



UNC
CONSUMATORI.IT
1955 | 2015

AUDIZIONE DEL 5 NOVEMBRE 2015
10° Commissione –Senato
D.D.L. 2015 recante “Legge annuale per il mercato e la concorrenza”

* * *

PREMESSA

La “Legge annuale per il mercato e la concorrenza” rappresenta l'unica possibilità di aiutare concretamente le famiglie senza oneri aggiuntivi da parte dello Stato, senza gravare sui conti pubblici, senza incidere sulla pressione fiscale. E' sufficiente decidere “di stare dalla parte dei consumatori”, invece che dalla parte di chi approfitta di rendite di posizione sul mercato.

La mano invisibile di Adam Smith funziona in concorrenza perfetta, non in Italia dove ci sono imprese oligopoliste, gli ex monopolisti sono *price makers*, il mercato è poco trasparente, abbondano pubblicità ingannevoli, le attivazioni di servizi non richiesti, accordi collusivi, false offerte promozionali, pratiche commerciali scorrette ed aggressive, contratti con clausole vessatorie.

In Italia occorre che il legislatore tuteli la parte più debole, creando le condizioni di una effettiva concorrenza che, lo ricordiamo, si realizza con un numero elevato di imprese, perfetta informazione e perfetta mobilità dei fattori. Ed il primo fattore a dover essere mobile, è il consumatore, che, informato di tutti i prezzi, deve poter abbandonare chi vende ad un prezzo maggiore e premiare l'impresa più efficiente, passando da un venditore all'altro senza alcun onere e costo.

In passato, solo in casi eccezionali e sporadici, come con i mutui (portabilità e cancellazione delle penali per l'estinzione anticipata) e con la fine del rinnovo tacito dell'Rc auto, il legislatore ha aumentato la mobilità del consumatore, creando reali vantaggi per le tasche delle famiglie. Per il resto si è privatizzato senza liberalizzare, trasformando monopolisti pubblici in oligopolisti privati. Le presunte liberalizzazioni sono state un autentico fallimento e tutte le tariffe che dovevano ridursi di prezzo, grazie al processo di apertura alla concorrenza, invece di diminuire sono aumentate da 1,5 a 4 volte rispetto all'inflazione.

Oggi in Italia abbiamo il triste primato di avere le banche, le assicurazioni, l'energia, il gas e la benzina tra le più care d'Europa. Vuoi per le troppe tasse, vuoi per le mancate liberalizzazioni. Tutte “spese obbligate” che contribuiscono alla difficoltà economica delle famiglie e riducono la competitività delle nostre imprese rispetto alle altre (visto che non c'è azienda che non abbia un'assicurazione, un conto corrente, non debba ricorrere a un prestito). Lo spread che andrebbe ridotto è quello che ha un'azienda italiana rispetto ad una tedesca quando accede ad un finanziamento, si assicura per i danni, paga una bolletta dell'energia o del telefono. In termini differenziale questo spread, specie per le piccole aziende con pochi addetti tipiche dell'Italia, incide maggiormente rispetto a quello del costo del lavoro.

E' questo l'obiettivo che il ddl in esame dovrebbe perseguire: aumentare il numero delle imprese in campo, rafforzare la trasparenza e l'informazione, consentire al consumatore di cambiare operatore, sanzionare gli abusi con sanzioni superiori all'illecito guadagno, rafforzare i poteri delle Authority, modificare la normativa sulla *class-action* per renderla praticabile.

Ma di questo, spiace costatarlo, si trova scarsissima traccia nel "DDL concorrenza". Secondo le nostre stime gli svantaggi per i consumatori conseguenti all'eventuale entrata in vigore del testo licenziato dalla Camera dei Deputati sono addirittura superiori ai vantaggi. L'effetto negativo dell'eliminazione del mercato di maggior tutela nell'energia è sufficiente, da solo, per compensare le flebili cose positive contenute nel provvedimento.

* * *

Di seguito le proposte dell'UNC, suddivise in due parti. Nella prima le modifiche che suggeriamo per rimuovere le criticità rilevate nel testo attuale, nella seconda i capi che proponiamo di aggiungere.

