Anno IIII - Numero 2 - Febbraio 2023

CODACONS Magazine

IN PRIMO PIANO

I prezzi dell'energia e del gas sono alle stelle

L'AGCM È INTERVENUTA CONTRO LE MODIFICHE UNILATERALI DEI CONTRATTI

CI PRENDIAMO CURA DI TE!

Non ingoiare il rospo!

CLICCA QUI!

CODACONS Magazine

Anno 2023 - Mese 2 - Febbraio 2023

Direttore Responsabile
Maria Boffini
info@codaconslombardia.it

Redazione
Marco Maria Donzelli
Giuseppe Crusco
Valentina Danza
Nicola Castiglioni
Stefano Tiberga
Davide Carlo Sibilio
Enrico Venini
Carlo Gasparro
Angelo Cardarella
Stefania Scarpa
Alessandro Berni
Matteo Tonolini
Martinio Biasi
Sara Maiocchi

Grafica
Matteo Tonolini
Stefania Scarpa
Sara Maiocchi
Davide Carlo Sibilio

Editore
Codacons Lombardia
Pec: codacons.lombardia@pec.it
Viale Gran Sasso, 10
20123 - Milano
tel. 02 29419096

Facebook
@codaconslombardiaofficial

Instagram
@codaconslombardiaofficial

Ufficio Abbonamenti
Maria Boffini
info@codaconslombardia.it
ISSN 2704-8160

Codacons Magazine

[online]

Sommario

7 PREZZI DELL'ENERGIA E DEL GAS ALLE STELLE

L'AGCM contro le modifiche unilaterali dei contratti

9 IL FENOMENO DELLA SHRINKFLATION

Vi siete mai accorti che il pacchetto di patatine che acquistate solitamente è diventato più piccolo mentre il prezzo è rimasto lo stesso?

11 INFLAZIONE E MUTUI

La corsa al rialzo dei tassi e spese delle famiglie italiane

13 REGISTRO PUBBLICO DELLE OPPOSIZIONI

Uno strumento utile che deve essere migliorato

15 SOS CONDOMINIO

Hai subito un danno al tuo appartamento? Non esitare a contattare lo sportello dedicato

17 GIORNATA MONDIALE DELLA GIUSTIZIA SOCIALE

Fondamentale diritto per lo sviluppo e la

21 BUONI FRUTTIFERI POSTALI

Sei titolare di buoni fruttiferi postali caduti in prescrizione? Chiedi il rimborso!

24 LA TRUFFA DEL VISHING

Il vishing è una pratica relativamente nuova in Italia, mentre negli Stati Uniti impazza da molti anni, ma cerchiamo di capire di cosa si tratta

27 DIGITAL KIDNAPPING

Il pericoloso fenomeno che affligge il web

31 IL GREENWASHING

La rivoluzione verde tra ecologismo e stretegie di marketig

34 PIRATERIA E PAY TV

La pirateria è un fenomeno che sta tornando di moda a causa dei costi eccessivi e dei disservizi

36 UTENZA INDESIDERATA: COME DISDIRLA?

Aprire un'utenza è spesso un gioco da ragazzi, ma quando arriva il momento di chiudere il contratto? Ecco la guida per evitare i mal di testa da disdetta

38 IL CODACONS RINGRAZIA FEDEZ

L'intervento del rapper a Sanremo è da apprezzare: citando il Codacons ha dato spazio ai consumatori

ABBONAMENTO 2023-24

€ 60,00

ABBONATI, RICEVI LA RIVISTA E DIVENTA SOCIO!

LEGGI SU TELEFONO O TABLET (ANDROID/APPLE)

CLICCA QUI

CONSULENZA ONLINE
WWW.CODACONSLOMBARDIA.IT/
CONSULENZE-ONLINE/

PREZZI DELL'ENERGIA E DEL GAS ALLE STELLE

L'AGCM contro le modifiche unilaterali dei contratti

Il prezzo del gas e dell'energia è un tasto dolente per molte persone in quanto idoneo ad influire sia sulla vita quotidiana che sulla reddittività delle attività commerciali. Negli ultimi mesi sono state molte la società di fornitura di energia elettrica e gas naturale che hanno illegittimamente comunicato ai consumatori modifiche delle condizioni contrattuali con aumento dei prezzi di fornitura.

Affinché gli utenti possano essere adeguatamente tutelati è necessario che le competenti autorità adempiano correttamente al loro dovere di sorveglianza del mercato e che sanzionino le imprese che si siano rese responsabili di tali pratiche scorrette; in secondo luogo, gli stessi consumatori posso salvaguardarsi adottando degli accorgimenti che si traducono nello scegliere con attenzione i fornitori, nel comparare i prezzi sul mercato, nonché nel denunciare eventuali pratiche illegittime. Considerata l'estrema gravità della situazione – l'Antitrust stima che i consumatori, i condomini e le microimprese interessati dalle comunicazioni di variazione delle condizioni economiche siano un numero ingente – l'Agcm, quale Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, in data 13 dicembre 2022, ha adottato 7 provvedimenti cautelari nei confronti delle principali società fornitrici di energia elettrica e di gas naturale sul mercato libero, contestando loro la pratica commerciale scorretta consistente nell'invio ai consumatori di proposte di modifica unilaterale del contratto e/o di proposte di rinnovo delle condizioni contrattuali in contrasto con l'art. 3 del Decreto Legge 9 agosto 2022 n. 115 (cd. Aiuti*bis*), convertito in Legge n. 142 del 21 settembre 2022, il quale ha precisato che "*Fino al 30 aprile 2023 è sospesa l'efficacia di ogni eventuale clausola contrattuale che consente all'impresa fornitrice di energia elettrica e gas naturale di modificare unilateralmente le condizioni generali di contratto*" .Si precisa, comunque, che non rientrano, invece, nel suddetto campo di applicazione le evoluzioni automatiche delle condizioni economiche. Si tratta, in questo caso, di modifiche o aggiornamenti delle condizioni economiche già previste dalle

condizioni contrattuali al momento della stipula. Tuttavia, nonostante la chiarezza della normativa, sono state molte le società – Engie Italia S.p.A., A2A Energia S.p.A., Hera Comm S.p.A., Acea Energia S.p.A., Eni Plenitude S.p.A., Edison S.p.A., Enel Energia S.p.A. – che, negli ultimi mesi, avrebbero inviato ai consumatori comunicazioni di modifica delle condizioni economiche dei contratti di fornitura sul mercato libero a prezzo fisso in modo unilaterale, violando in modo evidente l'articolo citato. Considerata la situazione grave e insostenibile, invitiamo i consumatori che si trovano nella summenzionata condizione, a contattarci affinché possa essere inviata formale diffida al fine di chiedere la sospensione immediata dell'applicazione delle nuove, illegittime, condizioni contrattuali, o, in caso di esercizio del diritto di recesso, il rientro in fornitura alle precedenti condizioni economiche, e, in ogni caso, qualora le modifiche unilaterali delle condizioni contrattuali o il rinnovo delle condizioni economiche illegittime siano già state applicate, la restituzione delle somme illegittimamente incassate a titolo di corrispettivo per servizi di fornitura di energia elettrica e/o gas.

CLICCA QUI PER SAPERNE DI PIU'

IL FENOMENO DELLA

SHRINKFLATION

Vi siete mai accorti che il pacchetto di patatine che acquistate solitamente è diventato più piccolo mentre il prezzo è rimasto lo stesso?

Non siete i soli. La shrinkflation, neologismo che indica la sgrammatura, è un fenomeno sempre più diffuso nel mondo dei consumi. La shrinkflation consiste nel ridurre la quantità o la dimensione di un prodotto mantenendo lo stesso prezzo.

Ciò può avvenire per diverse ragioni, come l'aumento dei costi delle materie prime o i cambiamenti nelle abitudini di acquisto dei consumatori. Alcuni esempi di shrinkflation includono barrette di cioccolato più piccole, pacchi di cereali, lattine di bibite e detersivi, ma anche il rotolo di carta igienica. In alcuni casi, le aziende possono anche aumentare il prezzo di un prodotto mantenendo le stesse dimensioni, ma riducendo la quantità effettiva di ingredienti contenuti.

Tale pratica, seppur legittima a livello giuridico, può rappresentare una violazione dei principi di trasparenza e correttezza nei rapporti commerciali, in quanto tende a ingannare il consumatore circa laeffettiva consistenza del bene acquistato. In alcuni casi, può configurarsi un'illecita alterazione delle caratteristiche essenziali del prodotto ai sensi degli artt. 20 e 21 del Codice del Consumo, ovvero un'illecita alterazione dei parametri di qualità e quantità del prodotto medesimo.

