



fault (i titoli tossici), informativa non adeguata.

Energia: doppia fatturazione, ricalcolo dei consumi, verifiche contatore, conguagli, gestione morosità.

Consumo transfrontaliero: agenzie di viaggi, servizi alberghieri, trasporto aereo, autonoleggio, e-commerce.

Come si vede, la materia del contendere è sempre la stessa. Da qualche tempo, però, le aziende mostrano una buona disponibilità ad affrontare le contestazioni dei loro utenti. Basti dire che esistono e funzionano ormai numerosi protocolli nazionali di conciliazione. Vale la pena citarli: Telecom, Tim, Wind, H3G, Enel, Intesa San Paolo, Monte dei Paschi di Siena, Poste e prodotti Bancoposta, Ania (l'Associazione delle imprese assicurative). Alcune società, invece, come Fastweb, Eni, Edison, Sorgenia, Trenitalia, hanno preferito avviare un periodo di sperimentazione. Significativa la durata media dei procedimenti di risoluzione alternativa delle controversie, del valore medio di ventimila eu-

ro: conciliazione amministrata in Camera di commercio, 51 giorni; presso le associazioni di consumatori, 65; camere arbitrali, 163; arbitrato Camera di commercio, 135; studi legali per curare transizioni stragiudiziali, 500 giorni. Un'azione giudiziaria per controversie di un valore economico pari a 13.000 euro costa mediamente 2.600 euro mentre presso gli uffici di conciliazione delle associazioni è gratuita.

“Fino a oggi - conclude il rapporto - una forma di tutela collettiva è stata proprio la conciliazione. Avremo domani la class action?”. Chissà. Di certo nella fase di riscrittura, la legge approvata all'epoca del Governo Prodi è stata stravolta e difficilmente sarà ricorretta: non prevede più la retroattività dell'azione, esclude che a promuovere l'azione risarcitoria collettiva sia un'associazione di consumatori mentre è consentita al singolo cittadino e, infine, è tuttora in dubbio la data dell'entrata in vigore (s'era parlato di questo mese di luglio). Perciò, è più realistico dire: non facciamoci illusioni. ■

LA FIAT DOPO LA PARTITA OPEL

Il gruppo torinese non è più una monarchia ma un'impresa moderna ben guidata che si è mossa bene nello scenario tedesco. Piuttosto ci sarebbe molto da dire sull'assenza totale del Governo italiano...

La Fiat ci fa sempre piangere: quando va male perché deve essere aiutata dallo Stato, cioè dai contribuenti; quando va bene perché diventa troppo arrogante. Questo era un modo di dire che circolava tra gli addetti ai lavori dieciquindici anni fa. Mi torna alla memoria ora che soffro per la sconfitta della Fiat nella partita per acquisire il controllo della tedesca Opel. Non soffro per pulsioni nazionalistiche, ma perché il progetto era buono, il migliore da un punto di vista industriale generale, e la sua sconfitta è anche la sconfitta di un disegno di riassetto razionale dell'industria automobilistica.

La crisi finanziaria in corso non ha causato ma ha fatto esplodere la crisi dell'industria automobilistica americana, rendendo indispensabile una ristrutturazione mondiale del settore, con un eccesso di capacità produttiva non inferiore al 30%. Anche la crisi manageriale della General Motors era ben nota e il suo fallimento ormai da tutti ritenuto inevitabile. La ristrutturazione del settore, quindi, era dovuta da molto tempo e in un certo senso bisogna essere grati alla crisi che l'ha messa a nudo.

Nell'ambito di questo processo la Fiat, che non è più una monarchia ma è un'impresa ben guidata, con un approccio molto professionale, si è mossa decisamente bene. Dopo essersi assicurata un ruolo determinante nel risanamento della Chrysler, si è lanciata, con lucido ardimento, nella gara per il controllo della Opel. Un'azienda storica tedesca controllata dalla General Motors. Il disegno era chiaro e correttissimo: dar vita a un gruppo mondiale plurimarca, secondo uno schema federale, che avrebbe raggiunto le dimensioni e le economie di scala necessarie per risultare tra i soggetti principali emergenti dalla ristrutturazione mondiale del settore.