PRIMA PARTE

CAPO II: ASSICURAZIONI

In tutti gli articoli relativi al Capo II traspare la volontà del legislatore di ridurre i costi delle imprese rispetto a quella di aumentare la concorrenza. Per fortuna rispetto alla bozza iniziale si è attenuata la portata della compressione dei diritti dei consumatori, rendendo meno negativo il testo, ma l'impianto e la filosofia restano.

Eppure, secondo dati Ania, le imprese assicurative italiane hanno chiuso il 2014 con un risultato, al netto della tassazione (pari a 2,4 miliardi) di 6 miliardi: l'utile del settore vita è stato pari a 3,5 miliardi mentre quello relativo al settore danni è stato pari a 2,5 miliardi (2,1 nel 2013). La raccolta premi è aumentata nel complesso del 19,9% (+12,8% nel 2013). Nel 2014 diminuisce anche il numero di sinistri relativi all'rc auto e si riduce la frequenza sinistri del 3,2%, secondo la relazione annuale dell'Ania. Il calo della frequenza sinistri si associa con una lieve riduzione del costo medio dei sinistri di competenza (-0,6%).

Insomma, è decisamente ora che il legislatore tuteli il soggetto più debole e non si preoccupi dei costi delle imprese, che si devono ridurre certamente, ma attraverso la maggiore efficienza che un libero mercato può consentire e favorire.

In sintesi, qualunque modifica venga introdotta in Senato, occorre che al consumatore sia comunque garantito sempre quanto segue:

- 1) il carrozziere, chiunque paghi, deve essere per legge considerato responsabile della conformità del bene riparato.
- 2) va previsto un percorso di riparazione, un contratto nel quale il consumatore sia comunque sentito e accetti per iscritto le riparazioni che i tecnici ed i periti hanno scelto.
- 3) accettazione qualificata del perito che attesta che il lavoro concordato è stato fatto in quantità ed in qualità.

CAPO III: COMUNICAZIONI

Art. 18 – Costi per il recesso

In materia rileviamo i numerosi rischi connessi all'approvazione dell'attuale art. 18: limitarsi a prevedere che le spese e gli altri oneri di recesso e trasferimento dell'utenza siano noti, commisurati al valore del contratto e comunicati all'Agcom, esplicitando la rispettiva giustificazione economica, suona come una beffa.

Le penali per chi recedeva da un contratto telefonico erano state ufficialmente eliminate dalla prima "lenzuolata Bersani" (Legge n. 40/2007), che fece però l'errore di lasciare all'operatore la possibilità di imputare spese giustificate da costi ("*senza spese non giustificate da costi dell'operatore*" era l'espressione). Così la normativa e la *ratio* della norma fu elusa dalle compagnie telefoniche e le penali, formalmente eliminate, rientrarono dalla finestra sotto forma di spese, già accettate dall'Agcom come giustificate economicamente. Nessun beneficio, quindi, per il consumatore.

Oggi, come ieri, l'unica cosa che ha senso è azzerare del tutto le spese per il recesso dal contratto telefonico, in modo da realizzare una vera portabilità, come avviene già per i conti correnti. Non vi potrà mai essere alcuna liberalizzazione se non ci sarà il totale azzeramento delle spese per il recesso, anche anticipato, da contratto telefonico e questo anche in caso di offerte promozionali legate a sconti tariffari. E' evidente che uno sconto non può giustificare in alcun modo un vincolo alla concorrenza e alla mobilità del consumatore, dato che lo sconto è regolarmente e normalmente praticato da tutti i commercianti per la semplice ragione che porta vantaggi anche al venditore, dato che incentiva la vendita. Peraltro tutte le compagnie telefoniche oramai vendono sempre e solo sotto forma di offerte promozionali. Vincolare, quindi, nel caso di offerte promozionali, il consumatore per un tempo biblico di 24 mesi è un regalo alle compagnie ed un abuso nei confronti delle famiglie. Non si potrà mai avere concorrenza senza mobilità dei fattori, ossia senza la possibilità per il cliente di passare velocemente e senza costi da una compagnia all'altra.

Unica eccezione possibile è se viene offerto un bene in omaggio o scontato, come uno smartphone. In tal caso, a fronte di un recesso anticipato, è giustificabile che il consumatore versi una spesa commisurata al valore del bene al momento del recesso.