L'art. 20 del Cdc sancisce che "1. Le pratiche commerciali scorrette *sono vietate.*

2. Una pratica commerciale e' scorretta se e' contraria alla diligenza professionale, ed e' falsa o idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio che essa raggiunge o al quale e' diretta o del membro medio di un gruppo qualora la pratica commerciale sia diretta a un determinato gruppo di consumatori.

3. Le pratiche commerciali che, pur raggiungendo gruppi piu' ampi di consumatori, sono idonee a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico solo di un gruppo di consumatori chiaramente

individuabile, particolarmente vulnerabili alla pratica o al prodotto cui essa si riferisce a motivo della loro infermita' mentale o fisica, della loro eta' o ingenuita', in un modo che il professionista poteva ragionevolmente prevedere, sono valutate nell'ottica del membro medio di tale gruppo. E' fatta salva la pratica pubblicitaria comune e legittima consistente in dichiarazioni esagerate o in dichiarazioni che non sono destinate ad essere prese alla lettera."

L'art. 21, invece, in tema di azioni ingannevoli chiarisce che *"E' considerata ingannevole una pratica commerciale che contiene informazioni non rispondenti al vero o, seppure di fatto corretta, in qualsiasi modo, anche nella sua presentazione complessiva, induce o e' idonea ad indurre in errore il consumatore medio riguardo ad uno o piu' dei seguenti elementi e, in ogni caso, lo induce o e' idonea a indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso*"

Per evitare di essere vittima della shrinkflation, i consumatori dovrebbero prestare attenzione alle dimensioni e alla quantità dei prodotti che acquistano e confrontare i prezzi tra diverse marche e negozi.

Inoltre, è importante leggere attentamente le etichette e informarsi sui cambiamenti apportati ai prodotti prima di effettuare un acquisto.

Il migliore amico rimane però il prezzo al kg/litro, unico parametro che consente di compiere un effettivo paragone tra diversi marchi e formati. In generale, la shrinkflation rappresenta una sfida per i consumatori e per le autorità competenti, ma con la giusta attenzione e le giuste azioni, si può lavorare per ridurre questo fenomeno e garantire una maggiore trasparenza e correttezza nei rapporti commerciali.

CLICCA QUI PER SAPERNE DI PIU

INFLAZIONE E MUTUI

La corsa al rialzo dei tassi e delle famiglie italiane

Lo abbiamo scritto più volte e lo ribadiamo: l'inflazione post Covid, il periodo di siccità anomala del recente passato e la guerra sul fronte ucraino sono condizioni anomale che fanno sentire il loro peso sulla vita di tutti i giorni. Qualche decennio fa qualcuno avrebbe potuto osservare il fenomeno inflattivo con occhio positivo: a una fiorente economia corrisponde l'aumento dei prezzi e, a scalata, l'aumento degli stipendi e, in generale, del benessere. Tuttavia rispetto alla crescita economica recente, è facile comprendere come non sia legata a una effettiva espansione del mercato, quanto piuttosto alla ripresa a pieno regime delle attività commerciali interrotte o parzialmente limitate dalla pandemia Covid-19.

E dunque l'inflazione attuale non può essere che valutata come "insana", cioè caratterizzata da un aumento dei prezzi slegato da un significativo miglioramento dell'economia rispetto al prima. Infatti si assiste a una vera e propria spada di Damocle che la Banca Centrale Europa esercita sui cittadini italiani (e non solo).

Dopo i recenti aumenti dei tassi di interesse sul prestito del denaro, la prossima data cruciale sarà quella del 2 febbraio (il pezzo è stato redatto alla fine di gennaio 2023) in cui l'Europa deciderà se ritoccare nuovamente al rialzo le già pesanti condizioni attuali.

In gioco ci sono gli interessi di 6,8 milioni di famiglie italiane, pari al 25% del totale, che hanno avuto o stanno avendo accesso al credito. Secondo un'indagine della Federazione autonoma bancari italiani tre milioni e mezzo di famiglie hanno contratto un debito per acquistare casa e soprattutto su di queste ricadrà il peso della manovra. Si consideri infatti l'impatto che sulla piccola economia familiare può avere l'erogazione di importanti somme: la casa è una e per lei si fa il grande sforzo. Il piacere e la soddisfazione di un tale investimento, però, non dovrebbe incontrare l'ansia e la tensione legata ai mercati pazzi, alle guerre, alle pandemie. Eppure oggi tutto questo accade, con grande turbamento per ciascun cittadino. Nel corso del 2022, secondo quanto emerge dall'analisi della FABI, la politica monetaria restrittiva della BCE ha notevolmente inciso sul

reddito disponibile delle famiglie. Per quanto riguarda i nuovi mutui, le rate di quelli a tasso fisso sono quasi raddoppiate, mentre per quelli a tasso variabile il rimborso mensile è salito del 24%.

Sono rimaste costanti le rate dei vecchi mutui a tasso fisso, cioè quelli erogati tra fine del 2021 e inizio 2022. Le rate dei vecchi mutui a tasso variabile sono cresciute invece in media del 43%. In pratica, chi pagava una rata di circa 500 euro al mese, oggi paga, al mese, 715 euro ovvero 215 euro in più. Quanto ai tassi d'interesse, sui nuovi mutui a tasso fisso si è passati da un saggio di circa 1,8% ad oltre il 4% con le rate mensili che in alcuni casi sono anche raddoppiate. I nuovi mutui a tasso variabile sono passati dallo 0,6% al 2,8%. In pratica, per un prestito da 150.000 euro della durata di 20 anni la rata mensile oggi è di 825 euro, ben 160 euro in più (+24%) rispetto a quella che si sarebbe ottenuta un anno fa ovvero 665 euro. Secondo le simulazioni della FABI, un mutuo da 200.000 euro, con tasso 3,9% della durata di 25 anni comporta oggi una rata mensile di 1.056 euro. Un mutuo da 100.000 euro, con tasso 3,7%, sempre della durata di 25 anni, prevede una rata mensile di 517 euro. Anche per i piccoli finanziamenti la musica non cambia. Alla fine del 2021 il tasso d'interesse medio era dell'8,1%, mentre attualmente si attesta al 10,9%. Così per un finanziamento da 25.000 euro interamente a rate, con un finanziamento da 10 anni, il costo totale passa da 37.426 euro a 42.272 euro, con una differenza complessiva di 4.847 euro (+13%). Per acquistare una lavatrice da 750 euro interamente a rate, con un finanziamento da 5 anni, il costo totale passa da 942 euro a 1.012 euro, con una differenza complessiva di 70 euro (+7,5%).

Mala tempora currunt.

CLICCA QUI PER SAPERNE DI PIU'

REGISTRO PUBBLICO DELLE OPPOSIZIONI

Uno strumento utile che deve essere migliorato

Da qualche anno si sta sentendo parlare con frequenza del Registro delle Opposizioni, ma di cosa si tratta? E funziona davvero? Il sistema del Registro delle Opposizioni in Italia ha lo scopo di tutelare i diritti dei cittadini nei confronti della ricezione di comunicazioni pubblicitarie indesiderate, come chiamate telefoniche o messaggi di posta elettronica, tramite telefono fisso o cellulare. Questo particolare registro è stato introdotto con la legge sulla privacy del 2003 e successivamente modificato dal Garante per la protezione dei dati personali nel 2012. Il Registro, gestito dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM), è stato introdotto con l'obiettivo di fornire uno strumento semplice ed efficace per la gestione delle comunicazioni pubblicitarie indesiderate. I cittadini possono inserire i propri dati nel Registro, specificando se non desiderano ricevere comunicazioni pubblicitarie sul proprio numero di telefono fisso o cellulare. Parallelamente, le aziende che inviano comunicazioni pubblicitarie sono tenute a verificare periodicamente l'elenco del Registro delle Opposizioni per verificare che i destinatari non abbiano espressamente richiesto di non ricevere tali comunicazioni, tanto che, in caso di trasgressione, le aziende possono essere soggette a sanzioni pecuniarie. La registrazione nel sistema del Registro delle Opposizioni offre anche una protezione ulteriore ai cittadini, poiché le aziende pubblicitarie non potranno inviare comunicazioni pubblicitarie a numeri inseriti nel Registro per un periodo di cinque anni dalla loro registrazione. Per quanto riguarda le modalità di registrazione, i cittadini possono inserire i propri dati nel Registro tramite il sito web dell'AGCOM o inviando una raccomandata all'indirizzo dell'Autorità comunicando il proprio nome, cognome e numero di telefono. Perché allora i cittadini, pur se iscritti al registro, continuano a ricevere chiamate pubblicitarie? La sua efficacia nella pratica è stata messa in discussione a causa di alcuni fattori che ne hanno limitato l'efficacia.

