

Consumatori. In sei anni ricevuti 169 milioni dei 300 incassati dalle sanzioni Antitrust

Al Fondo solo metà risorse

Le Camere hanno chiesto chiarimenti sulla ripartizione

A CURA DI
Antonello Cherchi
Domenico Lusi
Domenico Lusi
Andrea Marini

Quaranta milioni da investire nel 2006 in iniziative a favore dei consumatori. Quaranta milioni che provengono da un Fondo ad hoc alimentato con le sanzioni amministrative comminate dall'Antitrust. Accade così che le aziende sorprese dall'Authority della concorrenza ad alterare il mercato, si impegnino, seppure non in maniera diretta, a spiegare agli utenti, attraverso progetti realizzati dagli enti locali e dalle associazioni di consumatori, le corrette regole dell'operare imprenditoriale.

Una legge del contrappasso nata con la Finanziaria del 2000 grazie alla volontà dell'allora ministro dell'Industria,

L'UTILIZZO

Le somme che provengono dall'Authority dovrebbero essere impiegate per iniziative di informazione a favore degli utenti

Enrico Letta, e che finora è riuscita ad assegnare 169 milioni, anche se in realtà le multe incassate negli ultimi sei anni sono ben di più e superano i 300 milioni.

Il fatto ha generato aspre contese tra le associazioni dei consumatori e il ministero dell'Economia, responsabile dell'assegnazione delle somme al Fondo. Le prime accusano il ministero di trattenerne nelle proprie casse la maggior parte dei milioni ricavati dalle multe Antitrust.

Dubbi nati fin dal 2001, quando l'Esecutivo guidato da Silvio Berlusconi introdusse nella Finanziaria un articolo che destinava, limitatamente a quell'anno, il ricavato delle sanzioni dell'Antitrust alla copertura dei maggiori oneri derivati dalle misure antinflazionistiche dirette al contenimento dei prezzi dei prodotti petroliferi.

Tra le associazioni iniziò a insinuarsi il dubbio che il Governo intendesse utilizzare il Fondo per finanziare le iniziative più disparate, senza troppi riguardi per gli interessi dei consumatori. Sospetto che si rafforzò l'anno successivo, quando alle iniziative in favore degli utenti vennero assegnati appena 217mila euro.

Il primo piano organico di intervento in favore dei consumatori è stato approvato solo a maggio 2003, con lo stanziamento di circa 29,3 milioni di euro da ripartire tra tre tipi di iniziative: alcune campagne di informazione, il cofinanziamento di progetti promossi dalle associazioni dei consumatori e dalle amministrazioni locali, la realizzazione del primo modulo dell'Osservatorio dei prezzi. A novembre dello stesso anno sono stati stanziati altri 3,7 milioni per i progetti delle associazioni, mentre a dicembre è stato costituito un Fondo di garanzia dell'accesso al credito al consumo per le famiglie di 16,6 milioni di euro (cui se ne sono aggiunti altri 18 l'anno successivo).

Ma anche nella gestione dei soldi del Fondo c'è poca trasparenza. Ha avuto modo di sottolinearlo, in modo trasversale, lo stesso Parlamento, a cui è stato sottoposto per il parere il decreto del ministero dell'Economia che assegna i 40 miliardi del 2006. La commissione Attività produttive della Camera ha preso «atto con rammarico» che nonostante avesse «ripetutamente richiesto al governo di conoscere il dettaglio delle ripartizioni del Fondo effettuate negli esercizi precedenti, così da poter valutare l'efficienza e l'efficacia delle risorse impiegate, tali informazioni continuano a mancare».

Informazioni richieste anche nel 2005, quando si era trattato di dare il via libera al decreto che ripartiva 24 milioni. Alla fine il Parlamento ha dato parere favorevole al decreto, ma soprattutto alla Camera i distinguo si sono fatti sentire.

www.sviluppoeconomico.gov.it

Gli interventi previsti

Obiettivi	Risorse (in milioni)
Iniziative di informazione al consumatore e promozione nel campo del risparmio e dell'efficienza energetica	3,0
Interventi di carattere sociale per ridurre i costi delle forniture di energia a favore dei consumatori economicamente disagiati	11,0
Finanziamento delle Regioni e Province autonome per programmi di assistenza a tutela dei consumatori	14,0
Interventi per la promozione e l'informazione in favore dei consumatori e degli utenti sui temi delle liberalizzazioni, la trasparenza dei mercati, l'esercizio dei diritti e delle opportunità previste dal decreto legge 223/2006 (decreto Bersani), convertito nella legge 248	5,0
Iniziative per promuovere l'informazione, attraverso spazi informativi di pubblica utilità in una serie di programmi televisivi e radiofonici e mediante apposite campagne e giornate di studio e assistenza, in merito al regolamento comunitario sulla cooperazione amministrativa nonché per l'implementazione della banca dati per le tariffe Rc auto e la realizzazione del software informatico per la comparazione delle tariffe da parte del singolo consumatore	2,5
Realizzazione da parte della Guardia di finanza di interventi straordinari finalizzati alla sorveglianza e al ritiro dal mercato di prodotti pericolosi destinati al consumatore finale	1,5
Realizzazione delle prime misure per il sistema informativo sui prezzi dei prodotti agro-alimentari	1,5
Attività di monitoraggio dei prezzi e delle tariffe dei pubblici servizi	1,5
Totale	40,0

