



UNC
CONSUMATORI.IT

PREMIO DONA 2011 - Focus sui consumatori online

24 Novembre 2011



COMUNICATO STAMPA

PREMIO DONA: FOCUS SUI CONSUMATORI "ON-LINE"

L'Unione Nazionale Consumatori, la più antica organizzazione consumerista in Italia,

in occasione della quinta edizione del Premio "Vincenzo Dona" dedicato alla memoria del suo fondatore,

offre un momento di riflessione sui consumatori "on-line", tra opportunità ed insidie della Rete.

Roma, 24 novembre 2011 - Appuntamento questa mattina a **Roma (Centro Congressi Montecitorio Eventi - Piazza Capranica, 101)**, a partire dalle ore 9.30, con la quinta edizione del Premio "Vincenzo Dona, voce dei consumatori", evento organizzato dall'Unione Nazionale Consumatori, la prima organizzazione di consumatori in Italia, fondata nel novembre 1955 da Vincenzo Dona.

L'incontro, ispirato al ricordo del fondatore, autentica "voce dei consumatori" ed iniziatore del movimento consumerista italiano, intende quest'anno fare il punto sui "consumatori on-line", talvolta semplici figuranti del Web, talvolta veri e propri protagonisti, ma comunque sempre nella condizione di poter "dire la loro".

Il Premio "Vincenzo Dona, voce dei consumatori" 2011 è conferito a Francesco Pizzetti, alla Polizia Postale e delle comunicazioni e ad Umberto Rapetto.

Ecco le dichiarazioni di alcuni partecipanti alla tavola rotonda moderata da **Bruno Vespa**:

L'avvocato **Massimiliano Dona**, Segretario generale dell'Unione Nazionale Consumatori, guarda alla Rete come universo di opportunità dove spetta ai consumatori, oggi come ieri, la responsabilità delle proprie scelte: *“quest'anno il nostro evento è focalizzato sui consumatori on-line e cioè tutti coloro che navigano abitualmente sulla rete Internet per cercare informazioni o per fare acquisti, per lavoro*

o per diletto. La Rete cessa di essere soltanto una vetrina nella quale sono messi in mostra beni e servizi, per trasformarsi in luogo nel quale il consumatore torna ad essere protagonista anche grazie alla moltiplicazione dei punti di accesso resa possibile dai dispositivi portatili, smartphone e tablet, sempre più diffusi e non solo riservati ai geek, cioè i fanatici del Web.

I temi di Internet e le angolazioni dalle quali possiamo osservare i suoi fenomeni sono talmente variegati da restarne atterriti: ce ne è abbastanza per vedere la Rete come straordinaria risorsa oppure come una incognita e talvolta persino come una minaccia. Perché tutto questo non diventi però un irresistibile ipnotico, Internet non deve essere considerata “altro” rispetto a noi: non dobbiamo incolparla dei nostri atteggiamenti (magari del modo superficiale con il quale abbiamo cominciato a trattare le persone intorno a noi, la vita quotidiana o i nostri stessi dati). Grazie allo strumento Internet, nel grande monitor sulle nostre scrivanie o nel piccolo spazio di un cellulare, appare un universo di opportunità e resta alle persone, oggi come ieri, la responsabilità di scegliere”.

Francesco Sacco, Professore di strategia aziendale all'Università dell'Insubria, Varese, e all'Università Bocconi di Milano, dichiara: *“il Web compirà 21 anni tra pochi giorni. In questa fase non più adolescenziale i rischi sono sempre più contenuti (le frodi in Italia sono appena lo 0,026% del totale transato e in calo, meno della metà della Francia, ad esempio). Al contrario, soprattutto in Italia, le opportunità per i consumatori sono ancora poco note (l'e-commerce è ancora molto marginale in Italia, sotto la media europea). Ma la digitalizzazione ha un enorme potenziale di trasformazione dei rapporti di forza a favore dei consumatori. E questo è più vero in Italia che altrove”.*