La proposta, quindi, è di prevedere il seguente comma: "*Non potranno essere addebitate spese o ogni altro onere comunque denominato in relazione al recesso o al trasferimento dell'utenza ad altro operatore, anche in caso di offerte promozionali legate a sconti tariffari. Se, e solo se, nel contratto sono previsti beni offerti in promozione, ed in caso di recesso anticipato, allora potranno essere addebitate delle spese giustificate da costi dell'operatore. In questo caso, le spese e ogni altro onere comunque denominato relativi al recesso anticipato, dovranno essere equi e proporzionati, oltre che inferiori al valore del bene offerto nel contratto, tenuto conto anche dei versamenti già effettuati dal consumatore, della durata residua della promozione offerta e del valore del bene al momento del recesso e, comunque, dovranno essere resi noti al consumatore al momento della sottoscrizione del contratto, nonché comunicati, in via*

generale, all'Autorità per le garanzie delle comunicazioni, esplicitando analiticamente la composizione di ciascuna voce e la rispettiva giustificazione economica".

Art. 23 - Registro delle opposizioni

Estendere la disciplina in essere anche alle ipotesi di impiego della posta cartacea è del tutto insufficiente. Il registro delle opposizioni, infatti, non funziona nemmeno per le numerazioni telefoniche e si è rilevato un fallimento. Gli iscritti al registro continuano a ricevere chiamate da parte di *call center*, che offrono di tutto e di più. Se i consumatori hanno finito per pagare bollette più salate quando sono passati dal mercato tutelato dell'energia a quello libero, è anche perché hanno accettato il passaggio al telefono, senza poter verificare condizioni complicatissime, impossibili da comprendere con una telefonata. Bisogna assolutamente intervenire prevedendo sanzioni dissuasive e automatiche per ogni chiamata effettuata a famiglie iscritte al registro, un indennizzo automatico a favore del consumatore molestato, stabilendo quale Authority è abilitata a comminarla (Privacy, Antitrust, Agcom), senza alcun onere di segreteria per chi segnala. Chiediamo, inoltre, di invertire il meccanismo, ripristinando il precedente: solo chi autorizza esplicitamente può ricevere telefonate a casa. Va proibito di poter usare gli elenchi del telefono come indirizzari per inviare lettere promozionali, senza bisogno del preventivo consenso del consumatore.

Art. 24 – Numerazioni non geografiche

Qui è positivo il giudizio sul fatto che la tariffazione delle chiamate verso numerazioni non geografiche, abbia inizio solo dalla risposta dell'operatore. Per tutte le chiamate dovrebbe essere previsto che non si deve pagare durante la musicchetta d'attesa.

CAPO V: ENERGIA

Le norme approvate dalla Camera relative al Capo V – Energia, prevedono, fra l'altro, la soppressione dal 1° gennaio 2018 del mercato tutelato per i clienti domestici dell'elettricità e del gas. Anzitutto vogliamo riaffermare la nostra contrarietà a questa prospettiva per le ragioni più volte espresse e che si possono così riassumere:

- a) E' mistificante sostenere che la soppressione del mercato tutelato rappresenti una liberalizzazione. Se per liberalizzazione, come recita la *Treccani*, si intende la rimozione dei vincoli che rappresentano restrizioni alla concorrenza, al fine di garantire le condizioni favorevoli affinché le dinamiche concorrenziali si sviluppino, allora non solo non si rimuove alcun vincolo (i clienti sono da tempo tutti liberi), invece, al contrario si sopprime sia uno dei principali concorrenti nel mercato all'ingrosso del settore elettrico (l'Acquirente Unico) insieme alle società che nel mercato *retail* stanno applicando i prezzi della tutela.
- b) Il mercato energetico italiano è sostanzialmente dominato da grandi società verticalmente integrate. Nell'elettricità, circa l'83% dei volumi di vendita sono appannaggio dei primi 3 gruppi societari italiani, con

Enel che raggiunge da solo addirittura il 76%. Nel gas l'attività di vendita è concentrata in quei venditori che in passato operavano come monopolisti: infatti nel 2013 oltre il 94% dei volumi di gas sono stati consegnati in regioni dove i venditori tradizionali (*incumbent locali*) hanno una quota di mercato complessivamente superiore al 75% (*Rapporto AEEG 12.2.2015*).