Così alle Regioni

Le somme assegnate a Regioni e Province autonome per programmi di assistenza e tutela dei consumatori

Regioni e Province autonome	Fondi (mgl €)	Regioni e Province autonome	Fondi (mgl €)
Piemonte	985,1	Marche	345,6
Valle d'Aosta	27,9	Lazio	1.199,0
Lombardia	2.136,9	Abruzzo	339,5
Bolzano	108,5	Molise	84,1
Trento	113,2	Campania	1.512,2
Veneto	1.069,2	Puglia	1.062,8
Friuli V. G.	274,0	Basilicata	155,9
Liguria	362,2	Calabria	524,9
Emilia R.	944,4	Sicilia	1.309,6
Toscana	818,6	Sardegna	431,0
Umbria	195,4	Totale	14.000

Obiettivo tutela

Le sanzioni dell'Antitrust riscosse dall'Economia e la quota destinata a progetti per i consumatori (nel 2003 confluiscono rimanenze dell'anno precedente)

Anni	Multe incassate (in milioni)	Fondi stanziati (in milioni)
2001	5,8	—
2002	34,2	0,2
2003	73,1	49,6
2004	30,3	55,1
2005	28,0	24,2
2006	130,2	40,0
Totale	301,6	169,1

Fonte: elaborazione del Sole-24 Ore del lunedì

In arrivo guide, Cd, giornate a tema e la Web radio

L'obiettivo di quest'anno: spiegare le liberalizzazioni

Guide, volantini, Cd rom, in-contri e persino una Web radio e "giornate della concorrenza" da svolgere nei capoluoghi di Provincia. Ma anche attività di monitoraggio sui prezzi e sugli standard dei servizi. Il tutto per spiegare ai cittadini i vantaggi delle liberalizzazioni e garantire la loro efficacia e applicazione. Sono le iniziative che le associazioni presenti nel Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti adatteranno nei prossimi mesi utilizzando parte dei finanziamenti del Fondo alimentare con i proventi delle sanzioni dell'Antitrust.

Progetti mirati

Questa volta il ministero dello Sviluppo economico (ex Attività produttive) ha indicato i temi verso cui i progetti dovevano indirizzarsi: le liberalizzazioni previste nel primo decreto Bersani. Inoltre, per la prima volta, i rappresentanti dei consumatori sono stati incentivati a presentare le proposte a gruppi. Segnando un importante passo avanti rispetto al passato, quando ogni associazione poteva concorrere anche per più di un progetto e spaziare liberamente in più campi, senza precise indicazioni sugli obiettivi da realizzare. Con il risultato di procedere in ordine sparso, dalle pubblicazioni destinate agli studenti delle scuole medie su come comprendere il significato delle etichette alle iniziative per la lotta contro la contraffazione.

Al termine della valutazione ministeriale, primo in graduatoria per il 2006 si è piazzato il progetto "Più concorrenza, più diritti" della cordata che comprende Movimento difesa del cittadino, Movimento consumatori, Cittadinanzattiva, Assoutenti, Confconsumatori e Unione nazionale consumatori. All'iniziativa sono stati assegnati 1,7 milioni di euro, per 14 mesi. A parte il capofila (il Movimento difesa del cittadino), che dovrebbe avere qualcosa in più per gli aspetti organizzativi, si punta a distribuire le risorse e il lavoro in maniera omogenea. Tra le caratteristiche del piano, spicca l'istituzione di una Web radio e di 107 "Giornate della concorrenza", una per ogni capoluogo di Provincia italiano.

Il progetto presentato da Federconsumatori, Adoc, Adu-shef, Codacons e Codicisi è piazzato al secondo posto e ha ottenuto circa 1,6 milioni, da "spalmare" tra la costituzione di un sito Internet, l'organizzazione di seminari regionali e cinque call-center, nonché altre attività, come il monitoraggio, l'assistenza

PAGAMENTI IN RITARDO

Le associazioni lamentano che il ministero deve ancora liquidare una parte dei finanziamenti degli anni scorsi

e la consulenza ai consumatori sul territorio.