Umberto Rapetto, Comandante del GAT Nucleo Speciale Frodi Telematiche della Guardia di Finanza, afferma: *“sono particolarmente lieto di ricevere il „Premio Dona, voce dei consumatori“ 2011 in questa edizione dedicata al tema dei „consumatori on-line“. Purtroppo la consapevolezza dei rischi cui si va incontro navigando in Internet è oggi ancora limitata. Il consumatore del terzo millennio, quello che non esita a far spesa sul Web, sta solo poco alla volta maturando la coscienza necessaria: se la sensazione di paura della Rete è molto diffusa, non altrettanto capillare è l'adozione di contromisure o semplicemente di comportamenti un po' più attenti. L'azione di tutela e di sensibilizzazione hanno quindi una funzione sociale determinante e non è certo demonizzando Internet che si riuscirà a padroneggiarlo. Internet non ha colpa di nulla, perché le malefatte sono imputabili a chi le compie e non al contesto: gli incidenti stradali sono da addebitarsi alle strade oppure a chi non le mantiene o a chi guida in modo spericolato? Se ci si accorge che Internet è un'opportunità da spendere bene, la distanza fra sostenitori e demonizzatori sarà facilmente riducibile”.*

Domenico Vulpiani, Coordinatore Ministero dell'interno per la sicurezza informatica, ponendo la sua attenzione sull'e-commerce, dichiara: *“principio fondante di ogni compravendita è che vi sia fiducia tra il venditore e l'acquirente a maggior ragione nell'e-commerce, dove la sicurezza delle transazioni e la qualità dei beni venduti/acquistati rappresentano il vero segreto del successo di questo settore. L'e-commerce non è soltanto un'opportunità di crescita del PIL del Paese (come dimostrano i venticinquemila metri quadri del neonato centro di distribuzione Amazon a Castel San Giovanni (PC), ma anche una possibilità concreta di miglioramento della qualità di vita dell'individuo e dell'ambiente, considerato che lo spostamento delle merci, piuttosto che quello degli utenti, contribuisce non poco a ridurre il consumo energetico. Perché tutti questi benefici si realizzino, bisogna implementare il commercio elettronico e per farlo non si può prescindere dal binomio formato da sicurezza digitale ed efficienza del servizio”*.

Gianfranco Torriero, Direttore centrale ABI, afferma: *“crescono le famiglie italiane che scelgono di operare con la propria banca attraverso Internet, telefono e cellulare, anche grazie a un'offerta di servizi bancari sempre più diversificata e multicanale che affonda le proprie radici nella grande attenzione e negli investimenti del settore in innovazione e sicurezza. Il maggiore utilizzo della Rete per le operazioni e i pagamenti di tutti i giorni, tuttavia, rappresenta un volano strategico non solo e non tanto per le banche, ma per tutto il Sistema Paese. Basti pensare alle opportunità di sviluppo aperte dalla cosiddetta 'internet economy', che solo in Italia vale 31,6 miliardi di euro, pari al 2% del PIL, e che nel 2010 nonostante la crisi economica in corso ha fatto registrare una crescita del 10% (contro l'1,3% del prodotto interno lordo). Queste opportunità diventano ancora più concrete se guardiamo ai costi, spesso non percepiti, del denaro contante la cui gestione pesa circa 10 miliardi di euro l'anno su banche e soprattutto imprese, senza considerare i costi sociali legati agli episodi di furti e rapine. La strada per limitare l'uso e la circolazione del contante a favore di strumenti di pagamento più moderni, evoluti e sicuri è ancora lunga e richiede continui interventi regolamentari, tecnologici e d'innovazione. E tuttavia, oggi più che mai, rappresenta una vera e propria 'battaglia di civiltà' che il Paese non può permettersi di perdere”*.

Oreste Calliano, Professore di European computer law all'Università degli studi di Torino, dichiara: *“parlando di consumatori on-line, ritengo doveroso porre l'attenzione su due aspetti fondamentali. Il primo riguarda il tema degli acquisti fatti sul web, in particolare riferimento al sito „E-bay“ sul quale sono stati sollevati problemi riguardo al fenomeno della contraffazione dei prodotti venduti. Il secondo tema è connesso al rischio di una maggiore diffusione di truffe on-line in concomitanza con periodi, come quello natalizio, durante i quali il marketing si fa più aggressivo e le offerte sono spesso usate per attirare l'attenzione degli acquirenti a caccia di occasioni”*.

