

*Ministero dello sviluppo economico  
Altroconsumo/Acu/ Codici/La Casa del Consumatore*

## **CHECK- UP DIRITTI**

### **DESCRIZIONE DEGLI OBIETTIVI GENERALI DEL PROGETTO**

Da un importante studio qualitativo - pubblicato da Consumatori Diritti e Mercato 3/2009 e condotto a livello nazionale da ISPO per indagare il contesto culturale in cui ci si trova ad operare per esercitare la tutela dei consumatori - è emerso che le associazioni di consumatori sono percepite come litigiose, tuttologhe, personalistiche ed autoreferenziali. Da qui parrebbe derivare un'incapacità di incidere veramente sulla realtà, anche a causa di un contesto sociale e politico immaturo e quasi antropologicamente votato all'individualismo e alla rassegnazione.

**Il primo obiettivo del progetto è quindi la condivisione di know-how e esperienze e la divisione delle competenze:** vogliamo sviluppare un sistema di assistenza ed informazione ai consumatori sfruttando i punti di forza di ciascuna associazione partner, mettendo in comune, dove possibile, le risorse. In questo modo si intende **costruire un modello integrato di tutela dei consumatori** che consenta ai consumatori di ricevere informazioni e consulenza che sfruttano il know how di tutte le associazioni coinvolte nel progetto. Tutto ciò grazie ad **un accesso multicanale ai servizi**, utilizzando diversi strumenti e modalità di comunicazione, modulati a seconda del pubblico di riferimento, del contesto e delle risorse proprie di ciascuna associazione. Il progetto si avvarrà di un piano di comunicazione unico, che cercherà di valorizzare verso l'esterno le specificità e le competenze di ogni associazione. Sarà curata la presenza sui media, l'immagine coordinata del materiale informativo cartaceo e audiovisivo con lo stesso logo e le stesse caratteristiche grafiche, l'elaborazione e la divulgazione del calendario degli eventi e dei servizi offerti, l'ideazione e l'aggiornamento del sito Internet dedicato al progetto e infine di un extranet per lo scambio di informazioni tra i partner e la raccolta e il monitoraggio delle segnalazioni e dei contatti che perverranno alle singole associazioni e/o ai numeri verdi di assistenza e consulenza nell'ambito delle tematiche individuate dal progetto. **Secondo obiettivo del progetto è promuovere l'applicazione (enforcement) dei diritti dei consumatori** relativamente ai 5 temi identificati nel Decreto del 7 luglio 2010 (pratiche commerciali scorrette, telemarketing, servizi turistici, credito al consumo e vendita a distanza dei servizi finanziari, garanzie post- vendita) attraverso un check up (da qui il nome del progetto) sul livello di conoscenza dei diritti ed un monitoraggio dei problemi segnalati, che consentano di calibrare gli strumenti di informazione, consulenza, intervento, a seconda de necessità, del tema e del target. Le problematiche della tutela giuridica del consumatore, infatti, nonostante l'innegabile miglioramento degli strumenti normativi degli ultimi anni, rimangono a un livello di elevata criticità. Ciò in quanto, in primo luogo, l'informazione sui propri diritti, che costituisce un presupposto necessario per farli valere può rappresentare una barriera che può di per sé rivelarsi insormontabile per un soggetto (il consumatore) che per definizione agisce in un ambito in cui è un "non professionista" e, in secondo luogo, quand'anche il consumatore sia informato su un proprio diritto, comunque permangono ampi spazi in cui la tutela prevista delle norme non si concretizza. Ciò può dipendere da un esercizio inappropriato da parte del consumatore degli strumenti di tutela,

oppure da comportamenti di chiusura da parte dei soggetti che al consumatore si contrappongono nel fornirgli beni o servizi, che si fanno forti di una posizione di vantaggio di fatto per resistere a richieste di per sé fondate e legittime.

E' in questo quadro che si inserisce il progetto di Altroconsumo, ACU, Codici e La Casa del Consumatore volto all'**analisi** delle conoscenze dei consumatori dei propri diritti da una parte e all'**informazione**, relativa alle 5 tematiche del progetto, intesa come prevenzione. L'informazione è, infatti, la prima arma di difesa del consumatore, che, se ben informato diventa protagonista attivo e consapevole di una realtà sempre più complessa, muovendosi con intelligenza nella vita pubblica, scegliendo il meglio tra le innumerevoli proposte del mercato e facendo valere i propri diritti. Dall'altra parte si offrirà **assistenza**, fornendo vari strumenti anche di supporto individuale in caso di criticità o contenzioso.