Il gruppo costituito, infine, da Adiconsum, Lega consumatori, Associazione consumatori utenti, Casa del consumatore e Centro tutela consumatori e utenti (che comprende le restanti associazioni) incasserà 1,6 milioni di euro per diffondere pubblicazioni mirate e ricerche per verificare l'effettiva attuazione del de-

creto Bersani.

I debiti ministeriali

Fin qui i progetti. In attesa che siano condotti a buon fine, la speranza delle associazioni è che quest'anno non si manifesti il ritardo nei pagamenti che ha caratterizzato la realizzazione delle precedenti iniziative. Nel 2003, ad esempio, Adiconsum per due suoi progetti si era vista assegnare un totale di 845mila euro. «A due anni di distanza dalla loro conclusione — ricorda il presidente, Paolo Landi — nelle casse dell'organizzazione sono stati versati due account da 338mila euro. All'appello mancano ancora 169mila euro».

Dal ministero dello Sviluppo economico spiegano che i ritardi sono dovuti al fatto che nel 2006, «per una norma contabile» prevista nella Finanziaria varata nel 2005, i fondi non sono stati riassegnati dal dicastero dell'Economia. Ma entro la fine di quest'anno — dicono — le associazioni dovrebbero avere ciò che gli spetta.

www.tuttoconsumatori.it

I bilanci

I conti delle associazioni dei consumatori

Iscti	Entrate (in migliaia di €)	% fondo Attività produttive (*)	Uscite (in migliaia di €)
ADICONSUM			
126.779	2.596	13	2.596
CITTADINANZATTIVA			
77.348	3.512	12	3.474
CODACONS			
29.630	1.023	39	1.134
CONFCOSUMMATORI			
30.988	399	92	384
FEDERCONSUMMATORI			
77.181	1.795	22	1.769
LEGA CONSUMMATORI			
42.678	515 (**)	53	527
UNIONE NAZIONALE CONSUMMATORI			
44.672	1.335	48	1.199

(*) Si tratta dei finanziamenti alimentati dalle sanzioni amministrative dell'Antitrust; (**) al netto di 11.774 euro di disavanzo di bilancio
Fonte: elaborazione Il Sole-24 Ore del lunedì sui bilanci 2005

Conciliazione lavoro-famiglia. Domani il bilancio 2001-2006

Decollo lento per i progetti

Francesca Barbieri

Non si può certo parlare di grandi numeri: i progetti di conciliazione lavoro-famiglia, ammessi ai finanziamenti dell'articolo 9 della legge 53/2000, sono stati solo 317 in sei anni, con 5.156 lavoratori coinvolti (donne al 78%). «Ma se consideriamo che dalle tredici aziende del 2001 — commenta Gabriella Natoli, dirigente del ministero del Lavoro, che ha gestito le risorse per questi interventi fino al 2006 — siamo passati alle cento dello scorso anno, il progresso è evidente». L'articolo 9 della legge sui congedi parentali prevede un budget di 20 milioni di euro l'anno (portato poi a 5 milioni dalla Finanziaria 2006) a favore di aziende che attuano azioni positive per la flessibilità: finora sono stati erogati circa 20

milioni di euro. Il 38% dei progetti premiati — secondo uno studio realizzato da Ernst&Young per conto del ministero del Lavoro, che verrà presentato domani a Roma — riguarda forme di flessibilità di orario: part-time reversibile, telelavoro, orario flessibile o concentrato, flessibilità su turni, banca delle ore. Nel 33% dei casi sono stati approvati progetti per sostituire il titolare d'impresa o il lavoratore autonomo, che beneficia dell'astensione obbligatoria o dei congedi parentali, con un altro imprenditore o lavoratore autonomo. L'8% delle aziende invece ha messo a punto interventi di aggiornamento per i dipendenti al rientro dal congedo. Infine, nel 21% dei casi si è trattato di progetti "multiazioni", con l'applicazione di più di una for-

ma di flessibilità. I settori economici più "presenti" sono: attività immobiliari, noleggio, informatica e servizi alle imprese (30% dei progetti); sanità (21%) e, a pari merito, manifatturiero e commercio (13%). Ernst&Young ha poi effettuato un'analisi su 100 aziende, che tra il 2001 e il 2004 hanno ottenuto i fondi. Nel 67% dei casi si tratta di imprese con meno di 50 dipendenti. Due aziende su tre coinvolgono fino a tre lavoratori, che passano a 10 solo nel 16% dei casi e a 20 nell'11 per cento. «I progetti di flessibilità — dice Claudia Villante, consulente per il welfare di Ernst&Young — hanno effetti positivi anche sulle imprese: 48 su cento hanno visto ridursi l'assenteismo mentre in 49 aziende è sceso il turnover».

