lucro. In particolare, vanno escluse le associazioni di consumatori rappresentative a livello nazionale che fanno parte del CNCU, alle quali, per legge è "*preclusa ogni attività di promozione o pubblicità commerciale avente per oggetto beni o servizi prodotti da terzi ed ogni connessione di interessi con imprese di produzione o di distribuzione*" (art. 137 comma 3 del Codice del Consumo) e che, più di qualunque altro soggetto terzo, possono coadiuvare il cliente nel passaggio al mercato libero e assisterlo in modo del tutto disinteressato ma alle quali non si può chiedere un contributo finanziario per questa loro azione meritoria.

#### **Art. 4. Condivisibile.**

Bene rafforzare le condizioni per l'inclusione e la permanenza nell'Elenco dei soggetti abilitati alla vendita di gas naturale a clienti finali, ma pensiamo che occorra un giro di vite ulteriore e che sarebbe bene se anche il legislatore definisse, pur se in via più generale, quali condizioni, criteri, modalità, requisiti tecnici e finanziari debbano essere rispettati. Attualmente società sorgono senza avere i requisiti finanziari e garanzie adeguate. Spesso non versano gli oneri di sistema al distributore e le famiglie finiscono per pagare due volte gli oneri. Urge, quindi, specificare, ad esempio, che va obbligatoriamente sospesa l'attività a chi non versa gli oneri. Serve poi specificare che vanno previsti:

- tra i requisiti finanziari, il capitale minimo da destinare a riserva, a tutela dei creditori e del versamento degli oneri di sistema.
- un portafoglio minimo di clienti domestici (almeno 100.000) e un livello di capitale sociale proporzionato al volume di affari.
- adeguate fidejussioni a garanzia del pagamento dell'energia acquistata.
- in relazione al proprio capitale sociale vanno fissati limiti, in termini di numero di clienti e di quantità di energia che si può commercializzare, al fine di evitare che piccole imprese tentino di acquisire grandi quantità di clienti senza averne i requisiti patrimoniali.
- standard minimi relativi a condotta e qualità commerciale, regolarità della fatturazione, ecc. ecc..
- completa responsabilizzazione, responsabilità in solido, delle società per i disagi/danni provocati ai clienti dai comportamenti scorretti degli operatori esterni per l'acquisizione dei contratti sul mercato libero.

Seguici

consumatori.it  
sicurezzalimentare.it

classaction.it  
codicedelconsumo.it

 facebook.com/UNCconsumatori  
 twitter.com/consumatori



UNC  
CONSUMATORI.IT

Via Duitlio 13  
00192 Roma  
info@consumatori.it  
Tel. 06 32 60 02 39  
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583  
P.IVA 09840461009

**Art. 5.** Appare eccessivo che le concessioni di posteggio per l'esercizio del commercio su aree pubbliche possano essere rilasciate per una durata di 10 anni, atteso che, a differenza di altre realtà, non vi è la necessità di recuperare consistenti investimenti effettuati. Si suggerisce un termine massimo di 5 anni, per favorire la concorrenza e l'alternarsi degli operatori ed evitare che si creino posizioni di privilegio.

Le assegnazioni delle concessioni dovrebbero tener conto non solo dei principi di imparzialità, non discriminazione, parità di trattamento e trasparenza, ma anche delle esigenze dei consumatori, mirando a rafforzare e potenziare la concorrenza, diversificare l'offerta, facilitare il confronto tra i prezzi e così via. In tal senso, di regola, ciascun operatore non dovrebbe essere titolare di più concessioni nell'ambito della medesima area mercatale (comma 2, lettera c).

**Art. 6.** A nostro avviso, pur essendo un articolo condivisibile, dimostra quanto evidenziato in premessa. Nel testo ci si limita, infatti, a semplificare alcuni adempimenti lato imprese, ma non si prevede nulla lato consumatori. Per quanto riguarda, ad esempio, le vendite sottocosto, non basta aggiungere un comma 9 bis all'art. 15 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, ma andrebbe abrogato l'art. 1 comma 4 del DPR n. 218 del 6 aprile 2001 laddove prevede che non si possono fare vendite sottocosto per più di 3 volte all'anno, per una durata superiore a 10 giorni, per più di cinquanta referenze. Andrebbe, invece, rafforzato l'art. 1 comma 2 che vieta la vendita se si detiene una quota superiore al 50% della superficie di vendita complessiva della provincia, abbassandola al 25%. Insomma, si a più vendite sottocosto ma no alla strategia di fare offerte sottocosto per sbaragliare la concorrenza o i negozi di vicinato e restare monopolisti della provincia.

**Art. 7.** Condiviso.

**Art. 9.** Condiviso.

\* \* \*

Di seguito, per le ragioni esposte in premessa, avanziamo alcune proposte che speriamo siano inserite nel provvedimento:

### **1) Definizione di prezzo anomalo.**

Oggi ci sono limiti stringenti a vendere sottocosto ma nessun tetto a rincari anche se abnormi e avvenuti approfittando di eventi particolari come scioperi, terremoti, maltempo, pandemie (mascherine durante il Covid), guerra in Ucraina (benzina nel marzo 2022).