A questo scopo, si prevede l'**organizzazione di eventi formativi (anche non convenzionali)**, la produzione e la distribuzione di materiale informativo agli sportelli locali, la consulenza erogata con numero verde e il sito Internet, che possano raggiungere il maggior numero di cittadini e varie tipologie di consumatori.

Infine, ci si pone l'obiettivo di **monitorare** le segnalazioni e le denunce che provengono dai contatti con i consumatori, elaborare questi dati che costituiranno una banca dati utile come spunto di approfondimento e analisi, nell'ottica di segnalare e informare le autorità competenti, sensibilizzare le istituzioni e sostenere proposte di adeguamento della normativa ove essa presenti lacune o difficoltà di attuazione.

## **DESCRIZIONE DEI SERVIZI CHE SI INTENDONO REALIZZARE IN MATERIA DI PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE, TELEMARKETING, SERVIZI FINANZIARI, TURISMO E GARANZIE**

1. Riteniamo che possa essere utile avviare il progetto **CHECK-UP DIRITTI** con un'**indagine/sondaggio**, affidandone lo svolgimento ad una società specializzata perché interroghi un campione di circa 1000 persone. Gli argomenti oggetto del sondaggio saranno quelli previsti dai temi del Decreto del 07/07/2010 e dovrebbero aiutarci a verificare la situazione di partenza sul livello di conoscenza e consapevolezza dei propri diritti da parte dei consumatori.
2. **Produzione di materiale informativo cartaceo e multimediale** sulle tematiche in oggetto del progetto che possa fornire sia spiegazioni sui diritti fondamentali dei consumatori che consentire approfondimenti :
  - a) Realizzazione a cura di Altroconsumo e in condivisione con le altre tre associazioni di locandine, totem, programmi e inviti a convegni, da utilizzare in occasione di incontri pubblici.
  - b) Realizzazione a cura di Altroconsumo e in condivisione con le altre tre associazioni di 1 manifesto unico del progetto.
  - c) Realizzazione a cura di ACU di 1 brochure esplicativa ed allestimento del *Tour dei Diritti II edizione*.
  - d) Realizzazione di una zcard cartacea bilingue (italiano inglese) a cura di Altroconsumo e in condivisione con le altre associazioni relativa alle 5 tematiche e con i riferimenti al progetto.

- e) Realizzazione di articoli per la divulgazione dei risultati e di pillole sui contenuti del progetto da pubblicare sulle riviste delle associazioni e sito Internet.
  - f) Realizzazione di 5 video a cura di Altroconsumo e in condivisione con le altre associazioni, 1 per ogni tematica del progetto.
  - g) Realizzazione di materiale informativo audio per diffusione via network radiofonici nazionali.
  - h) Realizzazione di interviste video, ai cittadini ed esperti.
3. **Distribuzione del materiale informativo sul territorio nazionale** attraverso una molteplicità di canali e strumenti per favorire la diffusione delle informazioni e la promozione delle iniziative nell'ambito del progetto:
- a) Invio di newsletter con le informazioni e i contenuti sviluppati dal progetto.
  - b) Distribuzione del materiale presso gli sportelli delle associazioni, i locali aperti al pubblico tramite i referenti territoriali di tutte le associazioni.
  - c) Nell'ambito del *Tour dei Diritti II edizione* a cura di ACU e in occasione di incontri, manifestazioni e convegni previsti per tutta la durata del progetto.
  - d) Invio, a cura di ACU, via telematica a tutti i comuni con almeno 10.000 abitanti.
  - e) Realizzazione, a cura di Codici, di un canale web tv.
  - f) Utilizzo da parte di tutte le associazioni di social network (facebook, twitter, friendfield etc. ).
  - g) Creazione e sviluppo di un'applicazione per dispositivi mobile a cura di Casa del Consumatore e Altroconsumo (iPad, iPhone, Blackberry, ecc.) per ampliare le possibilità di accesso all'informazione da parte dei consumatori itineranti.
  - h) Attivazione della funzionalità podcast per scaricare documenti audio e video a cura di Codici e in condivisione con le altre associazioni e scaricabile dal sito del progetto e dal sito delle associazioni consumatori.
  - i) Diffusione di materiale informativo audio attraverso comunicazioni ed interviste radiofoniche e partecipazioni di tutte le associazioni a trasmissioni in network radiofonici nazionali.
4. **Organizzazione seminari e conferenze con finalità di formazione, informazione.**  
Il progetto prevede non soltanto la realizzazione di convegni e seminari in cui sarà possibile illustrare i risultati e contenuti del progetto e aprire un dibattito con i cittadini e le istituzioni, ma anche eventi e manifestazioni sul territorio che potranno utilizzare diverse forme di comunicazione, anche non convenzionale, per informare i cittadini sui diritti fondamentali relativi alle cinque tematiche sviluppate nell'ambito del progetto.
- a) Realizzazione a cura di ACU della seconda edizione del "*Tour dei Diritti*"
  - b) Manifestazioni e convegni saranno inoltre organizzati dalle altre associazioni.
  - c) Attività di formazione a cura di tutte le associazioni.
5. **Predisposizione di call center** con numeri verdi di assistenza dedicati a ciascun tema del progetto con back-office a cura di Altroconsumo per le richieste di consulenza che perverranno via telefono, agli sportelli o per iscritto e che non saranno evase in tempo reale. ACU risponderà al telefono su garanzie post vendita, Casa del Consumatore su servizi turistici, Codici su credito e servizi finanziari, Altroconsumo su pratiche