I premiati

Progetti ammessi per regione (2001-2006)

Regione	Totale
Emilia Romagna	83
Toscana	58
Piemonte	46
Lombardia	36
Liguria	25
Veneto	20
Campania	19
Puglia	10
Lazio	5
Sicilia	4
Calabria	3
Marche	3
Umbria	1
Valle d'Aosta	1
Friuli Venezia Giulia	1
Trentino Alto Adige	1
Sardegna	1
Totale	317

Fonte: ministero del Lavoro

* DUE STORIE D'IMPRESA *

All'Ikea i turni sono su misura

Risale al 2002 il progetto «Worklife» di Ikea Italia, premiato con i fondi della legge 53/2000. Un'iniziativa che ha coinvolto circa 70 lavoratrici, durante l'assenza per maternità e dopo il rientro.

«L'azione era articolata in due fasi — spiega Alessandro Gallavotti, responsabile risorse umane di Ikea Italia — durante il congedo le dipendenti venivano tenute informate da un tutor sull'attività dell'azienda. Dopo il rientro, erano coinvolte in progetti di formazione in aula e training on the job in orario di lavoro». L'iniziativa proseguirà ancora oggi, «anche in modo meno siste-

matico» precisa Gallavotti. Ma sono state messe in atto altre forme di flessibilità per conciliare tempi di lavoro e di famiglia. «Puntiamo a far coincidere gli orari di lavoro con le esigenze dei dipendenti — dice Gallavotti — i nostri negozi richiedono attività dalle sei a mezzanotte, è normale l'organizzazione su turni». Il 60% dei dipendenti è part-time, per lo più orizzontale, 24 ore settimanali su sei giorni. Dalle 6 alle 10 del mattino vengono impiegati studenti ed extracomunitari; dalle 10 alle 14 soprattutto mamme. «Stiamo lavorando» — conclude Gallavotti — per arrivare alla job rotation tra i dipendenti e consentire a tutti di fare esperienza in nuovi settori». L'azienda è così arrivata al quinto posto nella classifica sul livello di soddisfazione dei dipendenti, tra le 35 realtà della multinazionale svedese.

Fr. Ba.

Alla Zf scatta il part-time verticale

Marco Ratti

L'ultima novità sul fronte degli orari flessibili riguarda la Zf Padova: a partire dal 1° febbraio, 14 operai sperimentano il part-time verticale a tempo indeterminato con almeno 9 mesi l'anno di lavoro garantito. Una formula in cui crede il direttore delle risorse umane di Zf Padova, Paolo Buratto, perché «fidelizza le persone all'azienda e stabilizza la loro qualità della vita». La società, che nel 2002 ha beneficiato dei fondi dell'articolo 9 della legge 53/2000, fa capo alla Zf, gruppo tedesco attivo nella

trasmissione meccanica e nei sistemi di propulsione. Nella società veneta lavorano 430 persone, a tempo indeterminato. Le donne sono circa 40 e gli operai il 70% del totale. La società ha stipulato anche una quindicina di part-time orizzontali.

Ma alla Zf flessibilità vuole dire anche rotazione degli operai tra i reparti. Inoltre, i 100 operai delle lavorazioni diurne, occupati per 40 ore la settimana, possono scegliere d'iniziare il lavoro tra le 6 e le 9 di mattina. Anche gli impiegati hanno un orario d'entrata elastico. Infine, il congedo parentale, utilizzato nel 2006 da 15 lavoratori (10 uomini). La società ha permesso finora alle mamme, scaduti i mesi a disposizione, di accedere a parte del Tfr aziendale, ma questa possibilità si ridurrà in futuro a causa delle nuove regole sul Tfr.

NISSAN
SHIFT capabilities
www.nissan.it

NISSAN PATHFINDER. NATURALLY CAPABLE.
MOTORE EURO4 DA 171 CV E 403 Nm DI COPPIA. ALL-MODE 4x4®.
FINO A 7 POSTI. IT PACK CON NAVIGATORE SATELLITARE, RETROCAMERA A COLORI, HI-FI CON MP3 E BLUETOOTH®.

SOLO A FEBBRAIO FINO A € 5.900* DI VANTAGGI.

*€ 5.900 di vantaggi così composti: € 3.000 di riduzione sul prezzo di listino se hai un'auto pari o superiore a 1.900 cc da rottamare o permutare; IT Pack gratuito (disponibile solo su versioni SE e LE) del valore di € 2.900. Offerta valida fino al 28/02/2007. Emissioni CO₂: 238 g/Km. Consumi: 9,0 l/100 Km (ciclo combinato).