In primo luogo, il registro non è molto conosciuto dalla maggior parte della popolazione. Molti cittadini non sono

a conoscenza della sua esistenza e, di conseguenza, non lo utilizzano. Questo ha portato ad una mancata protezione della privacy per coloro che non sono informati sulla sua esistenza. Inoltre, anche se il registro è stato introdotto per proteggere la privacy dei cittadini, molte aziende continuano a inviare chiamate e messaggi pubblicitari a coloro che si sono iscritti al registro. Questo è dovuto alla mancanza di controlli adeguati e alla scarsa attuazione delle sanzioni previste per coloro che non rispettano le disposizioni del registro. Infine, il registro delle opposizioni non copre tutte le forme di pubblicità indesiderata, come ad esempio le e-mail pubblicitarie o le pubblicità sui social network. Questo significa che i cittadini non hanno la possibilità di proteggere la propria privacy da tutte le forme di pubblicità indesiderata. In conclusione, il registro delle opposizioni in Italia è uno strumento che dovrebbe e potrebbe essere efficace nella protezione della privacy dei cittadini e nella limitazione della ricezione di chiamate e messaggi pubblicitari indesiderati. Tuttavia, a causa della scarsa conoscenza della sua esistenza, della mancanza di controlli adeguati e della scarsa attuazione delle sanzioni, non funziona pienamente come dovrebbe. È necessario che il registro venga migliorato e che vengano introdotte misure più efficaci per garantire che sia rispettato da tutti e sanzioni più severe in caso di violazione

CLICCA QUI PER SAPERNE DI PIU'

SOS CONDOMINIO

Hai subito un danno al tuo appartamento? Non esitare a contattare lo sportello dedicato

Nasce lo sportello "SOS CONDOMINIO" Codacons per offrire assistenza e consulenza a tutti coloro che vivono in condominio e che hanno subito un danno al proprio appartamento o che hanno involontariamente creato un danno ai propri vicini.

Se anche tu sei alle prese con un problema condominiale inerente a danni all'unità immobiliare quali infiltrazioni d'acqua, eventi atmosferici, incendi, fenomeni elettrici o altro, AFFIDATI A UN ESPERTO: Rivolgiti allo sportello "SOS CONDOMINIO", e troverai la soluzione al tuo problema.

E' nota a tutti la frequenza con la quale ci si trova alle prese con problemi condominiali, soprattutto in relazione a danni alle singole unità immobiliari dovuti a guasti accidentali o scarsa manutenzione.

Per chi ha un danno al proprio appartamento, causato da infiltrazioni, incendi, guasti elettrici o altro, è difficile districarsi nella giungla giuridica, con conseguente dispendio di risorse economiche e mentali senza arrivare, nella maggior parte dei casi, ad una soluzione positiva del problema. D'altro canto, anche per chi ha involontariamente causato un danno ad altri condomini, non è facile capire come comportarsi.

Uno dei problemi più difficili da risolvere è quello della individuazione della causa del danno, e dunque delle relative responsabilità. Anche la prospettiva di un lungo giudizio di fronte ai Tribunali civili scoraggia spesso le vittime di danni condominiali dal far valere i propri diritti.

Ed ancora, non si può negare che muoversi senza un ausilio tecnico comporti il rischio di rimanere di fatto senza tutela. Perciò se sei vittima di un danno ad un immobile o sei coinvolto in una controversia condominiale, affidati ad un esperto.

RICHIEDI UNA PRIMA VALUTAZIONE GRATUITA

Dopo aver compilato il form del sito con i tuoi dati, il tuo recapito telefonico ed email, sarai contattato telefonicamente dal team di esperti del Codacons per UNA PRIMA VALUTAZIONE GRATUITA PERSONALIZZATA del tuo caso.

Successivamente, in caso di esito positivo della prima valutazione, potrai decidere se procedere a tutelare la tua posizione in via stragiudiziale con avvocati e tecnici di tua fiducia oppure con gli esperti del Codacons, ai costi che ti saranno comunicati.

SPORTELLO SOS CODACONS CLICCA QUI'

GIORNATA MONDIALE DELLA GIUSTIZIA SOCIALE

Fondamentale diritto per lo sviluppo e la dignità umana

La giornata mondiale della giustizia sociale è stata istituita dall'Onu (Organizzazione delle Nazioni Unite) e ricorre ogni 20 febbraio a partire dal 2007.

Il suo fine è quello di promuovere lo sviluppo e la dignità umana, al fine di favorire, nella comunità nazionale e internazionale, la lotta alla povertà, al benessere sociale, a promuovere il diritto a un lavoro dignitoso per tutti e all'uguaglianza di genere. Sia tra gli Stati che a livello Nazionale.

La ricorrenza mira anche a rammentare che in assenza di pace e sicurezza e del rispetto di tutti i diritti umani e delle libertà fondamentali, lo sviluppo e la giustizia sociale non possono essere raggiunti. Questi fattori costituiscono una priorità per le Nazioni Unite.

Difendere i principi di giustizia sociale significa promuovere l'uguaglianza di genere, i diritti dei popoli indigeni e dei migranti. Far progredire la giustizia sociale significa rimuovere tutte le barriere determinate da genere, età, razza, etnia, religione, cultura o disabilità.

L'obiettivo della giustizia sociale è al centro della missione globale delle Nazioni Unite per la promozione dello sviluppo e della dignità umana.

Fa parte di questo diritto, l'adozione, da parte dell'Organizzazione internazionale del lavoro (ILO – International Labour Organization) della Dichiarazione sulla Giustizia Sociale per una globalizzazione equa. La presa di coscienza di questo testo, da parte dei rappresentanti dei governi, delle imprese e dei lavoratori di tutti gli Stati Membri,è solo uno degli esempi recenti dell'impegno delle Nazioni Unite per la giustizia sociale.

La Dichiarazione cerca di garantire risultati equi per tutti, attraverso i processi di sviluppo, la protezione sociale, il dialogo sociale, e i principi e i diritti fondamentali dei lavoratori.

Il Segretario Generale delle Nazioni Unite,Ban Ki Moon, ha affermato che la giustizia sociale non è soltanto un imperativo etico, ma il fondamento della stabilità

nazionale e della prosperità globale. Pari opportunità, solidarietà e rispetto per i diritti umani, ha aggiunto, sono essenziali per liberare tutto il potenziale produttivo delle nazioni e dei popoli.

Tra i molti concetti espressi quelli di: povertà e fame zero, una buona salute e benessere per la persona, un'educazione paritaria e di qualità, parità di genere e ancora, lavoro dignitoso per una crescita economica volta a ridurre le diseguaglianze.

È molto importante anche l'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile. Si tratta di un programma d'azione che coinvolge le persone, il pianeta e la sua prosperità. È stato sottoscritto nel settembre 2015 ancora una volta dai governi dei Paesi membri dell'ONU. Contiene 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile (Sustainable Development Goals, SDGs) in un grande programma d'azione per un totale di 169 traguardi. Tutti i Paesi, si sono impegnati a raggiungere gli obiettivi entro il 2030.

L'Assemblea Generale delle Nazioni Unite è consapevole del fatto che la globalizzazione e l'interdipendenza stiano aprendo nuove strade, sia attraverso il commercio, gli investimenti e i flussi di capitale, che tramite i progressi della tecnologia, al fine di stimolare la crescita dell'economia mondiale, lo sviluppo e il miglioramento degli standard di vita nel mondo. Tuttavia, allo stesso tempo, restano importanti sfide da affrontare, come le crisi finanziarie, l'insicurezza, la povertà, l'esclusione e la disuguaglianza, sia all'interno che tra le società, e gli ostacoli significativi per un'ulteriore integrazione e per una piena partecipazione all'economia globale per i paesi in via di sviluppo, così come per alcuni paesi con economie in transizione.

Non si parla mai abbastanza di questo tipo di iniziative sociali, anche se nascono a livello globale e tutti i paesi ne siano presi in causa. Una sola giornata all'anno non basta certo per mettere in luce il grande problema delle disuguaglianze sociali. Tra globalizzazione, pandemia e ora la guerra Russia-Ucraina, c'è di mezzo il futuro delle nuove generazioni, anche nella nostra Europa rischiamo di compromettere, con scelte sbagliate, questo prezioso futuro.