Come dichiarato lo scorso anno in audizioni parlamentari dal generale della Guardia di Finanza Zafarana e dal capo di gabinetto dell'AGCM, Maria Tuccillo, in occasione dei rialzi dei carburanti, gli articoli 501 e 501 bis del Codice penale sono fattispecie di "*rara e difficile applicazione*" (Zafarana), motivi per i quali il generale chiedeva una riflessione sulle attuali norme, mentre tra le competenze dell'Antitrust "*non rientra la repressione di generici fenomeni speculativi, ma l'autorità reprime abusi di posizioni dominanti o le intese restrittive della concorrenza*" (Tuccillo). Insomma, il mero rincaro eccessivo e spropositato non è attualmente perseguibile dal

Unione Nazionale Consumatori  
La prima organizzazione di consumatori in Italia. Diffusa in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del Consumo e componente del CNCU - Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione sociale presso il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

Seguici

consumatori.it  
sicurezzaalimentare.it

classaction.it  
codicedelconsumo.it

facebook.com/UNCconsumatori  
twitter.com/consumatori



UNC  
CONSUMATORI.IT

Via Duitio 13  
00192 Roma  
info@consumatori.it  
Tel. 06 32 60 02 39  
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583  
P.IVA 09840461009

**Unione Nazionale Consumatori**  
La prima organizzazione di  
consumatori in Italia. Diffusa  
in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del  
Consumo e componente del  
CNCU - Consiglio Nazionale  
dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione  
sociale presso il Ministero del  
Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

punto di vista normativo. La Legge 11 novembre 2005 , n. 231 che ha convertito in legge il decreto-legge 9 settembre 2005, n. 182 (Interventi urgenti in agricoltura e per gli organismi pubblici del settore, nonché per contrastare andamenti anomali dei prezzi nelle filiere agroalimentari) ha già introdotto il concetto di andamento anomalo dei prezzi nelle filiere agroalimentari, ma senza stabilire le modalità di intervento, lasciandole indeterminate. Serve, quindi, da un lato estendere a tutto il settore del commercio il concetto di prezzo anomalo e dall'altro definire come pratica commerciale scorretta quella di chi ricarica il prezzo in modo eccessivo durante particolari emergenze (in quanto indebito condizionamento del consumatore) o in situazioni di scarsa concorrenza (all'art. 26 del D.Lgs. n. 206/2005, va aggiunto un comma).

## 2) Shrinkflation e overpackaging

La shrinkflation (tecnica di marketing che ridimensiona il peso consolidato di prodotti di largo consumo per mascherare l'aumento del prezzo) e l'overpackaging (imballaggi appositamente abbondanti per ingannare il cliente sulle reali dimensioni del bene) sono pratiche ormai assai diffuse che danneggiano il potere di acquisto delle famiglie perché lo ingannano sul prezzo effettivamente praticato, mascherando i rincari. Dalle bibite che non sono più di mezzo litro ma da 450 ml o 400 ml al pacco di pasta che non è più da mezzo chilo ma da 400 grammi pur mantenendo la stessa dimensione, dal caffè che passa da 250 grammi a 225 al riso che passa da 1000 a 800 grammi pur se con una confezione identica per dimensioni.

Abbiamo presentato innumerevoli esposti all'Antitrust per pratica ingannevole ritenendo violati gli art. 21 e 22 del D.Lgs. n. 206/2005, dato che si induce in errore il consumatore medio riguardo alla quantità di prodotto e al prezzo, ma sono stati tutti archiviati.

Urge, quindi, un intervento del legislatore che, dando il tempo tecnico alle aziende di adeguarsi, ponga fine a questa pratica, stabilendo che gli imballaggi non possono di regola superare il 30% del loro contenuto e prevedendo la scorrettezza della pratica di chi si discosta dal peso consolidato del prodotto per mascherare rincari, aggiungendo un comma all'art. 21 o 23 del D.Lgs. n. 206/2005.

E' di tutta evidenza che se la deriva attuale proseguisse e si considerasse che rientra nelle libere scelte commerciali dell'azienda fissare a proprio piacimento il peso di un prodotto senza alcun vincolo, potremo a breve avere per la pasta, da sempre venduta a 500 grammi e a 1 chilo, decine di altri pesi: 480 grammi, 460, 440, 420 e così via. Il litro di latte potrebbe diventare presto da 999 ml, 998, 997 ml. Sarebbe impossibile il confronto dei prezzi se non vedendo esclusivamente il prezzo al litro o al chilo, sempre scritto con caratteri così minuscoli da essere di impossibile lettura, specie per gli anziani. La trasparenza del prezzo diventerebbe una chimera.

Urge prevedere nella legge un decreto ministeriale che fissi le unità di misure consolidate dal secolo scorso, come mezzo chilo e 1 kg per la pasta. Bisogna prevedere che se i prezzi, anche al litro e al chilo, sono scritti nei punti vendita a caratteri minuscoli, in palese violazione dell'art. 14 del Decreto Legislativo n. 114 del 31 marzo 1998 che prescrive che i prezzi siano indicati in modo chiaro e ben leggibile, questa pratica sia considerata scorretta.

Seguici

consumatori.it  
sicurezzalimentare.it

classaction.it  
codicedelconsumo.it

 facebook.com/UNCconsumatori  
 twitter.com/consumatori





UNC  
CONSUMATORI.IT

Via Duitlio 13  
00192 Roma  
info@consumatori.it  
Tel. 06 32 60 02 39  
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583  
P.IVA 09840461009

Unione Nazionale Consumatori  
La prima organizzazione di  
consumatori in Italia. Diffusa  
in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del  
Consumo e componente del  
CNCU - Consiglio Nazionale  
dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione  
sociale presso il Ministero del  
Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

### 3) Telefonia. Offerte telefoniche indicizzate all'inflazione.

Le compagnie telefoniche hanno introdotto offerte in cui adeguano automaticamente e periodicamente le tariffe telefoniche all'andamento del tasso d'inflazione. In tal modo, non costituendo formalmente il rincaro una modifica delle condizioni contrattuali, aggirano gli obblighi in materia di esercizio del diritto di recesso, togliendo ai consumatori il diritto di recedere dal contratto, ovvero di cambiare operatore, senza incorrere in alcuna penale e costo di disattivazione.

