

L'INCHIESTA: TRASPARENZA MA NON TROPPO

# Tutti i segreti di chi difende i consumatori

di Angelo Allegri

A forza di denunce e di proteste Elio Lannutti è arrivato in Senato, due volte e in due partiti diversi, Idv e M5s. Con Carlo Rienzi (Codacons) rappresentano il côté più mediatico del consumerismo italiano. Il loro vangelo è il Codice del Consumo, il mantra è la «trasparenza». Che spesso le associazioni sono le prime a dimenticare.

alle pagine 23 e 24-25

L'INCHIESTA

## Fatti e misfatti di chi difende (?) i consumatori

*Le associazioni pretendono la trasparenza ma solo dagli altri: ricevono finanziamenti pubblici ma i loro bilanci sono spesso top secret*

di Angelo Allegri

A forza di denunce e di proteste Elio Lannutti è arrivato in Senato. Non una, ma due volte e in due partiti diversi: prima nell'Italia dei valori di Antonio Di Pietro, oggi nel Movimento Cinque Stelle. E da grillino osservante il fondatore e presidente onorario dell'Adusbef passa il suo tempo lanciando anatemi attraverso i social: «Ventriloqui del potere dei manutengoli con la bava alla bocca», ha scritto di recente in un ragionato commento via Twitter, dedicato ai giornali che avevano parlato dei lavoratori in «nero» nell'impresa del vice-premier Di Maio.

Insieme a Carlo Rienzi, presidente del Codacons, più volte candidato alle elezioni (mai eletto) e arrivato a mettersi pubblicamente in mutande per protestare contro il carovita, Lannutti rappre-

senta il côté più mediatico del consumerismo italiano: sempre pronto a una dichiarazione d'occasione in tv, a una manifestazione clamorosa, a un esposto piazzato con cura (indimenticabili quelli contro l'intera finanza mondiale presentati alla Procura di Trani).

È lui a rappresentare la rumorosa avanguardia di decine, c'è chi si spinge a dire centinaia, di associazioni che utilizzando la parola «consumatore» cercano spazio e attenzione presso l'opinione pubblica. Il loro vangelo, citato a ogni piè sospinto, è il Codice del Consumo, la summa normativa, approvata nel 2005, che regola i rapporti tra aziende, clienti ed utenti. Il faro sono, o dovrebbero essere, i diritti stabiliti dall'articolo due dello stesso Codice: prima di tutto (...)

segue a pagina 24-25

# I segreti di chi proclama di difendere i consumatori

segue da pagina 23

(...) la «trasparenza». Una trasparenza, che spesso sono le associazioni per prime a dimenticare.

## GRANDI E PICCOLI

L'organismo rappresentativo delle associazioni consumeriste italiane si chiama Consiglio nazionale dei Consumatori ed Utenti, in sigla Cncu. È una specie di parlamentino del settore, costituito presso il Ministero per lo Sviluppo economico. Per entrare a farne parte un'associazione deve avere tre anni di attività alle spalle, essere presente in almeno cinque regioni e schierare un numero di soci pari almeno allo zero virgola qualcosa della popolazione italiana. In pratica, in base ai calcoli del Ministero per il 2017 la soglia è fissata a 29.970 iscritti.

Le associazioni che fanno parte del Cncu sono attualmente 20 e c'è un po' di tutto: si va dal colosso Altroconsumo (377mila soci) a una pletera di piccoli organismi, molti appena al di sopra del numero magico dei 29.970 associati. Chi fa parte del Consiglio (ogni ente rappresentativo esprime un componente effettivo e un supplente) entra in una sorta di serie A del settore: può esprimere pareri sulle leggi e i regolamenti in fase di elaborazione, avanzare proposte che riguardano il consumo. In più ha la possibilità di concorrere per i finanziamenti statali legati a singoli progetti (le somme sono più ridotte di un tempo, quest'anno il bando in scadenza ha un ammontare di 4,5 milioni di euro). I partecipanti possono anche entrare a far parte delle Commissioni di conciliazione paritetica con le aziende previste dalle norme. Assistono cioè i consumatori che cercano un accordo extragiudiziale con le aziende con cui hanno una controversia. E per questo tipo di prestazione ricevono un corrispettivo che va dai 30 ai 60 euro

a prauca.

È questo tipo di rapporti che non piace a un'associazione come l'Aduc, sede nazionale a Firenze, che ha una particolarità, è l'unica tra le grandi (i soci dichiarati sono più di 133mila) che per scelta ha deciso di non aderire al Cncu: «Ci troveremo a lavorare con il ministero dello Sviluppo Economico e con aziende che spesso sono controparte nelle nostre iniziative. La cosa non ci piace», spiega il presidente Vincenzo Donvito. «Poi siamo contrari a ogni tipo di finanziamento pubblico, perfino al cinque per mille. Siamo per un autofinanziamento totale. Ufficialmente le somme assegnate dal Ministero sono legate a bandi che parlano di progetti specifici, di solito campagne informative. Ma poi noi di questi progetti non vediamo traccia. In realtà si tratta di sostegni economici a strutture associative per il solo fatto che esistono. E il peggio avviene a livello locale».