commerciali scorrette e telemarketing.

6. **Creazione di un sito Internet** comune a cura di Altroconsumo e in condivisione con le altre associazioni in cui saranno pubblicati i contenuti sviluppati nel corso del progetto congiuntamente o da ogni associazione, materiale informativo, video, articoli. Il sito conterrà e rinverrà con i link ai siti, ai blog e social network di ognuna delle associazioni partner.
7. **Attività di consulenza e assistenza ai singoli consumatori e agli utenti, anche attraverso l'utilizzo di procedure on-line.** Oltre all'attività di informazione svolta dal call center e attraverso gli sportelli e le sedi locali delle associazioni per fornire assistenza su tutte le tematiche progettuali, verranno creati momenti di consulenza diretta in determinati giorni e ore della settimana su argomenti progettuali attraverso una **chat on air**. L'idea è che tutti i vari consulenti delle associazioni potrebbero collegarsi a turno e dare informazioni sulla loro materia di riferimento.
8. **Attività di monitoraggio** delle segnalazioni ricevute e condivisione dei case study sulla parte extranet del sito del progetto.

#### **Informazione, assistenza e consulenza offerte ai consumatori e utenti in materia di pratiche commerciali scorrette (artt. 18 - 27 quater del Codice del consumo)**

1. **Rapporto sulla ricerca effettuata** su un campione rappresentativo della popolazione italiana realizzato da una società specializzata, per accertare la conoscenza delle pratiche commerciali ingannevoli ed aggressive, realizzato in condivisione tra le associazioni partecipanti
2. **Realizzazione a cura di ACU di una ricerca** tra le imprese, i professionisti e le loro organizzazioni rappresentative, per accertare la conoscenza, l'adozione e la diffusione dei "codici di condotta" (art. 27 bis del Codice del Consumo). Un questionario inviato a un campione di imprese, professionisti e loro organizzazioni rappresentative, quindi sarà raccolto ed elaborato. I dati saranno diffusi in un incontro pubblico.
3. Consulenza via numero verde gestito dal **contact center** di Altroconsumo in materia di pratiche commerciali scorrette.
4. **Osservatorio sulle pratiche commerciali scorrette on line a cura di Altroconsumo** per la raccolta e l'analisi delle segnalazioni al fine di produrre uno studio approfondito e favorire l'attività di denuncia all'Antitrust.
5. **Pubblicazione a cura di Altroconsumo sulla rivista Consumatori Diritti e Mercato di un articolo** relativo allo studio delle segnalazioni sulle pratiche commerciali scorrette.
6. **Organizzazione a cura di Altroconsumo di un seminario di formazione interno in materia di pratiche commerciali scorrette** al fine di poter organizzare incontri pubblici sul territorio.
7. **Organizzazione di convegni aperti al pubblico a cura di Altroconsumo**, per favorire la divulgazione dei risultati delle segnalazioni ricevute sui temi del progetto.

**Informazione, assistenza e consulenza per il rafforzamento della tutela del consumatore in materia di “telemarketing”, con particolare riferimento al registro pubblico delle opposizioni di cui all’articolo 130, comma 3-bis, del decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196 e successive modifiche ed integrazioni ed all’articolo 58 del Codice del consumo**