Ma, cosa ancora più grave, si introducono notevoli criticità sotto il profilo della trasparenza dell'offerta. Se le bollette da 28 giorni rendevano più complicato confrontare le diverse offerte presenti sul mercato e operare scelte contrattuali consapevoli, e sono state per questo vietate dal legislatore, ora il confronto diventa addirittura impossibile, atteso che nessuno può sapere ora se è più conveniente un'offerta a prezzo fisso più alto oppure una che ha inizialmente un prezzo più basso ma che è variabile nel tempo secondo un'inflazione futura ignota. Inoltre, dato che ogni compagnia telefonica ha un diverso indice, periodo di riferimento per il calcolo e mese in cui scatta l'adeguamento, è impossibile il confronto anche tra offerte variabili. Il consumatore non può nemmeno sapere se è ugualmente conveniente un prezzo iniziale esattamente pari a un altro, essendo diversi i parametri e le tempistiche con le quali poi saranno adeguati i prezzi. Una violazione del D.Lgs. n. 207 del 2021 che, attuando la direttiva (UE) 2018/1972, ha introdotto l'art. 98-quindecies sulla Trasparenza, confronto delle offerte e pubblicazione delle informazioni che prevede che gli utenti finali debbano avere uno strumento di confronto per quanto riguarda prezzi e tariffe dei servizi forniti e che lo strumento di confronto deve comprendere *"la possibilità di comparare prezzi, tariffe"*, cosa impossibile da fare, in caso di adeguamento all'inflazione.

La clausola dell'adeguamento automatico è anche vessatoria dato che consente alla compagnia telefonica di aumentare il prezzo senza che il consumatore possa recedere senza pagare penali, anche se il prezzo finale è eccessivamente elevato rispetto a quello iniziale, originariamente convenuto.

Si tratta di una violazione dell'art. 1 comma 2 del decreto-legge 31 gennaio 2007, n. 7, che prevede che *"l'offerta commerciale dei prezzi dei differenti operatori della telefonia deve evidenziare tutte le voci che compongono l'offerta, al fine di consentire ai singoli consumatori un adeguato confronto"*. Un confronto, invece, che non solo non sarebbe adeguato, ma addirittura impossibile.

Insomma, sussiste un evidente grave problema di chiarezza, trasparenza e completezza delle informative rese agli utenti per quanto concerne l'indicazione del prezzo. Un vulnus irrimediabile per la concorrenza a cui vi chiediamo di porre rimedio, vietando questa pratica, considerato che Agcom e Antitrust non sono intervenute.

### 4) Telefonia. Recesso dai contratti.

Non vi potrà mai essere libero mercato nel settore della telefonia fino a che, come avviene per i mutui o per l'rc auto, non ci sarà una vera portabilità e il consumatore non sarà libero di cambiare la compagnia telefonica in qualunque momento senza alcuna spesa o costo.

Seguici

consumatori.it  
sicurezzalimentare.it

classaction.it  
codicedelconsumo.it

facebook.com/UNCconsumatori  
twitter.com/consumatori



UNC  
CONSUMATORI.IT

Via Dutilio 13  
00192 Roma  
info@consumatori.it  
Tel. 06 32 60 02 39  
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583  
P.IVA 09840461009

Per questo, anche in caso di recesso anticipato dei consumatori, non deve esserci alcun corrispettivo da pagare alla compagnia telefonica, anche in caso di offerte promozionali legate a sconti tariffari. Uno sconto, infatti, non può giustificare in alcun modo un vincolo alla mobilità del consumatore, dato che lo sconto è regolarmente e normalmente praticato da tutti i commercianti per la semplice ragione che porta vantaggi al venditore stesso, incentivando l'acquisto e procurando nuova clientela.

Le spese relative al recesso o al trasferimento dell'utenza ad altro operatore devono essere azzerate!

Si fa presente che normalmente le compagnie fanno già pagare un contributo di attivazione per ogni nuovo contratto, contributo che quindi può includere anche i presunti costi di disattivazione, compensando le attuali spese di recesso. L'importante è che queste spese non siano pagate quando si lascia la compagnia, perché in tal modo diventa un evidente freno alla concorrenza e alla mobilità del cliente.

Unica eccezione possibile è se viene offerto insieme al servizio un bene, come uno smartphone o un modem.

### 5) Nuove pratiche scorrette.

Va incrementata per legge la casistica prevista per identificare le pratiche commerciali scorrette di competenza dell'Antitrust.

**Pratiche aggressive.** La pratica di telefonare a chi è iscritto al Registro delle Opposizioni va definita come “scorretta ex lege”, in quanto aggressiva, così che possa essere soggetta a condanna anche da parte dell'Antitrust, oltre che dal Garante della Privacy. La telefonata indesiderata è aggressiva in quanto molesta; rappresenta un'indebita forma di condizionamento nei confronti del consumatore che ha esplicitamente chiesto di non ricevere offerte commerciali con quei tempi, magari nelle ore dei pasti, e con quelle modalità. Una forzatura della sua volontà che produce anche un danno economico al consumatore che, nella stragrande maggior parte dei casi, quando cambia fornitore senza poter approfondire tutti i termini contrattuali, finisce per pagare di più.