E' auspicabile per tutti noi, a partire da i capi di governo e chi ha più potere decisionale, non perdere il focus della questione. Ci auguriamo che le difficoltà di questi ultimi anni non facili, non rappresentino la scusa per volgere lo sguardo in altre direzioni. Solo così potremo creare il futuro che desideriamo e non solo per un giorno, in occasione della ricorrenza.

ABBONAMENTO

2023-24

€ 60,00

ABBONATI, RICEVI LA RIVISTA E DIVENTA SOCIO!

LEGGI SU TELEFONO O TABLET (ANDROID/APPLE)

CLICCA QUI

CONSULENZA ONLINE
HTTPS://WWW.CODACONSLOMBARDIA.IT/CONSULENZE-ONLINE/

BUONI FRUTTIFERI POSTALI

Sei titolare di buoni fruttiferi postali caduti in prescrizione? Chiedi il rimborso!

Come sappiamo nel corso degli anni '80 e '90 i buoni postali fruttiferi (B.P.F.) hanno rappresentato per migliaia di famiglie e consumatori una delle fonti di risparmio più importanti.
Tantissime persone hanno investito negli anni, migliaia di Lire e di Euro in titoli all'apparenza sicuri al cento per cento, che avrebbero garantito tassi di interesse estremamente convenienti e concorrenziali, fruttando quindi importi particolarmente elevati. Moltissimi lo hanno fatto per garantirsi una pensione, oppure per lasciare in eredità a figli e nipoti un lascito importante.
Ma non è tutto oro quel che luccica purtroppo.
LA PRESCRIZIONE DEI BUONI POSTALI FRUTTIFERI
Nel corso degli ultimi anni tantissimi consumatori che si sono recati presso gli Uffici Postali per riscuotere i proprio buoni postali fruttiferi hanno ricevuto un'amara sorpresa, ovvero secondo gli impiegati postali, a loro non spettava neanche un centesimo dell'importo investito (e degli interessi nel frattempo maturati dai titoli).
Questo perché ogni buono postale fruttifero che è stato emesso ha una data di scadenza (cioè termine nel quale cessa di maturare gli interessi) e una data di prescrizione (cioè termine entro il quale il risparmiatore, intestatario del buono, poteva recarsi negli uffici postali per ottenere il rimborso del proprio titolo – capitale + interessi).
Tali dati purtroppo non vengono mai riportati sui buoni postali fruttiferi e questo ha ingannato tantissimi consumatori, che hanno visto i loro rimborsi andare in fumo da un giorno all'altro; un solo giorno di ritardo rispetto al termine di prescrizione del titolo e centinaia di migliaia di euro vengono persi in un colpo solo.
E allora come può un consumatore sapere quale è la data di scadenza ed il termine di prescrizione del suo buono postale fruttifero? Innanzitutto è importante sapere quella che è la data di scadenza del buono fruttifero postale *i*n possesso, perché da lì è possibile calcolare, grazie alle tabelle sul retro dei titoli, il termine entro il

quale il titolo cessa di maturare interessi. Da quel momento lì è sufficiente calcolare ulteriori 10 anni di prescrizione, entro il quale il consumatore può recarsi in Poste per ottenerne il rimborso.

E allora perché moltissimi buoni postali stanno andando in prescrizione?

Questo perché i titoli emessi e collocati dopo il 2000 non riportano, molto spesso, il termine nel quale i buoni postali fruttiferi producono interessi, impedendo al consumatore di avere diretta conoscenza del termine di prescrizione.

La normativa in vigore all'epoca però, ovvero il Decreto Ministeriale del 19/12/2000, all'art. 6 ha posto in capo a Poste Italiane S.p.a. l'obbligo di consegnare ai sottoscrittori dei buoni un apposito Foglio Informativo Analitico (detto "F.I.A.") contenente la descrizione dettagliata delle caratteristiche dei buoni postali fruttiferi emessi.

Tale Fogli Informativo avrebbe così permesso ai consumatori di sapere esattamente quando il proprio buono postale fruttifero sarebbe andato in prescrizione.

Purtroppo, nella realtà dei fatti, praticamente a nessun utente veniva mai consegnato il F.I.A., impedendogli così, di fatto, di esercitare nei termini il proprio diritto.

LA DECISIONE DELL'A.G.C.M. E LA SANZIONE COMMINATA A POSTE ITALIANE S.P.A.

Proprio in relazione alle informazioni rese al consumatore in sede di sottoscrizione dei Buoni è intervenuta l'A.G.C.M. (ossia l'Antitrust), che con provvedimento emesso il 18 ottobre 2022 all'esito dell'istruttoria PS11287, ha accertato la violazione da parte di Poste Italiane S.p.A. degli artt. 20, comma 2, 21 e 22 del Codice del Consumo, in relazione all'attività di collocamento degli strumenti di risparmio citati.

In particolare, le pratiche commerciali scorrette contestate sono:

1) in fase di collocamento dei Buoni,Poste ha omesso di indicare la data di scadenza e/o la data di prescrizione di tali titoli, nonché di fornire le informazioni relative alle conseguenze giuridiche derivanti dallo spirare dei predetti termini, e/o ha fornito tali informazioni con una formulazione confusa e decettiva.

L'A.G.C.M., peraltro, ha ritenuto che anche l'attuale apposizione sul Buono della specifica data di scadenza dello stesso, non sia idonea, da sola, ad assicurare la consapevolezza del consumatore sulle conseguenze giuridiche derivanti dalla scadenza del titolo, in mancanza di una chiara indicazione del decorso del termine di prescrizione a partire da tale scadenza e della perdita delle somme investite e degli interessi maturati in mancanza di riscossione del Buono entro il termine di prescrizione.

2) con riferimento ai Buoni caduti in prescrizione nell'ultimo quinquennio, Poste ha omesso di informare i consumatori, titolari di Buoni prossimi alla scadenza del termine di prescrizione, dello spirare di tale termine e delle conseguenze giuridiche derivanti in caso di mancata richiesta di rimborso del

titolo entro tale termine, sebbene – avendo ricevuto un numero elevato di reclami da parte della propria clientela – Poste fosse a conoscenza della numerosità di consumatori che, ignari delle condizioni di
disciplina dei titoli in parola, incorrono nella predetta prescrizione e nel conseguente mancato rimborso dei propri Buoni.
L'A.G.C.M., in sostanza, ha ritenuto che la condotta di Poste, consistente nel rendere, in fase di collocazione dei buoni, un'informazione non idonea relativa alle condizioni temporali che consentono al consumatore di esercitare i diritti di credito relativi al buono postale fruttifero sottoscritto,integri un'omissione, in modo ingannevole, di informazioni rilevanti, di cui il consumatore medio necessita per assumere una decisione di natura commerciale consapevole, essendo egli in tal modo indotto ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso.
COSA È POSSIBILE FARE ORA?
La nostra associazione ritiene che, in conseguenza di quanto accertato dall'A.G.C.M., coloro che sono titolari di Buoni Fruttiferi Postali per i quali Poste ha eccepito la prescrizione possano agire per chiederne il rimborso del titolo e/o il diritto al risarcimento del danno.
In particolare, possono agire in giudizio tutti coloro che, in occasione della sottoscrizione dei Buoni, non abbiano ricevuto idonea informativa in ordine alla data di scadenza e/o alla data di prescrizione dei titoli, e alle conseguenze giuridiche derivanti dallo spirare dei predetti termini, o abbiano ricevuto tali informazioni con una formulazione non chiara.
Se volete avere il nostro supporto contattateci ai nostri riferimenti!

CLICCA QUI PER SAPERNE DI PIU'

LA TRUFFA DEL VISHING

Il vishing è una pratica relativamente nuova in Italia, mentre negli Stati Uniti impazza da molti anni, ma cerchiamo di capire di cosa si tratta

Il vishing o phishing vocale si verifica quando un truffatore crea un sistema vocale automatizzato (o manuale) per fare chiamate vocali verso utenti telefonici e chiedere loro informazioni private.

L'intento è lo stesso del phishing di e-mail o dello smishing: il truffatore, fingendosi un operatore bancario, con una chiamata vocale crea un senso di urgenza (con la scusa di un blocco del conto per operazioni sospette) per l'utente che per questo motivo fornisce informazioni riservate.

ATTENZIONE! NON FORNIRE MAI ALCUNA INFORMAZIONE AL TELEFONO, NEPPURE SE IL NUMERO CHE CI CHIAMA E' IL SOLITO NUMERO DELLA BANCA!

Occorre sottolineare infatti che è facile per un truffatore creare un ID di chiamata falso spacciandosi per qualcun altro.