## I SOLDI DELLE REGIONI

A dare soldi ai rappresentanti dei consumatori sono infatti anche Regioni e Comuni. Anzi, dopo la riforma del Titolo Quinto della Costituzione le Regioni sono diventate protagoniste in materia, e ognuna ha stabilito i requisiti che le associazioni devono avere per essere riconosciute a livello locale. Con il riconoscimento arrivano anche i fondi, e in quasi tutti i casi per avere l'uno e gli altri l'associazione deve avere un numero minimo di sedi fisiche sul territorio regionale. «È il criterio che premia gli enti vicini ai sindacati», spiega un addetto ai lavori. «Prenda la Cgil, ha uffici dappertutto. E in ogni sede troverà una stanzetta della Federconsumatori». Anche per questo l'associazione è la terza riconosciuta per numero di iscritti con oltre 76mila soci, mentre, nonostante la capillare presenza sul territorio dei sindacati di riferimento, restano più indietro Adoc, legata alla Uil (quasi 38mi-

la), e Adiconsum, legata alla Cisl (34mila).

Quanto alle associazioni, per così dire, private, le sedi locali sono l'ultimo dei problemi. Adusbef dichiara per esempio 175 uffici decentrati, il Codacons tra i 140 e i 150. «Io ho la fila di avvocati che si offrono di ospitare un nostro ufficio», dice Donvito di Aduc. La convenienza è duplice ed evidente: l'associazione non sostiene costi aggiuntivi e allarga il suo network nazionale, il professionista ospitale può affacciarsi su un business con prospettive economiche interessanti.

«Con questo sistema però a non essere premiata è la qualità del lavoro svolto a favore di consumatori», dice Luisa Crisigiovanni, segretario generale di Altroconsumo. «Noi, per esempio, non siamo ufficialmente riconosciuti in alcune Regioni in cui pure abbiamo molti soci, perché riteniamo più utile operare in prima battuta con un call center nazionale».

Sia per quanto riguarda le sedi sia quando si parla di finanziamenti pubblici (oltre a quelli statali e regionali ci sono i bandi europei) l'osservatore esterno fa comunque fatica ad orientarsi, perché i bilanci delle associazioni restano di solito un segreto ben custodito. Sono poche le associazioni di consumatori che mettono a disposizione documenti contabili rivolti all'esterno con l'indicazione dell'attività svolta e dei fondi pubblici ricevuti (di solito c'è anche il finanziamento dei contribuenti sotto forma di 5 per mille sulle tasse). E le richieste di chi vuole approfondire i numeri si trasformano quasi sempre in faticosi bracci di ferro con la nomenclatura delle associazioni interessate. Quanto al Ministero dello Sviluppo economico, che sovrintende all'attività del già citato Consiglio nazionale, la legge gli attribuisce la verifica del numero dei soci, ma non altri poteri di controllo.

La situazione è dunque quasi paradossale: le imprese commerciali pri-

vate, spesso oggetto delle rampogne dei paladini dei consumatori, sono obbligate per legge a dare conto pubblicamente della loro attività, con bilanci di immediata lettura, depositati nelle Camere di Commercio e disponibili via Internet. Al contrario per le associazioni di consumatori, portatrici di interessi collettivi e, come abbiamo visto, spesso destinatarie di fondi pubblici, non è previsto un meccanismo di diffusione dei conti: le case di vetro finiscono per avere strutture più opache delle loro controparti.

#### **RIFORMA AL PALO**

Per dirla tutta il deficit di trasparenza non riguarda solo chi si occupa di consumo ma l'intero mondo delle associazioni, e in generale del non profit. Un economista come Stefano Zamagni, docente universitario ed ex Presidente dell'Agenzia per il terzo settore si batte da anni per norme che offrano un maggiore controllo: «La svolta c'è stata: il 2 agosto del 2017 il Parlamento ha approvato il Codice del Terzo settore con l'istituzione del Registro unico nazionale a cui enti e associazioni non profit dovranno iscriversi». Il Registro sarà una sorta di anagrafe accessibile a tutti dove dovranno essere resi pubblici i dati che riguardano organismi di volontariato ed enti di promozione sociale, compresi i rendiconti economici. «C'è un solo problema», conclude Zamagni. «A più di un anno dall'approvazione delle norme non si sa bene che fine abbia fatto il regolamento applicativo dedicato al Registro, che non è ancora partito».