Paola Vinciguerra, Presidente dell'EURODAP (Associazione Europea Disturbo da Attacchi di Panico), riflettendo sui rischi connessi alla dipendenza da Internet, sostiene: *“nella società contemporanea, accanto alle classiche dipendenze da droghe, sono proliferate negli ultimi anni le dipendenze da attività legali, le cosiddette „new addictions“, ovvero tutte quelle nuove forme di dipendenza in cui non è implicato l'intervento di alcuna sostanza chimica, ma l'oggetto della dipendenza è un comportamento o un'attività lecita e socialmente accettata. In particolare sono in aumento le problematiche di dipendenza da Internet, un'ampia varietà di comportamenti, che dipendono da un punto di vista*

psicologico da problemi nel controllo degli impulsi e difficoltà nel regolare gli stati emotivi dolorosi. Molti dei disturbi legati ad un uso disfunzionale del Web, parliamo ad esempio del gioco d'azzardo e dello shopping compulsivo on-line, sono spesso generati da caratteristiche di Internet che s'identificano nella particolare tipologia della comunicazione: la velocità e la mancanza del giudizio altrui. La dipendenza psichica comportamentale viene sviluppata dalle emozioni di piacere e soddisfacimento che l'azione provoca nel soggetto".

Stefano Brovelli, Presidente ANIFA, afferma: *"ad oggi in Italia, la vendita via web dei farmaci senza obbligo di ricetta medica è vietata e solo il 16% degli italiani lo sa con certezza. Questo è quanto emerso da una recente ricerca di GfK Eurisko dalla quale si osserva, inoltre, che solo il 13% della popolazione valuta di un qualche interesse la possibilità di acquistare online i farmaci di automedicazione. Il restante 87% non si fida in relazione ai rischi di manomissione/truffe, alla necessità di avere il farmaco al bisogno, senza attendere i tempi di consegna, e soprattutto alla mancanza del consiglio del farmacista. Oltre che sulla vendita on line, bisogna riflettere anche sulla qualità delle informazioni, da fonti spesso non identificabili, a cui il cittadino è esposto sul Web. Accettare la sfida di Internet significa, a tutela dei consumatori, far emergere per i farmaci di automedicazione informazioni verificate e veritiere, da fonti certificate e riconoscibili, tra cui le aziende. Gli strumenti per permettere un accesso sicuro all'informazione online non mancano, dai siti web di prodotto agli stessi siti istituzionali o alle confezioni dei medicinali da banco".*

Marilù Capparelli, Direttore Affari Legali Google Italia, dichiara: *"offrire ai consumatori le informazioni e gli strumenti per il controllo della propria privacy online è un punto cardine della nostra strategia. Per questa ragione abbiamo realizzato un Centro per la Privacy, accessibile direttamente dalla nostra homepage, e strumenti di controllo quali la Privacy Dashborad. Oltre ad offrire tali strumenti ci impegniamo altresì a fornire agli utenti anche una comunicazione adeguata sul corretto uso. Ringraziamo l'Unione Consumatori perché è anche attraverso l'impegno delle organizzazioni come questa che gli utenti italiani possono diventare più consapevoli e responsabili nell'utilizzo di Internet".*

Alla conclusione dell'incontro si svolgerà la cerimonia di consegna dei premi "Vincenzo Dona": nella scorsa edizione sono stati premiati Mario Monti (al quale va il nostro in bocca al lupo per l'incarico di Governo), Raffaele Guariniello e Stefano Zamagni.

Questi i premi che saranno assegnati per il 2011.

"Premio Vincenzo Dona" per le personalità che si sono distinte per l'impegno a favore dei consumatori.

Saranno insigniti del riconoscimento **Francesco Pizzetti** (Presidente dell'Autorità garante per la protezione dei dati personali), la Polizia **Postale e delle comunicazioni** e **Umberto Rapetto** (Comandante del GAT Nucleo Speciale Frodi Telematiche della Guardia di Finanza).

“Premio Vincenzo Dona” per i giornalisti: riceveranno il Premio **“Striscia la notizia”** rappresentata dall’inviato tv Jimmy Ghione, Maria Adele De Francisci di **“Donna Moderna”** e Stefano Bragatto di **“Radio Monte Carlo”**.

“Premio Vincenzo Dona” per le migliori tesi di laurea in materia di tutela dei consumatori: riceveranno il Premio **Francesca Orlandi** dell’Università degli studi di Milano e **Valentina Di Muro** dell’Università degli studi di Bari Aldo Moro.

“Premio Vincenzo Dona” per i comitati locali dell’Unione Nazionale Consumatori: comitato comunale di **Lanciano** e comitato provinciale di **Siracusa**.

Per ulteriori informazioni:

Sonia Galardo, Responsabile ufficio stampa

Unione Nazionale Consumatori

Tel: 06-3269531

Mobile: 333-2347747

e-mail: sonia.galardo@consumatori.it