- c) In questo contesto di scarsa concorrenza e con una tale concentrazione societaria, prevedere la fine del mercato tutelato e la soppressione dell'Acquirente Unico è l'opposto di quello che si dovrebbe fare e significa condannare il consumatore a subire inevitabili aumenti dei prezzi. Gli operatori infatti potranno fissare i propri prezzi senza confrontarsi con alcun benchmark, specialmente in assenza di serie misure antitrust, quali la separazione proprietaria tra generazione, vendita e distribuzione. È evidente, infatti, che la semplice sorveglianza sui prezzi non costituisce un reale deterrente, sia che avvenga ex ante sia, a maggior ragione, qualora avvenisse solo ex post.

Tuttavia, anche se si volesse procedere al superamento del mercato tutelato nel settore energia, tema su cui rimane comunque il nostro fermo dissenso, il testo trasmesso dalla Camera contiene, a nostro avviso, almeno due gravi incongruenze.

La prima, che rischia di determinare un grosso regalo ai venditori di elettricità e gas ed un corrispondente danno alle famiglie, è che non si dice dove verrebbero collocate le famiglie che al 1° gennaio 2018 non avessero effettuato la scelta di un nuovo fornitore sul mercato libero. Poiché sappiamo che, a tale data, molti clienti domestici non avranno scelto un nuovo fornitore, si deve intuire che resteranno clienti delle società che sinora hanno gestito il mercato tutelato, cioè le società di proprietà dei Distributori (ENEL, Eni, Acea, A2A, Hera, ecc.). I clienti verranno dunque regalati a tali società che potranno applicare i prezzi a loro piacimento. Considerato che si tratta di clienti statici, è facile trarne le conseguenze. Anche dal punto di vista delle condizioni concorrenziali del mercato *retail*, si ritornerebbe ad una situazione pressoché monopolistica (quale quella antecedente la liberalizzazione), stante che ENEL ed ENI, rispettivamente nel mercato dell'elettricità ed in quello del gas, controllano fra il 70 e l'80% del mercato *retail* nazionale.

E' profondamente ingiusto costringere una persona, suo malgrado, a scegliere un nuovo contratto di fornitura: l'uscita dal mercato tutelato deve essere, invece, una scelta volontaria dei clienti, dettata solo dalla convenienza, non certo imposta per legge. In questa prospettiva appare difficile pensare ad una riduzione dei prezzi dell'energia per le famiglie!

Per ovviare a questa prospettiva, se sussiste la buona fede e si vuole evitare un regalo ai venditori, è indispensabile che il Senato modifichi il provvedimento nel senso di dare mandato all'Autorità per l'energia di indire un'asta competitiva internazionale, per assegnare alle Società di Vendita che offrano le migliori condizioni, i lotti di clienti che al 1° gennaio non abbiano scelto un fornitore sul mercato libero.

La seconda incongruenza riguarda i requisiti da soddisfare affinché il 1° gennaio 2018 possa aver termine il mercato tutelato. Nel testo in approvazione al Senato si prevede che il termine possa essere rinviato di sei

mesi nel caso che il Ministero dello Sviluppo Economico, alla luce di un Rapporto presentato dall'Autorità per l'energia, emani un apposito decreto. Ma cosa accade se il Ministro non emana il decreto nonostante il Rapporto dell'Autorità evidenzi che uno o più dei necessari requisiti non risultino soddisfatti? O cosa accade se l'Autorità non produce il Rapporto? Purtroppo a nostro avviso il testo attuale della legge comporterebbe comunque la cessazione del mercato tutelato.

Per ovviare a questa infausta prospettiva è necessario, a nostro avviso, che il Senato preveda che il mercato tutelato rimanga in vigore per tutti i clienti domestici, fino a quando un Decreto del Governo, alla luce del Rapporto dell'Autorità per l'energia, stabilisca che tutti i requisiti previsti siano stati rispettati.

Infine, sarebbe necessario che il Senato stabilisca di estendere ai contratti del mercato libero gli standard commerciali regolati dall'Autorità per i contratti del servizio di maggior tutela, possibilmente rafforzandole. Attualmente, infatti, questioni come gli interessi di mora, la rateizzazione delle bollette, la sospensione della fornitura per morosità, ecc., nel mercato tutelato sono definite dalla regolazione dell'Autorità. Nei contratti del mercato libero, invece, vengono lasciate alla discrezione delle parti. Si tratta di un evidente danno soprattutto verso i consumatori vulnerabili, più esposti, che vedranno ridotta ingiustamente la loro tutela.