Esistono molte tipologie di chiamate che veicolano truffe di tipo vishing, da quelle che vogliono "appiopparci" un nuovo contratto esasperandoci e facendo leva sul risparmio, a quelle che lo fanno totalmente a nostra insaputa.

Fino ad arrivare a chi intende truffarci seriamente, richiedendo i nostri dati relativi al conto corrente o alla carta di credito, o carpendo e incrociando dati sensibili in giro per Internet, che noi, a volte del tutto inconsciamente, abbiamo lasciato nel corso degli anni. O, ancora più probabilmente, incrociando dati da banche dati lecite, tramite però delle "talpe", ovverosia avvalendosi di personale (spesso pubblico) corrotto che, in cambio di poche centinaia di euro, è in grado di scovare quei dati.

In alcuni casi, spesso clamorosi, i delinquenti si sono spinti fino al furto di identità, con conseguenze immaginiamo disastrose, per il malcapitato di turno.

IL RUOLO DEI CALL CENTER

Nell'anno appena trascorso sono stati accertati casi clamorosi delle maggiori società di telefonia italiana le quali, indirettamente, ovvero affidando mandati a società "terze", falsavano dei contratti.

Tutto molto semplice: l'operatore

telefonico, durante la chiamata, poneva delle domande personali al cliente; così facendo, quando il cliente rispondeva quel fatidico e aspettato sì, l'operatore telefonico lo registrava e lo usava in un secondo momento per la stipulazione del contratto telefonico.
Naturalmente questo non è affatto legale, ed è anche molto subdolo come sistema. Però, a dispetto della legalità, i contratti sono comunque validi.
Per recedere, il modo migliore è quello di chiedere copia della registrazione vocale alla società in oggetto. Se l'azienda non accoglie la richiesta dell'utente che chiede copia della registrazione con cui ha effettuato un ordine telefonico, commette un illecito e ci si può rivolgere al Garante della Privacy per ottenere soddisfazione.
Se si disconosce il presunto consenso all'attivazione di un servizio, si deve procedere immediatamente con la richiesta di disattivazione senza oneri, richiedendo anche copia della registrazione vocale al gestore (per raccomandata A/R.).
Se non si ottenessero riscontri, occorre denunciare il fatto al Garante della privacy.
C'è stata un'impennata relativamente ai reati di associazione per delinquere finalizzata alla sostituzione di persona, al furto aggravato e all'indebito utilizzo di carte di pagamento elettronico. Le modalità con cui avviene questa particolare tipologia di truffa sono abbastanza riconoscibili.
Chi chiama, tramite un numero praticamente identico al solito numero conosciuto e utilizzato dalla propria banca, dice di appartenere ad un istituto di credito e riferisce al cliente che la propria carta è stata oggetto di un tentativo di truffa. Per "sventarlo" vengono quindi chiesti alcuni dati sensibili, come ad esempio il pin della carta, con cui poi i truffatori possono avere libero accesso al credito.
Spesso le difese della vittima vengono abbassate dal fatto che la voce dall'altra parte della cornetta è a conoscenza del numero della carta, che nella maggior parte dei casi viene carpito con furti mirati.
Nella maggior parte dei casi si tratta di telefonate preregistrate fatte attraverso servizi VoIP di internet (voice over IP, ossia telefonia via Internet, la stessa tecnologia impiegata da Skype e simili, per intenderci).
Ma ci sono anche chiamate in diretta, con operatori in carne e ossa. La tipologia di telefonata prevede la comunicazione di un qualche problema sul conto bancario o sulla carta di credito e suggerisce di telefonare a un certo numero per risolverlo. Facendolo, una voce automatica chiede di fornire i dati sensibili.
Un altro possibile caso. Il raggiro inizia con una telefonata tradizionale, da parte di una finta finanziaria: "Crediamo che lei sia rimasta vittima di una truffa durante una transazione

con la sua carta di credito. È questo il suo numero di carta di credito?". Quando si sente che l'interlocutore conosce il numero di carta, si è portati a rispondere "Sì, è questo il numero ". Viene confermata anche la data di scadenza, nota al telefonista. E si è spinti a rivelare, quasi automaticamente, anche quello che dovrebbe essere taciuto: il codice di sicurezza della tessera.

I CONSIGLI PER DIFENDERSI DAL PHISHING VOCALE

Come abbiamo visto, è semplice, sull'onda emotiva, che ci vengano "estorte" informazioni sensibili. Il consiglio più importante, oltre all'ovvio (non fornire mai password, PIN, CVC o altro a nessun interlocutore) è quello di non effettuare mai bonifici a terzi se non si ha la certezza della loro identità.

Prendere mentalmente nota della società che ci sta chiamando e ritelefonare subito dopo, utilizzando i canali ufficiali (ovvero dai numeri presenti dal loro sito Web ecc.). Non è detto che chi ha telefonato sia chi dice di essere: può aver trovato alcune informazioni sui Social e le altre le ha desunte oppure gliele abbiamo inconsapevolmente fornite.

Utilizzando queste accortezze, tuttavia, ciò potrebbe non essere di per sé sufficiente ad evitare operazioni truffaldine sul proprio conto corrente o tramite la propria carta di credito.

Nel caso ciò accadesse, infatti, ci si può sempre rivolgere ad un'associazione dei consumatori, con legali esperti della tematica, in grado di farvi riavere il maltolto.

CLICCA QUI PER SAPERNE DI PIU'

DIGITAL KIDNAPING

Il pericoloso fenomeno che affligge il web

La tutela dei minori, in particolare dei bambini, assume un gran rilievo quando si tratta dell'utilizzo inconsapevole della rete. Accanto ai noti fenomeni, come il cyberbullismo, si aggiunge il digital kidnapping, ossia, un vero e proprio "rapimento digitale" attraverso il quale, i cybercriminali duplicano l'identità per finalità più disparate, utilizzando i dati e le informazioni, dei nostri figli e della famiglia, che noi stessi decidiamo di mettere online. Spesso gli adulti non si rendono conto che, la condivisione compulsiva di immagini dei propri figli, ad esempio, l'ecografia, i compleanni, la passeggiata al parco, rilevano dettagli che possono essere sfruttati da malintenzionati per svariati fini. Quindi, cerchiamo di capire come proteggerci e come proteggere la loro incolumità fisica e psicologica. Innanzitutto, cerchiamo di capire più da vicino il fenomeno del digital Kidnapping poi ci soffermeremo sulle modalità di protezione dei dati e informazioni che pubblichiamo online.

CHE COS'È IL DIGITAL KIDNAPPING?

Letteralmente digital kidnapping significa "rapimento digitale" e ci si riferisce al comportamento con quale una persona ruba la foto di un minore online e la pubblica come se fosse la propria. Ciò può riguardare non un singolo dato, ma un insieme di informazioni finalizzate a creare "un'identità digitale alternativa" della persona stessa.

Questa pratica consente ai cybercriminali di acquisire dati e fotografie di bambini, creare nuovi profili, per così entrare in contatto con altri minori sui social network.

Sono numerose le persone che pubblicano foto dei propri figli in diversi momenti della propria vita. Queste immagini se da un lato sono un ricordo importante per i genitori, parenti e amici, dall'altro può fornire a un cybercriminale i mezzi necessari per scoprire le informazioni personali, talvolta anche sensibili, dei bimbi. Con la condivisione di questi dati online, è pertanto facile a un criminale rintracciare i dati e mettere insieme tutti i pezzi per poter colpire.

Oltre ai rischi legati alla condivisione fuori controllo delle immagini dei propri bambini e l'uso criminale che può essere fatto di esse online, possono anche sorgere rischi concreti per la sicurezza fisica dei bambini. In questo modo, molte foto innocenti di minori condivise dai propri genitori finiscono per ritrovarsi su siti a carattere pedopornografico. Se si aggiunge la

relativa facilità, come accennato, con la quale si possono rintracciare informazioni personali a partire da una semplice foto condivisa ingenuamente online, le persone malintenzionate non avranno nessuna difficoltà per localizzare e contattare i bambini utilizzando profili creati anonimi o creati a tale scopo. Questo non significa che è assolutamente vietato condividere foto dei propri figli con il suo network sui social, ma va fatto con la consapevolezza dei rischi incorsi e adottando le giuste cautele.

COME PROTEGGERSI DAI RISCHI DEL DIGITAL KIDNAPPING?