Chiediamo, quindi, di modificare l'art. 26, comma 1, lettera c, del D.Lgs. n. 206/2005, specificando che se si telefona a chi è iscritto al Registro delle Opposizioni non serve che le telefonate siano ripetute perché siano considerate una pratica aggressiva, ma ne basta anche solo una.

**Pratiche ingannevoli.** All'art. 21 e/o 23 del D.Lgs. n. 206/2005 vanno aggiunti altri commi per includere:

- a) la violazione dell'articolo 15 comma 5 del Codice del Consumo che prevede per i distributori di carburanti l'obbligo di esporre in modo visibile dalla carreggiata stradale i prezzi praticati dei carburanti e che i prezzi esposti siano esclusivamente quelli effettivamente praticati ai consumatori;
- b) l'esposizione di prezzi diversi da quelli che poi vengono effettivamente praticati o di sconti annunciati a scaffale che poi non sono applicati alla cassa;
- c) le offerte promozionali relative a una marca che poi riguardano invece solo alcuni specifici prodotti di quella marca;

Unione Nazionale Consumatori  
La prima organizzazione di consumatori in Italia. Diffusa in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del Consumo e componente del CNCU - Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione sociale presso il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

Seguici

consumatori.it  
sicurezzalimentare.it

classaction.it  
codicedelconsumo.it

facebook.com/UNCconsumatori  
twitter.com/consumatori



UNC  
CONSUMATORI.IT

Via Dutilio 13  
00192 Roma  
info@consumatori.it  
Tel. 06 32 60 02 39  
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583  
P.IVA 09840461009

- d) la data di scadenza di un prodotto poco visibile. L'art. 4 del decreto-legge 31 gennaio 2007, n. 7, convertito dalla legge 2 aprile 2007, n. 40 conteneva una giusta disposizione sull'indicazione del termine minimo di conservazione o della data di scadenza che doveva "figurare in modo facilmente visibile, chiaramente leggibile e indelebile e in un campo visivo di facile individuazione da parte del consumatore". Purtroppo la norma, non essendo previste sanzioni, è rimasta inapplicata, come sa chiunque acquista una confezione da 6 bottiglie di acqua minerale o una confezione di funghi secchi, solo per indicare alcune delle lamentele più frequenti pervenute alla nostra associazione. Per questo va previsto nel Codice del Consumo che la violazione di quella regola costituisce una pratica commerciale scorretta.
- e) la pubblicità sui social che non rispetta le linee guida dell'Antitrust e dello IAP.
- f) il divieto di pubblicità, anche indiretta, di dispositivi che riscaldano il tabacco, equiparando del tutto dal punto di vista legislativo e regolamentare questi prodotti, sia in termini di divieti nei luoghi pubblici sia rispetto alla pubblicità, diretta o indiretta, alle regole attualmente vigenti per le sigarette tradizionali.

#### 6) Bollette - Eliminazione delle spese di spedizione.

Oggi, mistificandola come un servizio a favore dell'utente, si fa pagare (ad esempio le compagnie telefoniche) al consumatore la spedizione della fattura, anche se per l'art. 21 del D.P.R. n. 633/1972 sono a carico di chi le emette ("non possono formare oggetto di addebito a qualsiasi titolo"). Era prevista la loro eliminazione nella cosiddetta terza lenzuolata Bersani, mai approvata. Questo è uno di quei classici casi in cui si può consentire un risparmio alle famiglie senza oneri per lo Stato (in alcuni casi la spesa annua arriva anche a 30 euro all'anno). Si può aggiungere questo articolo al Codice del Consumo:

*"E' fatto divieto assoluto di addebitare spese di qualsiasi natura (o contributi comunque denominati) inerenti alla predisposizione o produzione oppure alla spedizione o riscossione della fattura o della bolletta, anche se abbinata a servizi e/o prestazioni aggiuntive o ad altri tipi di comunicazione e informative di qualsiasi genere, siano esse istituzionali o commerciali".*

#### 7) Mercato dell'energia. Rinvio fine tutela.

Chiediamo di rinviare di un anno la fine del mercato tutelato prevista per il 10 gennaio 2024. Oggi la concorrenza nel settore è ancora troppo bassa e, complice anche la poca trasparenza del prezzo, l'incomprensibilità di quanto si sta effettivamente pagando al kilowattora o al metro cubo, la scarsa chiarezza delle bollette, le imprese non si fanno vera concorrenza sul prezzo. Gli ultimi dati Istat disponibili, quelli definitivi di luglio 2023, rendono evidente il problema: il Gas del mercato libero è rincarato del 28,3% su luglio 2022, a fronte invece di un crollo del prezzo del gas del mercato tutelato, nello stesso periodo di riferimento, del 34,6%. Un divario tra mercato tutelato e libero di ben 62,9 punti percentuali. Un abisso che desta allarme. Anche per la luce la situazione è analoga e molto preoccupante, con il tutelato che scende del 27,6% su base annua e il libero che sale dell'11,3% su luglio dello scorso anno: un differenziale di ben 38,9 punti. Se non verrà rinviata la fine del mercato tutelato prevista per legge per il 10 gennaio 2024,

Unione Nazionale Consumatori  
La prima organizzazione di consumatori in Italia. Diffusa in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del Consumo e componente del CNCU - Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione sociale presso il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