Nell'attesa dei tempi biblici della burocrazia italiana e di più trasparenza la lotta per la tutela dei consumatori continua. Da quando John Kennedy, il presidente ucciso a Dallas, presentò di fronte al Congresso Usa il primo Manifesto per i diritti dei consumatori sono passati 56 anni.

Se possibile nel frattempo le minacce sono aumentate: l'ultimo grande caso internazionale riguarda le accuse mosse dal Beuc (il Bureau Européen des Unions de Consommateurs) un network di associazioni che rappresentano i consumatori di mezza Europa, contro il colosso Google. Il colosso americano non avrebbe rispettato l'ultima direttiva di Bruxelles sulla privacy, raccogliendo informazioni improprie sugli spostamenti, le abitudini e le località frequentate dagli utilizzatori del motore di ricerca Viste le multe previste

(fino al 4% dei ricavi) e le dimensioni di Google, si parla di cifre miliardarie.

**Angelo Allegri**

*In Italia le associazioni sono decine: ci sono quelle dei sindacati, i network di professionisti, gli enti legati ai circuiti europei*

*Prendono soldi da Stato ed enti locali, intervengono sull'iter delle leggi  
Ma spesso sono più opache delle imprese private*

# 1955

Per iniziativa di Vincenzo Doni nasce l'Unione nazionale consumatori, prima associazione consumerista in Italia. Le battaglie degli inizi riguardano soprattutto le frodi alimentari. Oggi l'Unc, sede nazionale a Roma, ha più di 51mila soci.

# 1962

In un discorso al Congresso John Fitzgerald Kennedy presenta il «Consumer Bill of Rights», la prima dichiarazione sui diritti dei consumatori. All'origine sono quattro: i diritti di scelta, sicurezza, informazione e contraddittorio.

# 1985

Prima direttiva europea a protezione del consumatore. Riguarda la responsabilità delle aziende per i danni da prodotti difettosi

# 2005

Viene approvato il Codice del Consumo, che attua in Italia una serie di direttive europee e raccoglie la normativa interna sulla materia

# 2010

Entra in vigore la cosiddetta «class action», l'azione collettiva a difesa dei consumatori. Il nuovo istituto però non decolla e oggi in Parlamento è in discussione una sua riforma

## ALTROCONSUMO

Il colosso con il giornale da utili record

Per un concorrente non molto ben disposto sono «un gruppo di persone che lavora a delle riviste». In realtà Altroconsumo è l'associazione italiana di consumatori con il maggior respiro europeo. L'associazione è di gran lunga la più grande nella Penisola (377mila soci, quasi quattro volte i secondi dell'Unione difesa Consumatori) ha una struttura internazionale con legami in Belgio, Spagna e Portogallo, ed è l'unica ad aderire a pieno titolo al Beuc, il network che riunisce le

associazioni di consumatori continentali (Acu, Codici e Casa del Consumatore partecipano insieme come membri affiliati).

A rendere particolare Altroconsumo è la struttura: accanto all'associazione vera e propria c'è una fondazione che a sua volta controlla una società a responsabilità limitata che pubblica «Inchieste» (l'ex Altroconsumo), ed altre riviste specializzate nel campo del risparmio, della salute e dell'hi-tech (sempre, come ovvio, in ottica consumerista). Gli iscritti pagano una quota per l'appartenenza all'associazione e un'altra per ricevere una o più riviste. Queste ultime sono tradizionalmente conosciute per i test dei prodotti, condotti di solito in collaborazione con altri network internazionali di consumatori. In tempi di crisi dell'editoria i gior-

nali di Altroconsumo sono una specie di mosca bianca: secondo il bilancio relativo al 2017, la società editrice ha un fatturato che supera i 50 milioni di euro con un utile di 2,5 milioni e una redditività netta superiore al 5%.

**AA**

# La class action?

## Quasi impossibile

*In Italia in pochi ne hanno fatto ricorso  
Troppo complessa. Ma ora, forse, si cambia*

Per qualche associazione di consumatori è una formula magica in grado di attirare attenzioni e adesioni. In realtà la «class action» all'italiana, approvata nel 2008 e in vigore dal 2010, ha funzionato poco se non pochissimo.

Le cronache riferiscono un caso di qualche anno fa, quando un tour operator fu condannato a pagare i danni per una catastrofica vacanza offerta a dei malcapitati clienti (a occuparsene fu l'Unione Nazionale consumatori). Più recenti i casi dei pendolari delle Ferrovie Nord risarciti con 100 euro a testa per una settimana di disservizi, e alcuni correntisti di Intesa che hanno impugnato commissioni improprie sugli scoperti. In entrambi i casi a intervenire fu Altroconsumo, che di recente ha avviato azioni anche contro Facebook (furto di dati personali), Volkswagen e Fiat per aver dichiarato che alcuni dei loro modelli consumavano molto meno di quanto avveniva in realtà. Nelle due vicende i proprietari di auto che hanno scelto di prendere parte al procedimento sono quasi 25mila. È un numero di tutto rispetto ma se si escludono questi casi, c'è poco altro.

