

Udine



Martedì 22 Novembre 2022
www.gazzettino.it

Energia, centinaia di contratti "abusivi"

► Il sistema: «Una chiamata per registrare qualche "si" che poi viene "copia-incollato" nelle registrazioni»

► Cuccu (Udine): «Solo per una società veneta, almeno cento casi»
Cescutti (Pordenone): «Da noi una trentina, Tonda arriva dopo»

IL FENOMENO

Il meccanismo è quasi sempre lo stesso. Una chiamata-chiave con la proposta di un'offerta, che in realtà servirebbe solo per raccogliere frammenti di conversazione, magari qualche "sì" e il nome e cognome, per poi fare una copia-incolla vocale su un contratto fatto sulla base di una registrazione telefonica. Così centinaia di consumatori (diversi si sono ritrovati a fare i conti con contratti per luce e gas non richiesti. Erica Cuccu, presidente di Federconsumatori Udine, parla di «quasi 300-400 pratiche seguite dal sodalizio, fra le province di Udine e Pordenone».

Come spiega Cuccu «Il fenomeno aveva preso piede l'anno scorso a Trieste, dove avevano una sessantina di pratiche. Quest'anno, hanno iniziato anche in provincia di Udine e adesso stanno proseguendo anche nel Pordenonese. In particolare, nel capoluogo friulano stanno seguendo un centinaio di casi che riguardano una sola società veneta. Ma abbiamo anche molte altre pratiche che riguardano altre ditte». I contratti non richiesti che capitano sul tavolo degli sportelli di Federconsumatori normalmente coinvolgono società molto piccole. In qualche caso, le sedi legali combaciano - prosegue Cuccu - con le sedi di altre aziende che hanno lo stesso modus operandi. Anche i contratti che abbiamo avuto sono di visitatori spesso appaiono uguali, con le stesse condizioni e, alle volte, anche lo stesso "forn" di tipo utilizzazione. Come il logo nell'intestazione». Il fenomeno era tra com'incendio "contagioso" anche il Friuli Occidentale. «In noi l'ondata arriva sempre dopo. Abbiamo una trentina di pratiche per contratti non richiesti, che sono già oggetto di contestazione», spiega il presidente di Federconsumatori Pordenone Roberto Cescutti.

IL MECCANISMO

«Di solito arriva la telefonata di una persona che magari si è spacciata per un'altra azienda, propone un'offerta, per carpire il consenso del consumatore o alcuni frammenti di conversazione che poi vengono utilizzati arbitrariamente per i cosiddetti "social order". I contratti fatti tramite registrazione telefonica», chiarisce Cuccu. In particolare, nel caso di un utente della Dextra Tagliamento, «è risultato che sui

dodici "sì" presenti nella registrazione di un contratto non richiesto, solo due erano originali, che poi erano stati ripetuti a piacimento e messi arbitrariamente nelle risposte».

IL CARO BOLLETTE

I costi emergenti schizzati alle stelle creano una base di incertezza in cui è facile cadere nei trappole. «In questo momento»



SOLE Condizioni non favorevoli

**IL CAMBIO NON VOLUTO
CELA LA STANGATA
*SPESA FISSE
DI 600 EURO L'ANNO
CONTRO LA MEDIA
DI 90-150***



FEDERCONSUMATORI La presidente udinese Erica Cuccu

confirma Cuccu - i consumatori sono molto vulnerabili, avendo richiesto bollette molto alte. È facile che si facciano affrettare, quando viene loro proposto una condizione migliorativa, che poi in verità si rivelerà tutto il contrario. Oltre al fatto di vedere appioppati contratti mai voluti, infatti, i cittadini si trovano a dover fare i conti con condizioni decisamente peggiorative. «Si parla quasi sempre di aziende che hanno quote fisse molto alte. Mentre la quota per la materia prima è abbastanza in linea con gli altri gestori, per la parte fissa chiedono oltre seicento euro all'anno, quando la media nazionale italiana va da 90 a 150 euro all'anno. È come dire che se un cittadino medio ha 5-10 euro di quota fissa al mese, chi si trova con questi contratti non richiesti dovrebbe pagare fino a 60 euro al mese. Ci sono persone che per tre mesi si sono trovate 1.600 euro di luce...». Ovviamente, in questi casi, nessuno dovrà pagare nulla, grazie alla tutela dei consumatori sancita dalla legge.