Seguici

consumatori.it  
sicurezzaalimentare.it

classaction.it  
codicedelconsumo.it

facebook.com/UNCconsumatori  
twitter.com/consumatori





UNC  
CONSUMATORI.IT

Via Dutilio 13  
00192 Roma  
info@consumatori.it  
Tel. 06 32 60 02 39  
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583  
P.IVA 09840461009

Unione Nazionale Consumatori  
La prima organizzazione di  
consumatori in Italia. Diffusa  
in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del  
Consumo e componente del  
CNCU - Consiglio Nazionale  
dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione  
sociale presso il Ministero del  
Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

ci sarà il definitivo colpo di grazia per le famiglie già in difficoltà. Non si capisce perché si dovrebbe fare questo regalo alla compagnie energetiche a danno delle famiglie, visti i miliardi di extraprofitti che hanno già fatto e considerato che dei 10,5 miliardi attesi, che dovevano essere incassati dallo Stato, ne sono stati incassati appena 2,8.

Insomma, in una situazione di ancora così grande incertezza a livello internazionale, con la guerra in Ucraina in corso, a fronte di un mercato del gas che ha una forte natura speculativa e dove in un attimo possono sempre scattare rincari ingiustificati, dove basta una dichiarazione di Putin per far decollare i prezzi del gas, non si può togliere il mercato tutelato che in questi mesi ha dato un contributo decisivo sia per contenere i rincari quando i prezzi sono esplosi sia per intercettare subito le riduzioni di prezzo quando queste si sono verificate nei mercati all'ingrosso (vedasi in tal senso la felice scelta di Arera di adeguare i prezzi del gas mensilmente ed ex post invece che ex ante).

La bolletta, complice anche la struttura del prezzo decisa dal legislatore, resta un rompicapo inestricabile. Il consumatore non può passare al libero se prima non sa quanto sta consumando in un anno e quanto sta effettivamente pagando. Non si può fare il mercato libero della luce e del gas sulle spalle e le tasche delle famiglie. Eliminare il mercato tutelato ridurrebbe la concorrenza invece di aumentarla e si rafforzerebbero le posizioni dominanti e anticoncorrenziali esistenti, portando a un aumento del prezzo. L'eliminazione dei prezzi di riferimento di Arera potrebbe facilitare comportamenti collusivi fra le stesse società, libere di alzare i prezzi non essendoci più quel prezzo di riferimento più basso del loro.

La cessazione dell'acquisto sul mercato all'ingrosso dell'elettricità per i clienti che al momento sono nel Servizio di Maggior Tutela da parte di Acquirente Unico (AU) implica l'eliminazione di un importante concorrente nel mercato elettrico, ossia una riduzione della concorrenza. Oggi AU garantisce ai piccoli consumatori, in termini di prezzo, di poter beneficiare della concorrenza sui mercati all'ingrosso; eliminare questa funzione non è quindi un elemento di maggiore liberalizzazione bensì una grave penalizzazione della concorrenza.

Indipendentemente dal rinvio della fine del mercato tutelato, suggeriamo, per contenere gli abusi, di prevedere alcune misure. In particolare:

- a) **Servizi non richiesti.** Direttamente collegato al telemarketing selvaggio, c'è il problema dell'attivazione di contratti di luce e gas non richiesti che nella quasi totalità dei casi sono più onerosi dei precedenti. Una pratica scorretta che si sta diffondendo sempre più e che da qui al 10 gennaio 2024 rischia di esplodere. Per questo, come suggerito dal presidente dell'Autorità garante della Concorrenza e del Mercato (Agcm), Roberto Rustichelli, nel corso dell'audizione del 3 maggio 2022 presso la Commissione parlamentare di inchiesta sulla tutela dei consumatori e degli utenti, occorre che *"il vincolo contrattuale sorga solo a seguito della conferma dell'offerta, da parte del consumatore, per iscritto"*. Come detto all'epoca dal presidente dell'Agcm, *"appare necessario un ripensamento della disciplina vigente con specifico riferimento ai "Requisiti formali dei contratti a distanza", di cui all'art. 51, comma 6 del Codice del Consumo, che consente la conclusione dei contratti mediante la registrazione telefonica del consenso del*

Seguici

consumatori.it  
sicurezzalimentare.it

classaction.it  
codicedelconsumo.it

 facebook.com/UNCconsumatori  
 twitter.com/consumatori





UNC  
CONSUMATORI.IT

Via Duiilio 13  
00192 Roma  
info@consumatori.it  
Tel. 06 32 60 02 39  
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583  
P.IVA 09840461009

Unione Nazionale Consumatori  
La prima organizzazione di  
consumatori in Italia. Diffusa  
in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del  
Consumo e componente del  
CNCU - Consiglio Nazionale  
dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione  
sociale presso il Ministero del  
Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

consumatore, in alternativa alla accettazione dell'offerta commerciale in forma scritta".

In subordine alla previsione che i contratti per la fornitura di gas e/o di elettricità possano essere conclusi esclusivamente in forma scritta, per tutelare al meglio i consumatori e per sradicare la pratica del telemarketing aggressivo, per contenere gli abusi si può prevedere l'obbligo della registrazione dell'intera telefonata. Le registrazioni parziali, infatti, non consentono di capire se il consumatore è stato precedentemente ingannato con false dichiarazioni (come il fatto che è obbligato a cambiare contratto per via della fine del mercato tutelato o far credere che al telefono sia il tuo gestore e non un'altra impresa).