Non esiste la sicurezza perfetta sulla rete. Tuttavia, esistono diverse misure da tenere presenti quando si pensa a condividere foto, e quindi dati personali, su un social network soprattutto quando ritraggono bambini o minori. In primis, è fondamentale limitare l'accesso ai propri profili social e quindi alle foto condivise. È possibile, ad esempio, definire impostazioni più rigorose su questi profili, ad esempio limitando la visibilità dei post ai soli amici o rendendo invisibile al pubblico le foto di copertina e di profilo. Poi, anche definendo impostazioni privacy più rigorose, è pur sempre essenziale essere selettivi nelle immagini che vengono condivise e quindi limitare il numero di foto dei propri figli online. Inoltre, costituisce sempre una buona pratica fare attenzione a ogni piccolo dettaglio tutte le volte in cui utilizziamo un social network. È infatti possibile rintracciare il luogo dove è stata presa una foto analizzandone i minimi dettagli. Infine, si deve avere in mente che nulla viene veramente cancellato dal web. Pertanto, prima di postare bisogna riflettere sull'impatto e sul danno che un post potrebbe avere su un bambino in crescita. In conclusione, se è diventato parte della nostra vita oggi condividere ogni singolo momento che si ritiene importante, non devono essere trascurati i rischi della condivisione massiccia di quelli che in realtà sono dati personali, soprattutto quando riguardano i propri bambini. Il digital kidnapping, ovvero il furto di foto anche di bambini online, non solo può causare danno all'immagine e alla reputazione digitale degli stessi, ma può avere ripercussioni drammatiche sulla loro sicurezza fisica e psicologica. Ed è per questo che, sebbene sia di estrema rilevanza stabilire impostazioni privacy rigorose sui propri profili, nonché limitare al massimo le informazioni che possono essere acquisibili dalle immagini condivise online, di altrettanto se non superiore importanza è la presa di conoscenza, degli adulti in primis, dei sempre maggiori rischi e delle minacce di cui la rete costituisce veicolo principale. Infatti, nessuna impostazione o accorgimento tecnico potrà mai sostituire una cultura consapevole della protezione delle informazioni che ci riguardano, e che

ABBONAMENTO 2023-24

€ 60,00

ABBONATI, RICEVI LA RIVISTA E DIVENTA SOCIO!

LEGGI SU TELEFONO O TABLET (ANDROID/APPLE)

CLICCA QUI

CONSULENZA ONLINE
HTTPS://WWW.CODACONSLOMBARDIA.IT/CONSULENZE-ONLINE/

IL GREENWASHING

La rivoluzione verde tra ecologismo e strategie di marketing

La rivoluzione green e la cosiddetta transizione ecologica, stanno coinvolgendo e coinvolgeranno per i prossimi anni un gran numero di aziende e stakeholders.
Questi attori del mercato saranno chiamati a adeguarsi alle nuove direttive mondiali 2030 per la riduzione dell'inquinamento mondiale.
Purtroppo, molte aziende cercano di aggirare questo processo di transizione green adottando il cosiddetto greenwahing per le proprie campagne promozionali.
Il greenwashing è, più precisamente, una strategia di comunicazione volta a sostenere e valorizzare la reputazione ambientale dell'impresa mediante un uso disinvolto di richiami all'ambiente nella comunicazione istituzionale e di prodotto, non supportato da risultati reali e credibili sul fronte del miglioramento dei processi produttivi adottati o dei prodotti realizzati.
Attraverso il greenwashing l'impresa mira a conseguire un posizionamento incentrato sulla sostenibilità ambientale e, dunque, ad ottenere benefici da esso derivanti, in termine di immagine e quindi anche di fatturato, senza che vi corrisponda un modo di operare sostanzialmente diverso da quello dei concorrenti.
Questo avviene tipicamente attraverso una campagna di comunicazione che tende ad evidenziare gli indicatori che mostrano l'impatto positivo dell'attività di impresa nei confronti dell'ambiente, al fine ultimo di distogliere l'attenzione del pubblico dalle performance dell'organizzazione nel suo complesso, dato che quest'ultime risultano poco in linea dal punto di vista della sostenibilità.
Riassumendo le imprese che usano il greenwashing si servono della comunicazione per attribuire valenze di carattere ambientale alle proprie attività, nonostante nella realtà esse siano guidate solo in parte, o non lo siano affatto, da logiche di sviluppo sostenibile.
DEFINIZIONE DI GREENWASHING
La parola greenwahing ha un'antica genesi di oltre trent'anni fa e nasce quando ancora le tematiche ambientali non erano al centro dell'attenzione mediatica.
A utilizzarla per primo fu un ambientalista statunitense nel 1986 per lamentarsi pubblicamente della cattiva abitudine di quelle catene alberghiere che, per mostrarsi apparentamene attente al tema green, invitavano i propri ospiti a ridurre il consumo degli

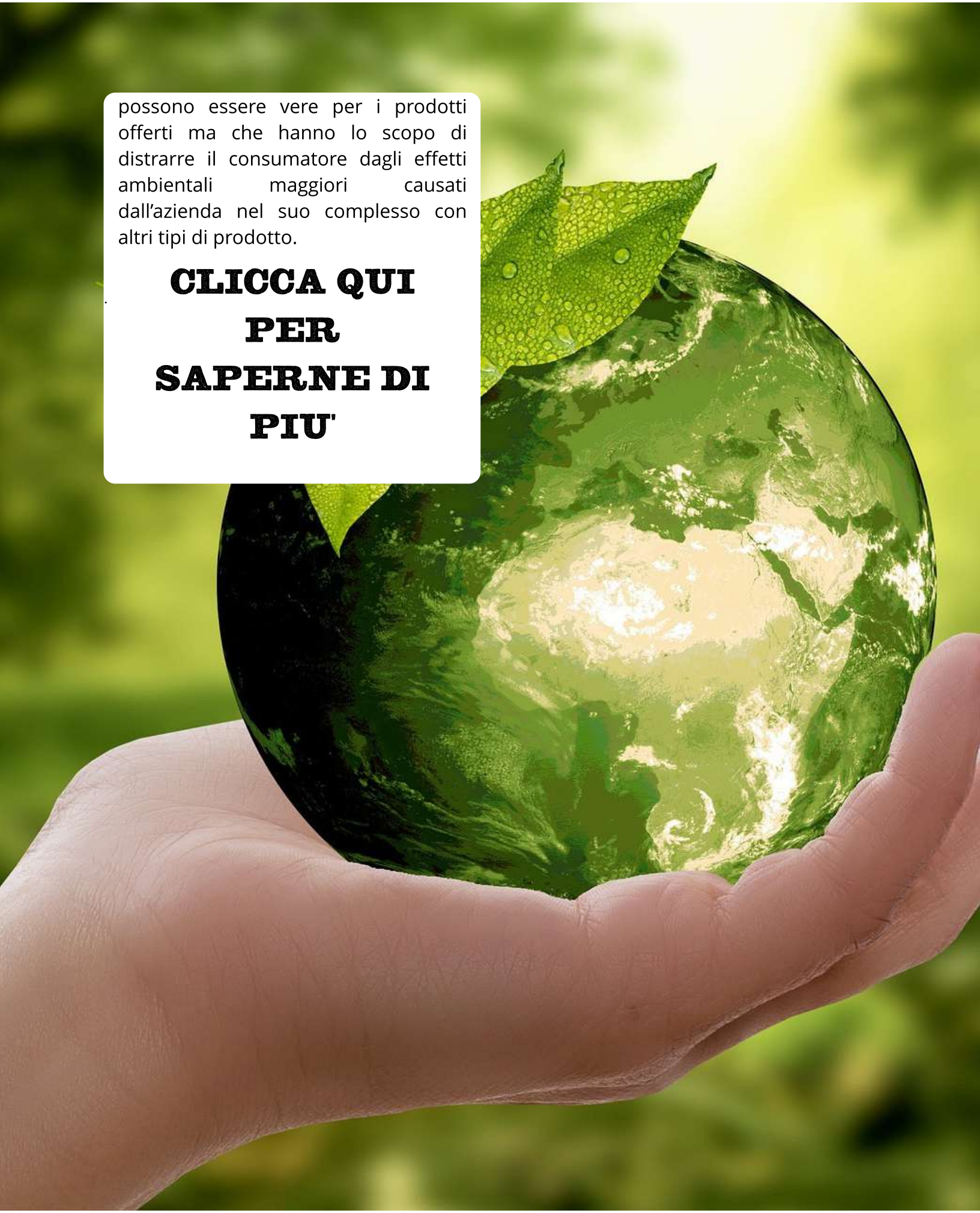
asciugamani, quando in realtà tale invito muoveva prevalentemente da motivazioni economiche.
Greenwashing deriva dalla combinazione tra le parole green, il colore tradizionalmente associato all'ambiente e al movimento ambientalista e whitewashing, imbiancare, che in senso figurato è inteso come dissimulare o nascondere qualcosa.
Si riferisce al tentativo dell'impresa di tingersi di verde, dichiarando di essere green anche quando invece non lo è nella realtà, per creare un'immagine positiva della propria attività e dei propri prodotti o per nascondere comportamenti dannosi nei confronti dell'ambiente.
Il greenwashing, in tal senso può essere inteso come un marketing ecologico di facciata adottato da aziende che cercano di distogliere l'attenzione dell'opinione pubblica e dei media dall'impatto negativo di alcune loro attività produttive, o comunque da una condotta non propriamente allineata ai principi della sostenibilità.
Nella sua definizione più ampia, per greenwashing si intende ogni azione di marketing che tenti di far passare normali attività dell'impresa come più sostenibili di quanto siano in realtà.
Per l'impresa è quindi più conveniente investire nel comunicare il proprio impegno in termini di sostenibilità, attraverso la pubblicità e il marketing, piuttosto che nel mettere in atto misure realmente in grado di ridurre l'impatto ambientale.