«Come se ne esce? Bisogna recuperare tutta la documentazione e le registrazioni telefoniche. Se ci sono anomalie, vanno segnalate anche con denuncia, qualora sia necessaria. Quindi si procede al disconoscimento del contratto, chiedendo l'applicazione dell'articolo 106 quinquies del Codice del consumo, che prevede che per i contratti non richiesti ai consumatori non venga richiesto alcunché. Così si va a stomaco e la vicenda si risolve con un lieto fine per i cittadini».

Camilla De Mori



PERICOLO Il caro bollette ha creato uno stato di incertezza per i consumatori

La fuga degli autisti dei bus Via in 20 fra Udine e Pordenone

IL NODO

UDINE La fuga degli autisti di bus procede inesorabile. Secondo i calcoli della Filt Cgil, in Arriva Udine (che gestisce il servizio urbano ed extraurbano in provincia ed è nel consorzio Tpl Pvg) solo quest'anno si sono dimessi «otto o nove persone. A queste vanno aggiunti una decina di pensionamenti». Uscite che vanno a gravare su una situazione di sotto organico già con clamore, come ricorda Lucelli: «A Udine le carenze di organico ammontano a una quarantina di unità su circa 550 dipendenti».

Non va meglio a Pordenone, dove, in Atap «si contano una decina di dimissioni. Le carenze di organico sono di una quindicina di unità, ma su circa 200 dipendenti». Il settore trasporti è in subbuglio, fra agitazione (appena proclamato a Udine, dopo il fallimento del tavolo di confronto dopo il taglio delle Ferret) e sciopero (a Pordenone, dove è previsto per il 2 dicembre). Ma perché tanti l'ave-

rammisi? «Diverse persone vanno via anche con molti anni di servizio alle spalle, perché le condizioni di lavoro non sono buone rispetto a quello che trovano sul mercato», spiega il segretario Filt Cgil Pvg. E così c'è chi, anche con 15 o 30 anni alle spalle mollava tutto magari per andare a guidare i camion».

«In Arriva Udine assumono con il contingente - aggiunge Romano - Tarino, segretario provinciale Pli Cisl - Ci sono

autisti anche storici, con 15 anni di servizio, che vanno a fare altri lavori. Chi ha ancora 15 anni per arrivare alla pensione abbraccia altre realtà. Sul bus i turni sono faticosi, ferie non le danno e c'è il sotto organico, oltre a una mole di straordinari non da poco e agli stipendi bassi».

A Udine mancano almeno una ventina di autisti. E poi continuano gli attacchi Fgkl e verbali da parte degli utenti».

C.D.M.

INFORMAZIONE REGIONALE



MEZZI PUBBLICI Un veicolo di Arriva Udine

Al Città Fiera il temporary store dei prodotti "Io sono Fvg"

LA NOVITÀ

MARTIGNACCO Inaugurato al centro commerciale Città Fiera un temporary store di prodotti griffati con il brand regionale "Io sono Fvg".

«Una scommessa vinta su un progetto in cui abbiamo creduto molto e che rappresenta i valori del territorio e delle sue eccellenze. Con il governatore della Regione Maximiliano Fedriga ha confermato l'apertura del temporary store ospitato all'interno del centro commerciale Città Fiera a Torstano di Martignacco, negozio in cui si possono trovare i prodotti con il marchio "Io sono Friuli Venezia Giulia". Alla presenza del sindaco di Martignacco Giuseppina Casali, del presidente del centro commerciale Antonio Bardelli, del presidente di Agrisud Fvg Claudio Bittencourt, del

presidente di Academia del Gallo anche della Federazione Italiana cuochi di Udine Daniele Piccoli e dell'assessore regionale alle Risorse agroalimentari Stefano Zanier, Fedriga ha posto in risalto il percorso che è stato compiuto nell'arco di due anni per rendere non solo riconoscibile il territorio a livello internazionale ma anche per promuovere le eccellenze agroalimentari. «Questo progetto - ha detto il capo dell'Esecutivo regionale - è stata una scommessa nata nel periodo della pandemia, che rappresenta non solo i valori del territorio e delle sue eccellenze ma anche la sostenibilità e la tracciabilità di ciò che viene prodotto in Friuli Venezia Giulia. Per conoscere attraverso un marchio un

spazio a livello internazionale in un mercato molto competitivo. Ciò che ci spinge a proseguire lungo il percorso che abbiamo tracciato sono l'interesse e la riconoscibilità che siamo riusciti a suscitare». «Essere presenti all'interno di un grande centro commerciale come il Città Fiera, che ogni giorno accoglie molte migliaia di persone - ha aggiunto Fedriga - è un'operazione importante perché ci permette di continuare a valorizzare la produzione dei prodotti con il nostro mar-