- b) **La disdetta del contratto** deve poter avvenire con la stessa modalità dell'attivazione. Se si può attivare per telefono si deve anche poter effettuare la disdetta allo stesso modo, evitando il ricorso obbligatorio alla comunicazione scritta da parte del consumatore. Anche qui è sufficiente che sia garantita l'identificazione del titolare del contratto, cosa facile da ottenere per luce e gas con la richiesta all'utente di fornire il codice fiscale e, rispettivamente, Pod e Pdr.
- c) **Indennizzi automatici.** Per scoraggiare il telemarketing aggressivo nel campo dell'energia andrebbero previsti indennizzi automatici. Invece, secondo le regole attuali, nel mercato dell'energia il consumatore è comunque tenuto a pagare il nuovo fornitore, in palese violazione dell'art. 66-quinquies del Codice del consumo che prevede che, in caso di fornitura non richiesta, *"il consumatore è esonerato dall'obbligo di fornire qualsiasi prestazione corrispettiva in caso di fornitura non richiesta di beni, acqua, gas, elettricità, teleriscaldamento ..."*. Arera ha elaborato una procedura di ripristino veloce che prevede che il "venditore contestato" sia retribuito dal consumatore seppure con l'applicazione delle condizioni economiche definite dall'Autorità. Ma questo meccanismo penalizza il consumatore a favore di un venditore che non ci rimette nulla, essendo comunque garantita la copertura dei costi sostenuti per l'uso delle infrastrutture e l'approvvigionamento dell'energia. Per questo, avendo già inutilmente chiesto ad Arera di abrogare la Delibera 228/2017/R/com sulla procedura di ripristino, chiediamo che intervenga il legislatore prevedendo, in caso di contratti non richiesti, che il consumatore non solo non debba pagare nulla, ma anzi sia titolare di indennizzi in forma automatica per la violazione della disciplina generale sulle attivazioni non richieste.
- d) **Acquirente Unico**, anche dopo la fine del mercato tutelato, dovrebbe essere assegnato ad AU il compito di acquistare tutta l'energia (elettricità e gas) non solo per i clienti vulnerabili ma anche per la Pubblica Amministrazione, una sorta di Consip energetica.
- e) **Unbundling.** Se si vuole eliminare il mercato tutelato, in una situazione di scarsa concorrenza, in cui la gran parte dei volumi di vendita di energia per i clienti domestici è appannaggio di pochissimi gruppi societari, tutti verticalmente integrati, una concentrazione di clienti in poche società che non è certo compatibile con una situazione concorrenziale, andrebbe impedito che la stessa società, la stessa holding, possa offrire il servizio del mercato di tutela, il libero e abbia la rete di distribuzione. Vanno separate le 3 cose. Serve, a titolo di esempio, una scissione societaria, tra Enel Energia Libero mercato, Enel servizio

Seguici

consumatori.it  
sicurezzalimentare.it

classaction.it  
codicedelconsumo.it

 facebook.com/UNCconsumatori  
 twitter.com/consumatori



UNC  
CONSUMATORI.IT

Via Dutilio 13  
00192 Roma  
info@consumatori.it  
Tel. 06 32 60 02 39  
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583  
P.IVA 09840461009

**Unione Nazionale Consumatori**  
La prima organizzazione di  
consumatori in Italia. Diffusa  
in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del  
Consumo e componente del  
CNCU - Consiglio Nazionale  
dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione  
sociale presso il Ministero del  
Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

Seguici

consumatori.it  
sicurezzalimentare.it

classaction.it  
codicedelconsumo.it

 facebook.com/UNCconsumatori  
 twitter.com/consumatori

elettrico nazionale e E-distribuzione che gestisce la rete e fa parte della holding Enel. Stesso discorso per Acea, A2A, Hera, solo per citarne alcune.

- f) **Portale Offerte.** Nel Portale offerte di Arera, che andrebbe unificato con quello dei consumi, attualmente sono presenti solo le offerte attive in questo momento. Le società cambiano di continuo il nome all'offerta, quindi quella che il cliente ha sottoscritto anni prima non si trova mai. Il consumatore, quindi, non può inserire il nome dell'offerta vecchia che sta pagando per poterla confrontare con quelle nuove, unica via per poter sapere se ci sono offerte più convenienti della sua. Bisogna, quindi, potenziare ulteriormente il Portale offerte.

### 8) Recesso dai contratti di energia.

Abolire la possibilità, prevista nel Decreto Legislativo n. 210 dell'8 novembre 2021 che il fornitore di energia elettrica possa far pagare ai clienti una somma di denaro in caso di recesso anticipato da un contratto di fornitura a tempo determinato o a prezzo fisso (art. 7, comma 5, va abrogato o invertito: "*Il fornitore NON può imporre ai propri clienti, singoli o aggregati, il pagamento di una somma di denaro in caso di recesso anticipato...*").