A rendere difficili le cause collettive per la tutela dei «diritti individuali omogenei e interessi collettivi dei consumatori», sono gli stessi meccanismi previsti dalle norme. Per esempio il fatto che l'adesione dei consumatori deve avvenire entro rigide finestre temporali stabilite dal magistrato. I proponenti devono dunque assumere a proprio carico i costi di pubblicità (spesso rilevanti) che possono venire restituiti in caso di vittoria ma rischiano di essere inefficaci. Un altro ostacolo è il fatto che non sono previsti danni punitivi ma solo il risarcimento di quelli materiali in senso stretto.

Ora le cose potrebbero però cambiare: in ottobre la Camera ha approvato la riforma (proponenti i Cinque Stelle) che si propone proprio di mo-

dificare le norme più contestate dalle associazioni di consumatori. Un'eventuale sentenza di condanna avrà effetto, come accade negli Stati Uniti, su tutti gli interessati, anche in caso di adesione tardiva all'azione collettiva. Non solo: il ventaglio di danni presi in considerazione è destinato a diventare molto più ampio dell'attuale.

Adesso la palla è passata nel campo del Senato che esaminerà il tema nei primi mesi dell'anno prossimo. Nel corso dell'esame a Montecitorio è passata una norma che non dispiace alle aziende (che vedono nella class action allargata un rischio e temono di essere esposte a cause spesso arbitrarie): le nuove regole non saranno retroattive, si potranno cioè applicare solo per gli eventi accaduti dopo l'approvazione della riforma.

AA



per saperne di più

### Film

*Per chi si occupa di consumatori c'è un film che è diventato una specie di manifesto: «Erin Brockovich», girato nel 2000 e diretto da Steven Soderbergh. È la storia, vera, della protagonista che dà il nome alla pellicola (interpretata da Julia Roberts) che combatte in una class action contro una grande azienda che ha inquinato l'acqua di una cittadina americana. Sulla stessa falsariga «Michael Clayton», del 2007. Qui George Clooney lavora per uno studio di avvocati che rappresentano in un giudizio collettivo dal valore miliardario una società chimica colpevole di inquinamento.*

### Internet

*Quasi tutti i siti delle associazioni di consumatori offrono guide pratiche sui diritti degli utenti. Informazioni utili sono anche sul sito del Ministero per lo Sviluppo economico ([www.sviluppoeconomico.gov.it](http://www.sviluppoeconomico.gov.it)) nella sezione «Per il cittadino/Tutela del consumatore», dove sono indicate tutte le associazioni riconosciute.*

### Libri

*Guido Alpa è uno dei giuristi italiani più in vista. Non solo per i meriti scientifici, ma anche perché considerato maestro e per qualche tempo socio di studio del Premier Conte. Insieme ad Antonio Catricalà, ex presidente dell'Antitrust, ha scritto «Diritto dei consumatori» (Il Mulino).*

Le associazioni dei consumatori riconosciute dallo Stato entrano a far parte di una sorta di parlamentino, il:

## Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti

Le associazioni riconosciute sono attualmente 20  
(a fianco il numero dei loro soci per il 2017)

AltroConsumo	377.025	Assoconsum	32.576
U.Di.Con.	95.170	Acu	32.393
Federconsumatori	67.298	Codacons	32.231
Assoutenti	64.321	Ass. utenti servizi Radiotv	30.984
Unione Nazionale Consumatori	51.378	Lega Consumatori	30.979
Adoc	37.898	La casa del consumatore	30.893
Adusbef	34.547	Confconsumatori	30.757
Adiconsum	34.064	Movimento Consumatori	30.202
Mov. difesa del cittadino	32.868	Cittadinanza attiva	30.000
Codici	32.770	Ctcu-Centro tutela cons. Bolzano	3.483*

\* Per il Ctcu, che ha sede in una provincia autonoma, sono previsti criteri diversi da quelli generali

Fonte: Wise

# I numeri

Tra i requisiti per  
il riconoscimento  
ci sono un  
minimo di

**29.970**  
iscritti

e la presenza  
in almeno

**5 regioni**

## I POTERI

Il Consiglio  
dei Consumatori

esprime pareri su leggi  
e regolamenti

fa proposte e ricerche  
sui problemi del consumo  
e sui diritti dei consumatori



## I SOLDI

Le associazioni riconosciute:

partecipano ai bandi per  
i finanziamenti ministeriali

**4,5 milioni nel 2018**

possono ricevere fondi regionali

ricevono un corrispettivo

**tra i 30 e i 60 euro**

a pratica per l'assistenza  
ai consumatori nelle conciliazioni  
con le aziende