Ma le grandi dimensioni non sono sufficienti, come proprio il caso General Motors dimostra. Bisogna avere una capacità di visione strategica, una capacità di ricerca sulle frontiere avanzate, un management giovane e professionale capace di programmare e realizzare le economie di scala, attraverso piattaforme comuni, senza umiliare ma anzi valorizzando le varie marche. Fiat aveva tutto questo e ciò la legittimava a muoversi come soggetto aggregante.

L'insuccesso nella partita Opel

non cambia il giudizio, ma solo aumenta il rammarico. Il controllo di Opel è stato assegnato a Magna International, un costruttore austro-canadese di componenti automobilistici, e al suo socio Sberbank, banca russa vicina al presidente Putin. Magna si è impegnata a contenere i tagli occupazionali e della produzione in limiti simili a quelli di Fiat, ma ha molte meno possibilità di questa di realizzare sinergie e di dar vita a un gruppo integrato di dimensioni e forza internazionale.

Se Opel, com'è prevedibile, ritornerà sul mercato, lo farà a situazione peggiorata e, forse, a tempo scaduto. Magna si è impegnata a soddisfare la richiesta dell'ultimo minuto di 300 milioni di euro aggiuntivi, che la Fiat, giustamente, si è rifiutata di accogliere. Questa sembra la goccia che ha fatto traboccare il vaso, ma le cause più profonde sono altre. Le elenco schematicamente: si è buttato via un piano industriale logico, basato su una visione strategica a lungo termine senza spiegare il perché, puntando a una integrazione verticale di dubbia prospettiva; la procedura adottata e gestita in prima persona dal Governo tedesco, in contatto con il presidente americano, è stata oscura, barocca, indegna di Paesi economicamente evoluti; si è rinunciato, con grande leggerezza, a una fusione che avrebbe portato a una nuova impresa europea e mondiale di rilievo, preferendo aprire le porte ai magnati russi.

Si dice che il Governo tedesco sia stato pressato verso la decisione che ha preso, dall'industria automobilistica tedesca, Volkswagen in primo piano, dal Governo russo per ragioni di prestigio geopolitico, dai parlamentari tedeschi timorosi di dover affrontare le elezioni di settembre con una seria ristrutturazione in corso; dai sindacati tedeschi timorosi di una ristrutturazione severa, che comunque ci dovrà essere. Qualcuno dice che anche Obama, nuovo azionista di controllo della fallita General Motors, ha spinto in questa direzione. Se queste pressioni sono vere, il Governo tedesco e Frau Merkel hanno sbagliato a farsi guidare dalle stesse. Con Adenauer e Kohl le cose sarebbero andate diversamente. Ci sarebbe da dire ancora qualcosa sull'assenza totale del Governo italiano, tutto preso nella guerra delle veline, e sulla Cgil che prima ha cercato di ostacolare l'azione della Fiat e poi ha cercato di addebitare all'assenza del nostro Governo la responsabilità del fallimento. Ma ci sarà modo di ragionare con calma anche su questo triste capitolo. ■

LO SCONFITTO
Sergio Marchionne,
italo-canadese,
amministratore delegato
del Gruppo Fiat

UFFICIO
RECLAMI

→

2) Un giudice in una sentenza può dichiarare il falso? 3) Può un notaio scelto dall'acquirente, farsi pagare parcella anche dal venditore?"

Nella compravendita di immobili, far pagare la provvigione all'acquirente e al venditore è una regola che andrebbe modificata. In Francia, per esempio, le provvigioni le paga solo

chi vende, così che l'agente, durante la trattativa, abbia un ruolo chiaro, dalla parte del suo committente. Seconda risposta: un giudice non può dichiarare il falso in quanto rappresentante della legge. Ma chi stabilisce che quando detto o scritto sia veritiero? Infine, il terzo quesito: in linea di principio, i costi



notarili gravano sulla parte acquirente però la normativa fiscale prevede l'obbligatorietà della registrazione delle scritture private non autenticate. In caso di accertamento l'Ufficio considera coobbligate in solido le due parti (venditore-acquirente), e il mediatore se intervenuto nella trattativa. (Ha collaborato Matteo Acquafredda)

Se hai un reclamo, puoi scriverci per raccontare il tuo caso.

Ti preghiamo di indicare sempre l'indirizzo per eventuali riscontri e di essere chiaro e conciso nell'esposizione. Non diamo risposte private ma solo in questa pagina. Il nostro recapito e-mail: alubranoclub3@stpauls.it