9) **Algoritmi.** Il decreto legge n. 104 del 10 agosto 2023, ora in fase di conversione in legge, vieta la fissazione dinamica delle tariffe da parte delle compagnie aeree. Ebbene l'uso degli algoritmi che modificano il prezzo di vendita a seconda della profilazione web dell'utente, andrebbe vietata in ogni campo, sempre, senza se e senza ma, non solo per il settore aereo. Ogni azienda deve essere libera di fissare il prezzo che vuole, ma ex ante, non modificandolo e variandolo a seconda dei dispositivi elettronici utilizzati per prenotare o per acquistare, non discriminando l'acquirente in base ai suoi interessi, alle sue navigazioni web. Un conto è che la profilazione dell'utente possa consentire un marketing mirato teso a scoprire potenziali clienti e a offrire loro prodotti e beni che possono interessare loro, cosa lecita, un conto è spiare chi è l'acquirente, stimare il suo reddito, carpire la sua voglia o necessità di acquistare e che per questo lo si discrimini sul prezzo, praticandogli un supplemento. La profilazione non deve poter consentire di offrire contemporaneamente prezzi differenti agli utenti per lo stesso bene. Lo stesso identico volo, con uguale posto a sedere, tratta, giorno e orario, non può essere offerto a prezzi differenti grazie alla possibilità tecnica di sorvegliare e controllare sul web chi è l'acquirente. Una violazione della legge sulla privacy dato che l'utente non ha mai autorizzato l'uso dei suoi dati e dei cookie per avere aumenti di prezzo rispetto ad altri utenti, ma semmai, al massimo, per avere annunci, pubblicità e contenuti personalizzati. In un negozio tradizionale vi è l'obbligo di vendita e si deve procedere alla vendita nel rispetto dell'ordine temporale della richiesta (art. 4 Decreto Legislativo n. 114/1998) e dell'art. 1336 del Codice Civile (Offerta al pubblico). Ci piacerebbe che la stessa cosa venisse rispettata anche sul web.

10) **Indennizzi automatici.** Gli indennizzi già previsti attualmente dalle Authority sono di importo del tutto inadeguato. E' necessario quantomeno quintuplicare gli importi di quelli attualmente previsti per un



UNC  
CONSUMATORI.IT

Via Duitlio 13  
00192 Roma  
info@consumatori.it  
Tel. 06 32 60 02 39  
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583  
P.IVA 09840461009

Unione Nazionale Consumatori  
La prima organizzazione di  
consumatori in Italia. Diffusa  
in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del  
Consumo e componente del  
CNCU - Consiglio Nazionale  
dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione  
sociale presso il Ministero del  
Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

comportamento scorretto o per il mancato rispetto degli standard di qualità del servizio (ad esempio per telco e luce/gas). Va, quindi, rafforzato l'articolo 2, comma 12, lettera g), della legge n. 481/95, specificando che gli indennizzi devono essere "punitivi" e, comunque, sempre almeno pari al doppio rispetto al danno patito da un consumatore medio, in modo che le diverse Authority siano obbligate ad innalzare nelle loro delibere di riferimento gli indennizzi che hanno già previsto. Bisogna poi prevedere ulteriori casistiche per l'erogazione di indennizzi automatici, non solo in caso di mancato rispetto delle clausole contrattuali o dell'erogazione di servizi con livelli qualitativi inferiori a quelli stabiliti nel regolamento di servizi o dalle Authority, ma anche in casi ulteriori che non è detto siano stati previsti dalle varie Authority di riferimento: mancata risposta ad un reclamo entro 30 giorni solari, mancate rettifiche della fatturazione, pratiche scorrette (l'Antitrust condanna chi attua pratiche scorrette, ma non sono poi previsti indennizzi per i consumatori vittime di quella pratica sanzionata). Per la telefonia, gli indennizzi in caso di disservizi sono attualmente definiti dalle Carte dei servizi di ogni singola compagnia telefonica. Manca un'uniformità che garantisca condizioni minime di tutela per tutti i consumatori. Chiediamo, quindi, che il ddl in esame affidi all'Autorità Agcom di definire gli indennizzi minimi. Quanto agli importi degli indennizzi, persino quelli attualmente previsti da Agcom in caso di "Definizione" (ossia in caso di seconda istanza dinanzi all'Authority), sono attualmente previsti in misura irrisoria e andrebbero minimo triplicati (ad esempio, in caso di interruzione della linea telefonica). Anche in caso di attivazione di un servizio telefonico non richiesto il consumatore deve essere indennizzato in modo automatico.

**11) Rafforzamento delle Authority e del loro potere sanzionatorio.** Vanno rafforzati tutti i poteri sanzionatori delle Authority, dal Garante della Privacy all'Antitrust, dall'Autorità delle Comunicazioni all'Autorità dei trasporti, dall'Ivass alla Commissione di garanzia dello sciopero o all'Enac, sia rispetto agli importi delle multe che rispetto al loro campo d'azione.

### **12) Registro delle opposizioni.**

Milioni di cittadini, nonostante siano iscritti da anni al nuovo Registro, continuano a ricevere sul telefono fisso e sul cellulare decine di chiamate ogni anno. Non solo, quindi, come sopra proposto, la telefonata molesta va considerata una pratica aggressiva, ma, per scoraggiare questi comportamenti scorretti, vanno previsti indennizzi automatici per i consumatori che ricevono telefonate nonostante siano iscritti al Registro e che segnalano la violazione al Garante della Privacy, che deve quindi, avere maggiori poteri d'intervento.

Si deve poi rimediare a un errore della Legge n. 5/2018 che ha previsto i prefissi unici (0844 per il teleselling), ma nel prevedere una deroga (per cui basta che sia palese l'identità della linea per eludere la disposizione), ha dato "via libera" a tutti i call center.

**13) Saldi.** Per le vendite di fine stagione va resa obbligatoria l'indicazione del prezzo vecchio, del prezzo nuovo e della percentuale di sconto, modificando l'art. 15 del Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114.