Art. 38 - Obbligo di assicurazione servizi bancari.

Giudizio positivo sull'art. 38 e la proposta di porre a carico degli istituti bancari e delle società di carte di credito l'obbligo di assicurare che l'accesso ai propri servizi di assistenza ai clienti, anche tramite chiamate da telefono mobile, avvenga a costi telefonici non superiori rispetto alla tariffa-zione ordinaria urbana. Ottima anche la previsione di una sanzione amministrativa e di un indennizzo non inferiore a 100 euro a favore dei clienti.

Si chiede, però, di estendere questo articolo dalle banche a tutti i servizi di assistenza, non solo degli istituti bancari. In questi ultimi anni, infatti, le aziende hanno dato un'interpretazione restrittiva dell'art. 6 del Codice del consumo, considerando come obbligatorio riportare, insieme al prodotto commercializzato, solo le istruzioni utili relative alla sicurezza del prodotto. Dal cellulare al televisore, dalla stampante al computer, le classiche istruzioni d'uso allegate alla confezione sono diventate introvabili. Il consumatore, quindi, è costretto a telefonare all'azienda per capire il funzionamento del bene acquistato e per farsi inviare il manuale d'uso del prodotto. Non sempre, infatti, è facilmente scaricabile il manuale dal sito internet dell'azienda e non tutti i consumatori, comunque, hanno un computer. E' inaccettabile che dall'assenza di istruzioni le aziende, oltre a guadagnarci dalla mancata stampa del libretto, ci guadagnino pure dalla telefonata che il cliente è costretto a fare per capire come funziona l'apparecchio. Il consumatore è costretto a pagare costi telefonici anche per sapere il numero di telefono del centro di assistenza e del tecnico più vicino, per segnalare un guasto, magari mentre il prodotto è ancora in garanzia e per la risoluzione tecnica di un qualunque problema, dovuto magari al malfunzionamento e al difetto del bene.

Solo poche aziende mettono a disposizione numeri di assistenza gratuiti, che sarebbe la cosa più giusta da fare e proporre. E', però, indispensabile che

siano almeno eliminati i numeri a sovrapprezzo e che sia rivisto, su questo punto, il Codice del Consumo, in modo che l'articolo 6, comma 1, lettera f, del decreto legislativo n. 206 del 6 settembre 2005 diventi: "*alle istruzioni d'uso, alle precauzioni e alla destinazione d'uso e a ogni altra informazioni utile alla fruizione o alla sicurezza del prodotto. Il presente articolo entra in vigore dopo 180 giorni dalla sua pubblicazione nella Gazzetta Ufficiale e non si applica ai prodotti confezionati e commercializzati in data antecedente*".

CAPO VIII: SERVIZI PROFESSIONALI

In tema di compenso per le prestazioni professionali, la buona intenzione, assolutamente condivisibile, di imporre ai professionisti di comunicare ai clienti il grado di complessità dell'incarico, gli oneri ipotizzabili, il preventivo di massima del compenso della prestazione professionale, appare insufficiente. L'art. 47, infatti, non contempla una sanzione e senza un deterrente effettivo, resterà una norma inapplicata. Occorre prevedere, come aveva inizialmente previsto il Governo Monti nel *Cresci Italia*, l'obbligo del preventivo scritto, pena provvedimento disciplinare dell'ordine di riferimento. In caso di recidiva, sarebbe opportuna la sospensione per un certo tempo della professione.

CAPO X

Art. 50 – Miglior prezzo

Si chiede di cancellare l'art. 50 che sancisce la nullità delle clausole contrattuali che vietano alle imprese ricettive di offrire prezzi e condizioni migliori rispetto a quelli praticati dalla stessa impresa per il tramite di piattaforme di distribuzione on-line.

La norma solo apparentemente sembra andare in favore del consumatore e dell'abbassamento dei prezzi. In realtà non è così: l'Antitrust aveva già dichiarato illegittime le clausole che vietavano agli albergatori di offrire ai propri clienti condizioni più vantaggiose di quelle offerte sulle stesse camere, stabilendo però che le offerte migliori sarebbero dovute essere esclusivamente "off-line". Ora, invece, si rende addirittura nulla qualunque clausola che obblighi gli albergatori a non praticare alla propria clientela prezzi e condizioni migliori rispetto a quelle garantite attraverso gli intermediari.

