24 gennaio 2024 11:11

# ITALIA: Diritti consumatori. Indagine sulla sensibilità a scuola. Antitrust

Secondo l'indagine sui giovani consumatori realizzata dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato tramite il portale Skuola.net insieme, su un campione di 2.000 persone, si diventa consumatori in età sempre più precoce, ma senza un'adeguata consapevolezza dei propri diritti: solo 1 adolescente su 3 dichiara di conoscere i principali pilastri del Codice del Consumo.

Consumatori precoci ma, spesso, impreparati a far valere i propri diritti. Oggi si compra di frequente online sin da giovanissimi tanto che quasi la metà degli adolescenti italiani (47%) è già incorsa in problemi post vendita, come ricevere un prodotto difettoso o non conforme alla descrizione. Ma, in casi come questi, pochi sanno esattamente cosa fare. A delineare il ritratto di una generazione desiderosa di crescere, ma ancora un po' acerba dal punto di vista della tutela del consumatore, è l'indagine sui giovani consumatori realizzata dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) tramite il portale Skuola.net, grazie alle testimonianze di 2.000 studenti tra gli 11 e i 18 anni.

Per aiutare i giovani a diventare consumatori consapevoli dei propri diritti, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato da tre anni sta realizzando la campagna informativa #convienesaperlo e iniziative rivolte direttamente agli studenti, come il concorso #convienesaperlo (anche a scuola) 2.0, collegato ad un Quiz Game sui diritti dei consumatori sviluppato in collaborazione con il portale Skuola.net. Per partecipare all'ultima edizione del concorso c'è tempo fino al 15 marzo 2024.

Dall'analisi delle risposte al questionario somministrato emerge che solo un ragazzo su 3 si dichiara ferrato sull'unico strumento che lo può tutelare davvero, ossia il Codice del Consumo, per cui quasi tutti chiedono di saperne di più. Anche grazie alla scuola: ben 9 su 10 sono favorevoli a lezioni specifiche su questi temi.

Sottoponendo i diretti interessati a una serie di domande proprio sul Codice del Consumo, emergono lacune più o meno diffuse, soprattutto sulla durata delle tutele: soltanto il 15% è consapevole che la garanzia legale su ogni bene venduto dura 24 mesi, mentre solo il 26% sa che si può recedere gratuitamente da un acquisto online entro 14 giorni dalla sua ricezione.

Va decisamente meglio quando si tratta di conoscere le procedure per attivare le tutele. Circa i due terzi dei ragazzi intervistati (62%) sanno che, in caso di guasto del prodotto nel periodo di garanzia, se ne può ottenere la riparazione o la sostituzione senza ulteriori spese; il 59% è al corrente del fatto che, in tali circostanze, in prima battuta ci si debba rivolgere esclusivamente al venditore.

I nativi digitali hanno ancora più dimestichezza, come atteso, se l'acquisto avviene online: il 68% sa benissimo che, se il prodotto comprato arriva a casa non funzionante, si ha diritto a rimandarlo indietro senza doversi sobbarcare le spese di spedizione, mentre solo il 34% sa che, qualora portasse indietro la merce in un negozio fisico, le cose potrebbero andare diversamente. Le carenze, però, restano e i ragazzi si mostrano disponibili ad essere aiutati, sin dai banchi di scuola: il 58% degli intervistati ritiene sia obbligatorio approfondire i diritti dei consumatori, mentre il 31% vorrebbe che questa opportunità fosse offerta a titolo facoltativo. Una sorta di diritto supplementare, da utilizzare nelle ore di educazione civica o in altri momenti della vita scolastica. Appena 1 su 10, invece, crede che un giovane possa farcela da autodidatta.

"La nostra Autorità crede nell'importanza di educare le nuove generazioni così che i giovani possano diventare consumatori consapevoli dei propri diritti e della loro tutela. Per questo da alcuni anni stiamo svolgendo attività che coinvolgono gli studenti i quali, giocando, imparano a conoscere gli strumenti per difendersi in particolare dalle truffe, oggi molto diffuse negli acquisti online" dichiara Roberto Rustichelli, Presidente dell'Antitrust.
Di quest'attività svolta dall'Agcm si cominciano già a vedere i primi frutti dato che, secondo quanto emerge dall'indagine, la metà dei giovani intervistati conosce l'Autorità e, cosa più importante, sa che bisogna segnalare ad essa eventuali violazioni dei diritti dei consumatori. **CHI PAGA ADUC**
l'associazione non **percepisce ed è contraria ai finanziamenti pubblici** (anche il 5 per mille)
La sua forza economica sono iscrizioni e contributi donati da chi la ritiene utile

**DONA ORA (**http://www.aduc.it/info/sostienici.php**)**