TIPI DI GREENWASHING E COME RICONOSCERLO

Esempi di greenwashing sono l'uso disinvolto di richiami all'ambiente nella comunicazione istituzione come filosofia o mission alla comunicazione di un prodotto come risultato di processi sostenibili. Tutto questo come già detto non viene supportato da risultati reali e credibili sul fronte del miglioramento dei processi produttivi adottati o dei prodotti realizzati.
Fare greenwashing significa anche aderire a trovate dei marketing che cercano di nascondere pratiche e situazioni decisamente negative per l'azienda. Ad esempio, creare prodotti eco sostenibili come gadget aziendali, quando magari quotidianamente il processo produttivo dell'azienda in questione non evita minimamente lo spreco e l'accumulo di tali risorse.
In generale nei casi più frequenti di greenwashing la comunicazione si caratterizza per:
- non vengono fornite informazioni o dati significati che supportino quanto dichiarato nello spot pubblicitario;
- viene pubblicizzato l'eco sostenibilità di un prodotto tenendo conto solo di alcune caratteristiche e spostando l'attenzione da ciò che invece ha un vero impatto ambientale;
- vengono utilizzate indicazioni sul prodotto generiche e vaghe che il loro significato può venire facilmente frainteso dai consumatori;
- vengono inserite etichette false o contenenti parole o certificazioni contraffate;
- vengono fornite indicazioni che

possono essere vere per i prodotti offerti ma che hanno lo scopo di distrarre il consumatore dagli effetti ambientali maggiori causati dall'azienda nel suo complesso con altri tipi di prodotto.

CLICCA QUI PER SAPERNE DI PIU'



PIRATERIA E PAY TV

La pirateria è un fenomeno che sta tornando di moda a causa dei costi eccessivi e dei disservizi

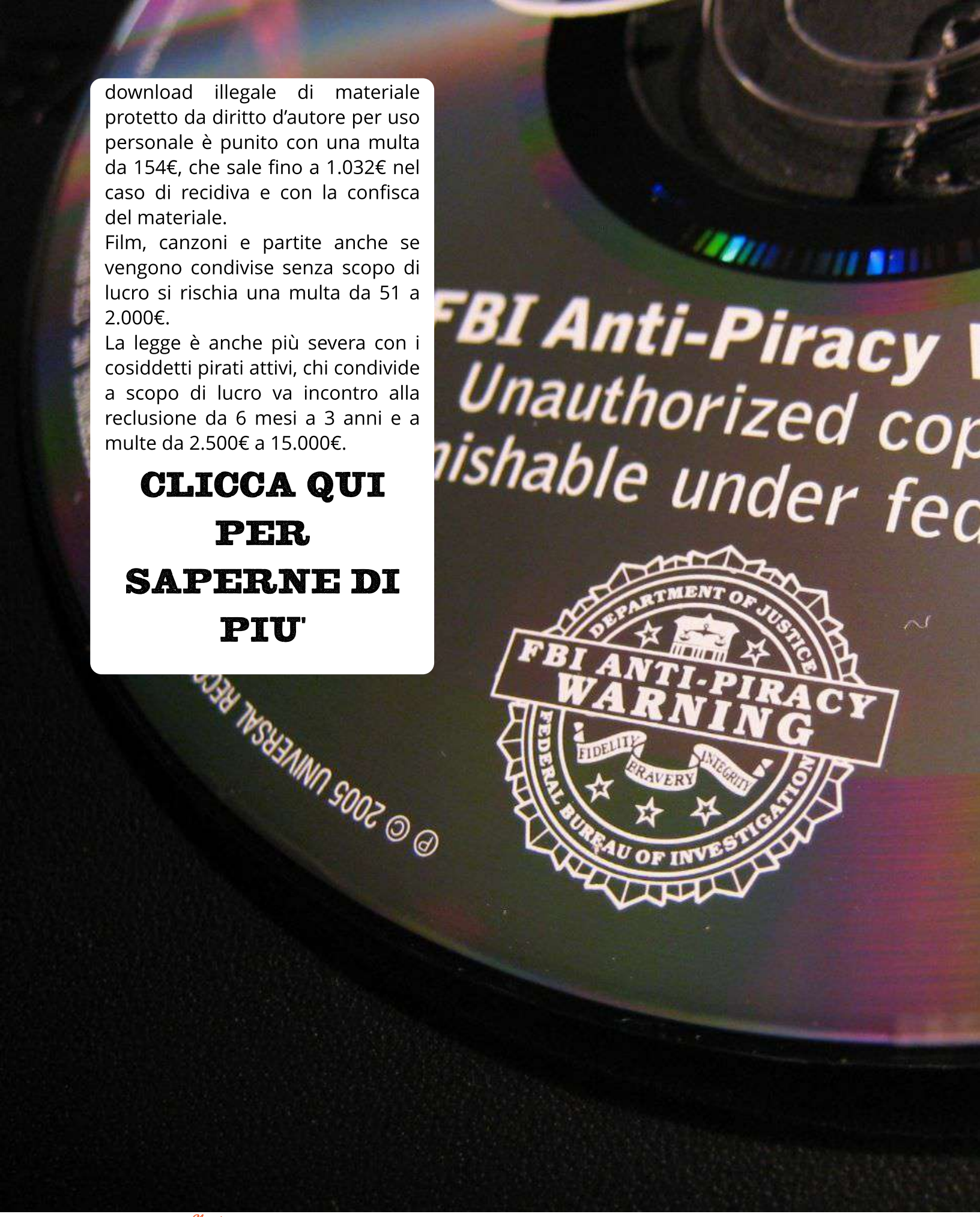
Se da un lato, il modo di vedere la tv sta cambiando, dall' altro sta crescendo anche un mondo parallelo di criminali che offre gli stessi servizi all inclusive ad un prezzo inferiore rispetto agli abbonamenti ufficiali.
Infatti, attraverso l'utilizzo di un particolare decoder, il così denominato "pezzotto", viene consentito agli utenti di vedere contenuti di TV a pagamento come Sky, Dazn, Netflix e Infinity.
IL FENOMENO DEL PEZZOTTO
Il fenomeno del pezzotto, ha trovato larga diffusione negli ultimi anni soprattutto da quando Dazn detiene i diritti della Serie A.
La trasmissione dei contenuti avviene attraverso l'utilizzo di server, molte volte situati all'estero, da cui parte un flusso di dati in streaming destinato a raggiungere gli utenti finali: si tratta della cosiddetta tecnologia IPTV (Internet Protocol Television), che in questo caso è oggetto di un'applicazione illegale.
L'accesso ai contenuti, una volta pagato il canone mensile, avviene grazie ad app dedicate oppure tramite un apposito dispositivo, il cui nome tecnico è box Android.
Il decoder ha un costo di 50/60€ e consente di connettersi a una miriade di canali tv di tutto il mondo decriptandone il segnale originale oppure servendosi di app dedicate o credenziali di accesso.
C'è anche chi involontariamente diventa pirata connettendosi senza consapevolezza a siti che trasmettono contenuti con accesso limitato.
Sono portali con inserzioni pubblicitarie di aziende note e riconoscibili, che conferiscono alle pagine una parvenza di normalità e che non destano nessun sospetto. Tuttavia possiamo distinguerli per alcuni indizi come: nome poco chiaro dell'azienda, indirizzo fisico, data di creazione del sito linguaggio sgrammaticato e annunci pubblicitari pop up molto invadenti, etc...
Secondo alcuni dati recuperabili in rete, nel 2018 l'industria delle pay tv e servizi di intrattenimento ha perduto oltre 600 milioni di fatturato a causa della pirateria digitale, mentre nello stesso anno si stima che due italiani su cinque hanno commesso un atto di pirateria audiovisiva. Inoltre, chi usufruisce di questi "servizi" non solo danneggia chi crea contenuti (come le pay tv), ma alimenta bande criminali che usano questi fondi per attività illecite.
La legge, inoltre, sul diritto d'autore punisce anche i fruitori dei servizi cioè i cosiddetti pirati passivi. Anche per chi procede con il

download illegale di materiale protetto da diritto d'autore per uso personale è punito con una multa da 154€, che sale fino a 1.032€ nel caso di recidiva e con la confisca del materiale.