Ebbene una delle condizioni per avere concorrenza è proprio la perfetta informazione e la trasparenza dell'offerta. I siti comparatori hanno proprio consentito di raggiungere questo obiettivo, di poter confrontare rapidamente i prezzi di tanti alberghi, permettendo al consumatore di poter scegliere l'albergo più conveniente e con il miglior rapporto qualità prezzo. E' la mobilità del consumatore a premiare gli albergatori migliori e più efficienti. I siti di prenotazioni on line sono un formidabile strumento per fare incontrare domanda e offerta e consentono al consumatore di moltiplicare il numero degli alberghi monitorati. Questo meccanismo, però, funziona se il prezzo sui siti internet è vero, è quello realmente praticato, non un prezzo gonfiato rispetto a quello che si ottiene chiamando direttamente l'albergo. Al di là del fatto che sfugge perché un albergatore dovrebbe avere convenienza

a pubblicizzare su quei siti un prezzo più alto di quello effettivamente praticato (a chi giova? Semmai avrebbe più convenienza a fornire un prezzo più basso, per attirare più clienti grazie alla piattaforma, non più alto), se i siti non potranno più fornire informazioni affidabili, verrà meno la trasparenza del prezzo e la corretta informazione del consumatore. Peraltro nessun albergatore è obbligato ad offrire i propri servizi tramite quelle piattaforme, né si può considerare che sia costretto a farlo per poter andare su internet. Nulla impedisce ad un albergatore di farsi pubblicità in modo autonomo, con un proprio sito internet.

E' possibile intervenire per legge direttamente sui contratti esistenti, dichiarando nulle determinate clausole. Norme imperative che cambiano elementi essenziali del contratto sono possibili. Ma è uno strumento eccezionale, che va applicato solo quando vi sia un evidente abuso, una disparità evidente tra le parti, la parte più debole ha subito una pressione, una coercizione, non ha avuto margini di libertà di scelta, per l'assenza di alternative o per necessità, quando vi è una finalità generale, l'urgenza di tutelare l'interesse della collettività. Altrimenti, *pacta sunt servanda*. In questo caso si tratta di clausole a cui gli hotel hanno volontariamente aderito, pensando potesse loro convenire. Il mercato, per funzionare, ha bisogno di semplici regole. E tra queste non rientra il fatto di dichiarare quei patti liberamente sottoscritti come non più validi.

Il miraggio di un risparmio ottenuto con la libera fluttuazione del prezzo, non deve ingannare il legislatore, essendo maggiori gli effetti positivi che, in termini di concorrenza, sono ottenuti con questi comparatori, grazie al più facile incontro tra domanda e offerta, all'aumento delle imprese che il consumatore ha a disposizione per scegliere, alla perfetta informazione e alla maggiore mobilità dei fattori.

PARTE SECONDA

(Si propongono nuovi capi da aggiungere al ddl concorrenza)

1) Data di scadenza dei prodotti alimentari

L'art. 4 del decreto-legge 31 gennaio 2007, n. 7, convertito, con modificazioni, dalla legge 2 aprile 2007, n. 40 conteneva una giusta disposizione sulla data di scadenza dei prodotti alimentari e sul giusto diritto del consumatore di vederla senza dover organizzare una caccia al tesoro per trovarla. Purtroppo la norma, non essendo previste sanzioni, è rimasta inapplicata, come sa chiunque acquista acqua minerale, una scatola di biscotti (i savoiardi sono un caso emblematico), o una confezione di funghi secchi, solo per indicare alcune delle lamentele più frequenti pervenute alla nostra associazione.

Si propone il seguente articolo:

"All'articolo 4 del decreto-legge 31 gennaio 2007, n. 7, convertito, con modificazioni, dalla legge 2 aprile 2007, n. 40, è aggiunto, in fine, il seguente comma:

3. I soggetti tenuti all'apposizione dell'indicazione di cui al comma 1 che non si adeguano alle prescrizioni del medesimo comma entro centottanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge sono sanzionati dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato per pratica commerciale scorretta. I prodotti confezionati in data antecedente a quella

dell'entrata in vigore del presente comma possono essere immessi nel mercato fino allo smaltimento delle scorte."