Seguici

consumatori.it  
sicurezzalimentare.it

classaction.it  
codicedelconsumo.it

 facebook.com/UNCconsumatori  
 twitter.com/consumatori





UNC  
CONSUMATORI.IT

Via Duitlio 13  
00192 Roma  
info@consumatori.it  
Tel. 06 32 60 02 39  
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583  
P.IVA 09840461009

Unione Nazionale Consumatori  
La prima organizzazione di  
consumatori in Italia. Diffusa  
in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del  
Consumo e componente del  
CNCU - Consiglio Nazionale  
dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione  
sociale presso il Ministero del  
Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

#### 14) Telefonia – Durata dei piani tariffari.

Il contratto stipulato con operatori di telefonia e di reti televisive e di comunicazione elettronica, anche ove comprenda offerte promozionali aventi ad oggetto la fornitura di beni, non dovrebbe avere durata superiore a 12 mesi (e non 24 come attualmente previsto). Nessun vincolo temporale, invece, dovrebbe essere previsto in caso di offerte promozionali aventi ad oggetto la fornitura di servizi, anche perché tutte le offerte sono sempre definite e pubblicizzate come promozionali dalle compagnie telefoniche.

Inoltre, andrebbe previsto per legge che quando un operatore lancia una nuova offerta, questa debba restare valida per almeno sei mesi, mentre attualmente accade che, dopo qualche giorno, il consumatore riceva la notifica di una modifica unilaterale del contratto che cessa di essere vantaggioso rispetto alla concorrenza, con conseguente aumento dei costi.

#### 15) Telefonia – Portabilità del modem.

Attualmente non è praticamente possibile attivare un nuovo contratto telefonico senza utilizzare il modem della nuova compagnia telefonica, con evidente aggravio di costi.

Il diritto degli utenti a utilizzare apparecchiature terminali di loro scelta enunciato dal regolamento (UE) 2015/2120 e dalla delibera Agcom 348/18/CONS è rimasto sulla carta. Stabilire che gli operatori non possono rifiutarsi di collegare apparecchiature terminali alla rete se l'apparecchiatura terminale scelta dall'utente soddisfa i requisiti di base o che non possono imporre all'utente finale oneri aggiuntivi o ritardi ingiustificati, si è dimostrato insufficiente. Oggi chi ha già un modem ha difficoltà ad attivare un contratto semplicemente perché la quasi totalità delle proposte includono il modem nell'offerta, rateizzato anche fino a 48 rate!

Attualmente, purtroppo, si consente alla compagnia di scegliere se formulare per ciascuna offerta una corrispondente che non include l'abbinamento con un'apparecchiatura terminale oppure rendere opzionale la fornitura dell'apparecchiatura terminale. Tutte hanno optato per questa seconda possibilità e questo ha consentito loro di non rendere evidente che il modem della compagnia non è sempre indispensabile e ha permesso di mascherare, mischiandolo insieme alle altre innumerevole componenti dell'offerta e delle condizioni economiche, il prezzo del modem, spesso pubblicizzato con l'espressione "*già incluso nel costo mensile dell'offerta*", prezzo occultato anche grazie al fatto che non è mai presentato nella sua totalità ma solo sotto forma di rata mensile.

E', invece, indispensabile che si stabilisca che ogni offerta deve essere sempre pubblicizzata in modo duplice: con o senza modem. Altrimenti non vi potrà mai essere vera libertà d'uso delle apparecchiature terminali.

L'alternativa di poter rendere opzionale la fornitura dell'apparecchiatura terminale, al posto di pubblicizzare le offerte sia con che senza modem, va eliminata.

Anche perchè va aggiunta la difficoltà, per chi ha già un suo modem, di poter confrontare le offerte di più compagnie telefoniche, visto che tutte pubblicizzano le offerte con il modem incluso e diventa un'impresa scorporare il prezzo dell'apparecchiatura dal resto dell'offerta. Un limite alla confrontabilità è un limite alla concorrenza.

Si evidenzia che il modem viene quasi sempre offerto con un vincolo temporale di 48 mesi, ben oltre il vincolo di durata delle offerte promozionali

Seguici

consumatori.it  
sicurezzalimentare.it

classaction.it  
codicedelconsumo.it

facebook.com/UNCconsumatori  
twitter.com/consumatori





**UNC**  
CONSUMATORI.IT

Via Duiilio 13  
00192 Roma  
info@consumatori.it  
Tel. 06 32 60 02 39  
Fax 06 32 34 616

C.F. 02932380583  
P.IVA 09840461009

che per legge non possono essere superiori a 24 mesi. Un modo per aggirare la normativa vigente e vincolare il consumatore a un contratto più lungo. Questa pratica andrebbe vietata e considerata come una pratica commerciale scorretta.

\* \* \*

Nella speranza di aver sufficientemente rappresentato le nostre istanze, a disposizione per ogni chiarimento, dando fin d'ora la nostra disponibilità a fornire in audizione ulteriori chiarimenti, ringraziamo per l'attenzione e porgiamo distinti saluti.

Il presidente  
Avv. Massimiliano Dona

**Unione Nazionale Consumatori**  
La prima organizzazione di consumatori in Italia. Diffusa in oltre 130 sedi territoriali.

Riconosciuta dal Codice del Consumo e componente del CNCU - Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti.

Organizzazione di promozione sociale presso il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

Consumers' International member.

Seguici

consumatori.it  
sicurezzaalimentare.it

classaction.it  
codicedelconsumo.it

 facebook.com/UNConsumatori  
 twitter.com/consumatori