**FEDRIGA: «SCOMMESSA VINTA, CI ABBIAMO CREDUTO MOLTO»
I PRODOTTI ALIMENTARI MARCHIATI SONO 661
GLI EVENTI 320**



chio e di dare la possibilità al cliente di trovare in un unico spazio quanto sa proprio l'intera filiera a marchio Io sono Fvg. Per l'assessore alle Risorse agroalimentari Stefano Zanier la store rappresenta un momento di riconoscibilità e univocità dei prodotti che si fregiano del brand regionale «soprattutto per quelli di nicchia che si trovano con più difficoltà nella grande distribuzione». Inoltre, ciò rappresenta una sorta di certificazione per il cliente finale. I marchi azienda food "Io sono Friuli Venezia Giulia" fino ad ora concessi sono 252, mentre i prodotti marchiati autorizzati sono 661. I ristoranti e distributori che utilizzano il marchio sono 288 mentre gli eventi e le manifestazioni che si fregiano del logo sono 320. Infine, le squadre sportive che hanno inserito il logo sulle divise sono 5.

Al Città Fiera il temporary store dei prodotti "Io sono Fvg"

LA NOVITÀ

MARTIGNACCO Inaugurato al centro commerciale Città Fiera un temporary store di prodotti grifati con il brand regionale - "Io sono Fvg".

«Una scommessa vinta su un progetto in cui abbiamo creduto molto e che rappresenta i valori del territorio e delle sue eccellenze». Così il governatore della Regione Massimiliano Fedriga ha commentato l'apertura del temporary store ospitato all'interno del centro commerciale Città Fiera a Torreano di Martignacco, negozio in cui si possono trovare i prodotti con il marchio "Io sono Friuli Venezia Giulia". Alla presenza del sindaco di Martignacco Gianluca Casali, del fondatore del centro commerciale Antonio Bardelli, del presidente di Agri-

food Fvg Claudio Bilinuzzi, del presidente di Academia del Gusto nonché della Federazione italiana cuochi di Udine Daniele Piccoli e dell'assessore regionale alle Risorse agroalimentari Stefano Zannier, Fedriga ha posto in risalto il percorso che è stato compiuto nell'arco di due anni per rendere non solo riconoscibile il territorio a livello internazionale ma anche per promuovere le eccellenze agroalimentari. «Questo progetto - ha detto il capo dell'Esecutivo regionale - è stata una scommessa nata nel periodo della pandemia, che rappresenta non solo i valori del territorio e delle sue eccellenze ma anche la sostenibilità e la tracciabilità di ciò che viene prodotto in Friuli Venezia Giulia. Far conoscere attraverso un marchio unico quanto di meglio e di peculiare sa esprimere questa regione attraverso un lavoro di squadra diventa il valore aggiunto, non fa-

si spazio a livello internazionale in un mercato molto competitivo. Ciò che ci spinge a proseguire lungo il percorso che abbiamo tracciato sono l'interesse e la riconoscibilità che siamo riusciti a suscitare». «Essere presenti all'interno di un grande centro commerciale come il Città Fiera, che ogni giorno accoglie molte migliaia di persone - ha aggiunto Fedriga - è un'operazione importante perché ci permette di continuare a valorizzare la promozione dei prodotti con il nostro mar-

**FEDRIGA: «SCOMMESSA VINTA, CI ABBIAMO CREDUTO MOLTO»
I PRODOTTI ALIMENTARI MARCHIATI SONO 661
GLI EVENTI 370**



chio e di dare la possibilità al cliente di trovare in un unico spazio quanto sa proporre l'intera fiera a marchio "Io sono Fvg". Per l'assessore alle Risorse agroalimentari Stefano Zannier lo store rappresenta un momento di riconoscibilità e univocità dei prodotti che si fregiano del brand regionale «soprattutto per quelli di nicchia che si trovano con più difficoltà nella grande distribuzione. Inoltre, ciò rappresenta una sorta di certificazione per il cliente finale. I marchi azienda food "Io sono Friuli Venezia Giulia" fino ad ora concessi sono 252, mentre i prodotti marchiati autorizzati sono 661. I ristoratori e distributori che utilizzano il marchio sono 288 mentre gli eventi e le manifestazioni che si fregiano del Logo sono 370. Infine, le squadre sportive che hanno inserito il logo sulle divise sono 5.