2) Vendite sottocosto libere

Si chiede l'abolizione dell'art. 1 comma 4 e 5 del DPR n. 218 del 6 aprile 2001 che prevede che non si possono fare vendite sottocosto per più di 3 volte all'anno, per una durata superiore a 10 giorni, per più di cinquanta referenze, se non sono passati almeno 20 giorni dall'ultima vendita sottocosto e che la vendita deve essere comunicata al comune dove è ubicato l'esercizio almeno dieci giorni prima dell'inizio.

Mentre si chiede di rafforzare l'art. 1 comma 2, che vieta la vendita sottocosto effettuata da un esercizio commerciale che, da solo o congiuntamente a quelli dello stesso gruppo di cui fa parte, detiene una quota superiore al cinquanta per cento della superficie di vendita complessiva esistente nel territorio della provincia dove ha sede l'esercizio, con riferimento al settore merceologico di appartenenza. Si chiede di abbassare la quota della superficie dal 50 (cinquanta) al 25 (venticinque) per cento.

3) Eliminazione delle spese di spedizione delle bollette per gli utenti

Oggi con la scusa che sono servizi a favore del consumatore, le compagnie telefoniche, del gas etc., fanno pagare al consumatore la spedizione della fattura, anche se, per l'art. 21 del D.P.R. n. 633/1972 sono a carico di chi le emette ("non possono formare oggetto di addebito a qualsiasi titolo"). Erano nella cosiddetta "terza lenzuolata Bersani", mai approvata.

Questo è uno di quei classici casi in cui si può consentire un risparmio alle famiglie senza oneri per lo Stato, se solo si decide di stare dalla parte dei consumatori e non delle compagnie.

Ecco l'articolo che chiediamo di aggiungere:

"E' fatto divieto assoluto di addebitare spese di qualsiasi natura o contributi comunque denominati anche inerenti alla predisposizione o produzione oppure alla spedizione o riscossione della fattura o della bolletta".

4) Trasporto pubblico non di linea

L'aver accantonato il Capo V e l'art. 24 della prima bozza del ddl concorrenza è grave, considerato che urge liberalizzare il settore e introdurre una nuova regolamentazione che sia aggiornata ai tempi moderni, che contempli la *sharing economy*, l'esistenza di internet e degli *smartphone*, consentendo ad esempio, anche per il noleggio con conducente, di ricevere una prenotazione tramite app. E' indispensabile favorire l'utilizzo di piattaforme tecnologiche, favorire la multicanalità nella mobilità cittadina e nuove forme di mobilità personale su chiamata.

Costringere gli autisti di noleggio ad iniziare e finire ogni servizio nella loro rimessa, allungando così inutilmente il percorso ed i tempi di attesa, con un aumento del costo del viaggio che ovviamente viene traslato in avanti sul consumatore finale, oltre ad essere antieconomico ed inefficiente, produce diseconomie esterne, come maggior inquinamento ed aumento del traffico.

L'Autorità dei trasporti nel mese di giugno ha inviato a Governo e Parlamento una segnalazione, nelle quali si suggerivano i provvedimenti da adottare.

Si chiede al Senato di far proprie le proposte avanzate dall'Art, inserendole nella legge sulla concorrenza: individuazione nelle regioni degli ambiti territoriali di riferimento per tutti i servizi di trasporto di passeggeri non di linea, possibilità di praticare sconti (fissazione di una tariffa massima) e cumulare licenze, eliminazione, per il servizio di noleggio con conducente, dell'assurdo obbligo di dover rientrare in rimessa dopo ogni singolo servizio e previsione, per servizi come Uber, di requisiti di idoneità del guidatore e del veicolo: assicurazione per responsabilità civile aggiuntiva, conducente con più di 21 anni e almeno 3 anni di guida, nessun provvedimento di sospensione della patente, riconduzione al regime del lavoro occasionale delle prestazioni dei conducenti non professionisti.
Si rimanda, per ulteriori dettagli, alla segnalazione dell'Art, da noi integralmente condivisa.

Per maggiori informazioni:
Dott. Mauro Antonelli
Cell. 338.4031534
Email: press.economia@consumatori.it

Roma, 4 novembre 2015

La Segreteria Nazionale