1. **Rapporto sulla ricerca** effettuata su un campione rappresentativo della popolazione italiana realizzato da una società specializzata, per accertare la conoscenza del Registro Pubblico delle Opposizioni, realizzata in condivisione tra le associazioni.
2. **Studio e analisi della regolamentazione e organizzazione di un corso di formazione e aggiornamento a cura di Altroconsumo**, destinato agli avvocati che risponderanno al numero verde di consulenza giuridica e rivolto inoltre alle altre associazioni partner interessate.
3. **Comunicazione e/o intermediazione ai cittadini a cura di Altroconsumo** attraverso il numero verde dedicato per accompagnare l’implementazione del registro delle opposizioni e la nuova regolamentazione del telemarketing.
4. **Pubblicazione di un articolo sulla rivista *Soldi & Diritti* a cura di Altroconsumo**
5. **Pubblicazione articolo di approfondimento su *Consumatori Diritti e Mercato* a cura di Altroconsumo**

**Informazione assistenza e consulenza offerte ai consumatori e utenti in materia di credito al consumo (artt. 40 - 43 del Codice del consumo) nonché di commercializzazione a distanza di servizi finanziari (artt. 67 bis – 67 vicies-bis del Codice del consumo)**

1. **Rapporto sulla ricerca effettuata** su un campione rappresentativo della popolazione italiana realizzato da una società specializzata, per accertare la conoscenza dei propri diritti in materia di servizi finanziari e in particolare di credito al consumo, realizzata in condivisione tra le associazioni..
2. **Pubblicazione di un articolo sulla rivista *Soldi & Diritti* a cura di Altroconsumo**
3. **Attività di consulenza**, informazione ed assistenza prestata da Codici, anche telefonica attraverso numero verde dedicato.
4. **Interviste ad esperti in materia di vendita di servizi finanziari a distanza e credito al consumo a cura di Codici su web TV.**
5. **Attività di formazione** attraverso seminari specifici aperti al pubblico a cura di Codici
6. **Manifestazioni e o eventi di piazza o teatrali a cura di Codici**

**Informazione, assistenza e consulenza offerte ai consumatori e utenti in materia di servizi turistici (artt. 82 - 100 del Codice del Consumo)**

1. **Realizzazione a cura de La Casa del Consumatore di dodici sportelli del turista sul territorio nazionale** ove opereranno altrettanti consulenti previamente formati con uno specifico corso della durata di tre giorni interamente dedicati allo studio e insegnamento dei diritti del turista/viaggiatore e sua tutela ed informazione. Detti consulenti, oltre a rendere la loro consulenza presso gli sportelli sul territorio,

collaboreranno al sistema di consulenza, assistenza e informazione a distanza appositamente creata per le finalità del progetto.

2. Sarà creato un **numero verde intelligente**, particolarmente innovativo e tecnologicamente avanzato capace di interagire con social network e CRM. Tutti i servizi della Casa in materia di servizi turistici saranno altresì accessibili dal sito dedicato dalle associazioni al progetto, per una completa integrazione con le tematiche complessivamente affrontate dal progetto. La comunicazione del progetto e la realizzazione dei materiali cartacei sarà anch'essa condivisa con le altre associazioni partecipanti.
3. **Ci sarà un rapporto sulla ricerca effettuata** su un campione rappresentativo della popolazione italiana realizzato da una società specializzata, per accertare la conoscenza dei diritti previsti con i "pacchetti turistici" e in generale le offerte e promozioni turistiche.
4. **Realizzazione a cura di ACU di un'indagine sugli agriturismi e sul turismo "salutista"** (su almeno 500 aziende): la correttezza delle promozioni, della comunicazione pubblicitaria, della contrattualistica, ecc. Raccolta dei dati, elaborazione, commento, conferenza stampa
5. **Pubblicazione di un articolo sulla rivista *Soldi & Diritti* a cura di Altroconsumo.**

#### **Informazione, assistenza e consulenza offerte ai consumatori e utenti in materia di garanzie post- vendita (artt. 128 - 135 del Codice del Consumo)**

1. **Rapporto sulla ricerca effettuata** su un campione rappresentativo della popolazione italiana realizzato da una società specializzata, per accertare le conoscenze di base dei cittadini in materia di garanzie post-vendita, realizzata in condivisione tra le associazioni.
2. **Pubblicazione di un articolo sulla rivista *Soldi & Diritti* a cura di Altroconsumo**
3. **Organizzazione di incontri formativi/convegni a cura di Altroconsumo.** In particolare, il Comune di Bari ha manifestato l'interesse per l'organizzazione di un convegno e il gruppo e centri di ricerca dell'Università di Bergamo, Brescia, Bocconi, Firenze, Politecnico di Milano intende sviluppare una o più giornate di corso su temi legati al consumerismo quali la tutela del consumatore e le garanzie.
4. **Consulenza attraverso il camper durante *Tour dei diritti***
5. **Consulenza attraverso il numero verde dedicato da ACU.**