Film, canzoni e partite anche se vengono condivise senza scopo di lucro si rischia una multa da 51 a 2.000€.

La legge è anche più severa con i cosiddetti pirati attivi, chi condivide a scopo di lucro va incontro alla reclusione da 6 mesi a 3 anni e a multe da 2.500€ a 15.000€.

CLICCA QUI PER SAPERNE DI PIU'



UTENZA INDESIDERATA:

COME DISDIRLA?

Aprire un'utenza è spesso un gioco da ragazzi, ma quando arriva il momento di chiudere il contratto? Ecco la guida per evitare i mal di testa da disdetta

Non di rado si decide di interrompere i rapporti con le aziende fornitrici di utenze domestiche.
Purtroppo, non sempre il processo e i form di disdetta sono intuitivi e di facile comprensione. Vediamo di seguito come effettuare correttamente la pratica.

QUANDO COMUNICARE LA DISDETTA

La disdetta utenze domestiche può essere comunicata in svariate occasioni, ad esempio quando: ci si appresta a cambiare residenza o a trasferire l'attività in un'altra città; con la morte di un parente si diventa eredi di un immobile; si intende passare ad un altro operatore che offre condizioni più vantaggiose; si intende non usufruire più del servizio. Le utenze che si possono disattivare dipendono dai servizi attivi sull'immobile: luce e gas, acqua, telefono e internet, pay tv, canone Rai, ecc.
Per ciascuna fornitura (fatta eccezione per il canone Rai) occorre tener conto di diversi aspetti prima di procedere con l'annullamento del contratto.

DISDETTA UTENZE LUCE E GAS

Se si vuole chiudere definitivamente la fornitura di energia elettrica e gas naturale puoi chiedere la disdetta del contratto e la chiusura del contatore alla società che fornisce energia elettrica e il gas naturale.
Nel caso si volesse effettuare un cambio di fornitore per chiudere il contatore basterà sottoscrivere il contratto con la compagnia prescelta la quale provvederà a curare l'iter per il trasferimento dell'utenza.
Pertanto, non sarà necessario inviare alcuna disdetta al primo fornitore.
Coloro invece che intendono cessare in modo definitivo la fornitura di luce o del gas, senza con ciò passare al nuovo fornitore, dovranno eseguire la disdetta rispettando il termine di preavviso che, per gli utenti domestici, in genere, non può essere superiore a un mese.
Si consiglia di verificare i termini di preavviso previsti nel contratto.
Il modulo di disdetta del contratto fornitura solitamente si può inoltrare: via telefono; via e-mail; via fax via raccomandata a/r .

I documenti da tenere a portata di mano in caso di disdetta sono: dati personali, cioè codice fiscale, carta d'identità dell'intestario del contratto; codice POD per la luce e PDR per il gas (che si ricavano leggendo la bolletta); autolettura luce o autolettura gas; un indirizzo per ricevere il conguaglio finale; l'indicazione del giorno in cui dovrà cessare la fornitura.

La chiusura della fornitura implica dei costi che variano in base al contratto di fornitura. Per quanto riguarda la luce, i clienti che rientrano nel Mercato Tutelato sono tenuti a corrispondere la quota fissa di 23,00 euro.

Mentre coloro che sono passati al Mercato Libero dovranno corrispondere l'importo previsto dalle condizioni contrattuali.

La disattivazione del gas, invece, comporta il pagamento di un importo che viene stabilito dalla concessione che regola la distribuzione.

RIMBORSO IN CASO DI RITARDI DELLA CESSAZIONE DEL CONTRATTO

In caso di ritardi nella chiusura dei contatori, l'utente avrà il diritto ad un rimborso che, nel caso della luce, viene calcolato in base ai giorni eccedenti.

Nello specifico, decorsi 5 giorni di tolleranza, è previsto un indennizzo di 35 euro, 75 euro o 105,00 euro per ritardi di 10, 15 e oltre i 15 giorni.

Per quanto riguarda il gas l'indennizzo si calcola in base alla tipologia di contatore. Trascorsi i 5 giorni di tolleranza il rimborso è di 35 euro per i contatori domestici e di 70 euro per i contatori da G10 a G25.

DISDETTA UTENZE TELEFONICHE

Effettuare la disdetta della linea telefonica e/o adsl è molto semplice: puoi attendere la scadenza del contratto (che si rinnova tacitamente ogni 12 o 24 mesi) inviando una comunicazione scritta alla compagnia telefonica con un preavviso di almeno 30 giorni.

In questo modo non pagherai alcun costo aggiuntivo, ma in bolletta ci saranno comunque addebitati i cosiddetti "costi di disattivazione".

In alternativa potrai inviare la comunicazione scritta prima della scadenza contrattuale ed ottenere comunque il recesso immediato del contratto.

In questo caso è chiaro che se hai aderito ad una particolare promozione e non hai rispettato il termine minimo di durata previsto dal contratto, la compagnia telefonica ha tutto il diritto di richiederti la restituzione degli sconti fruiti nel periodo.

Per quanto concerne le modalità di invio valgono le stesse considerazioni fatte per la disdetta delle utenze domestiche luce e gas.

Consigliamo inoltre di non lasciare bollette telefoniche non pagate, per non rischiare di ricevere intimazioni di pagamento da parte della società fornitrice del servizio.

CLICCA QUI PER SAPERNE DI PIU'

IL CODACONS RINGRAZIA FEDEZ

L'intervento del rapper a Sanremo è da apprezzare: citando il Codacons ha dato spazio ai consumatori

I giorni che hanno preceduto Sanremo hanno visto il Codacons chiedere, ma non ottenere, che Fedez non venisse fatto partecipare: ultimo tassello della lunga guerra legale che ormai va avanti da molto tempo tra il Codacons e i Ferragnez.

Tuttavia, è ormai noto a tutti come, durante la prima serata del Festival, il rapper non abbia esitato a menzionare il Codacons rivolgendosi in modo diretto all'associazione dei consumatori: "ciao Codacons, guarda come mi diverto".

Del tutto inoricamente, inaspettatamente - forse neanche troppo - e senza polemiche, il Codacons ha deciso di ringraziare Fedez. Menzionando l'associazione, ha permesso di portare un'ente a tutela dei consumatori - e dell'ambiente - al centro del Festival, dando spazio a chi tutti i giorni si sbatte per la difesa degli utenti e dei loro diritti. Discorso analogo vale anche per Fiorello e Amedeus che, con i loro continui richiami al Codacons, ne hanno favorito la conoscenza tra milioni di cittadini. E' comunque interessare e bizzarro notare come anche sui social, nei giorni a seguire, non siano venuti a mancare i commenti e i meme che hanno riguardato il rapporto di *odi et amo* che intercorre ormai da molti anni tra l'associazione e Fedez.

Il più ecclatante è sicuramente quello riguardante il bacio tra quest'ultimo e Rosa Chemical: molti utenti si sono infatti divertiti ad inserire sotto l'immagine del secondo artista la scritta "Codacons". Tutte queste situazioni stanno chiaramente a significare come l'associazione, soprattutto negli ultimi anni, sia riuscita a conquistarsi uno spazio sul panorama nazionale. Sebbene le ragioni che hanno portato a questa sua forte espansione sembrano essere ben lontane dagli scopi dell'associazione, la realtà dei fatti è che molti consumatori ne sono venuti a conoscenza, trovandosi così nella condizione di poter usufruire di un servizio in grado di tutelare al meglio i loro diritti e interessi.

ABBONAMENTO 2023-24

€ 60,00

ABBONATI, RICEVI LA RIVISTA E DIVENTA SOCIO!

LEGGI SU TELEFONO O TABLET (ANDROID/APPLE)

CLICCA QUI

Progetto Codacons NEXT2YOU, realizzato con i fondi Ministero sviluppo economico. Riparto 2020