

LICEI E ISTITUTI TECNICI

**Così l'Antitrust
insegna a scuola
concorrenza
e mercato**di **Claudio Tucci**

In licei e istituti tecnici "a lezione di concorrenza": l'Antitrust, in accordo con il Miur, entra nelle classi con lezioni frontali, progetti di alternanza e formazione a distanza per studenti e docenti.

Continua > pagina 8

Antitrust-Miur. Formazione in classe e a distanza

**Licei e istituti tecnici
a lezione di concorrenza**

Claudio Tucci

ROMA

> Continua da pagina 1

Spazio a temi come la pubblicità ingannevole, le pratiche commerciali scorrette, soprattutto in internet, contrattualistica e clausole vessatorie: la concorrenza e i diritti (e le tutele) dei consumatori sbarcano tra i banchi e, per la prima volta, anche con corsi di formazione a distanza. Per gli alunni sarà utilizzata la piattaforma del ministero dell'Istruzione, «Ioapprendo»; per gli insegnanti (l'obiettivo è coinvolgerne almeno 8 mila) ci si avvarrà invece della piattaforma gestita dal dipartimento delle Politiche europee, «Europa=Noi».

Del resto, «parlare di concorrenza a scuola è come parlare di merito», spiegano dall'Authority presieduta da Giovanni Pitruzzella: ed è quindi fondamentale «fare prevenzione» specie nella fascia d'età di consumatori più giovani, ma più avvezzi a fare spese su internet.

Anche perché, la nuova normativa italiana, che prende spunto da una direttiva comunitaria, ha rafforzato le tutele per chi acquista online. Ed è opportuno ricordarle visto che spesso risultano sconosciute ai più, a cominciare dai giovani. Sono vietate, per esempio, le spese e i costi nascosti su internet; è obbligatoria la maggiore trasparenza dei prezzi; sono fuori norma le caselle preselezionate sui siti web (per intendersi, quegli spazi già "flaggati" che aggiungono ad un servizio altri aggiuntivi non richiesti); sono previsti più giorni (14) per cambiare idea su acquisti fatti anche online e i diritti di rimborso vengono estesi a 14 giorni dal momento del recesso; sono vietate le sovrattasse per l'uso di carte di credito e di servizi di assistenza telefonica.

L'Antitrust, dal canto suo, vigila e sanziona chi infrange

le regole; ma proprio entrando in contatto con ragazze e ragazzi tra i 16 e i 18 anni si è scoperto che, molto più frequentemente di quanto si creda, navigando in rete, essi stessi sono trovati a far fronte a molti ostacoli, finendo a volte in trappole, non conoscendo il confine tra i loro diritti e i doveri di chi vende online.

La campagna è stata sintetizzata anche in uno spot, curato con la Commissione europea e il Miur, andato in onda sulle reti Rai (www.agcm.it/stampa/progetto-scuola.html). Ormai sono un migliaio gli studenti che hanno assistito a queste lezioni che si sono tenute a Roma, Napoli, Palermo, Bari, Firenze, Bologna,

OSTACOLI ONLINE

L'autorità: fondamentale «fare prevenzione» tra i consumatori giovani più avvezzi a fare acquisti su internet

Torino, Milano, Vicenza, Trento, Cagliari, Potenza e Reggio Calabria. Per raggiungere tutte le scuole secondarie il ministero guidato, da fine 2016, da Valeria Fedeli ha spedito i materiali della campagna «Consumer Rights» a 5 mila scuole superiori (di cui 2.590 statali e 2.410 paritarie), raggiungendo circa due milioni e mezzo di studenti.

Da segnalare anche alcuni progetti di alternanza scuola lavoro, in pista quest'anno, con i licei di Roma, Plinio, Mamiani e Tasso, mentre a Napoli, presso l'istituto Nitti, sta nascendo uno «Sportello del Consumatore». Non solo scuole. A livello didattico, è stato siglato poi un accordo con l'università Bocconi di Milano per dare modo ad alcuni laureati di svolgere dei tirocini presso l'Antitrust.

© RIPRODUZIONE RISERVATA