

Salute

Se Big Pharma boicotta i generici
Pag. 5

Telecomunicazioni

Publicità ingannevole,
Wind deve risarcire
Pag. 6

Carovita

Intervista al nuovo
mister Prezzi
Pag. 7

Le rubriche

Notizie, campagne,
informazioni utili
Pag. 8/11

Consumers'

il mensile dei consumatori

magazine

aprile 2009
anno 1 numero 1



MOVIMENTO CONSUMATORI

www.movimentoconsumatori.it - info@movimentoconsumatori.it
via Piemonte, 39/a - 00187 Roma tel. 06.4880053 fax 06.4820227

VITA
non profit magazine

www.vita.it

ALIMENTAZIONE

CIBO SICURO? QUESTIONE D'ETICHETTA

Senza segreti dal campo alla tavola. La sfida della tutela si gioca tutta sulla tracciabilità. Ecco come si muovono Italia ed Europa

Il governo ha pronto un disegno di legge di riordino delle regole che punterà soprattutto sulla chiarezza dell'origine dei prodotti. La nuova legge, secondo gli auspici del ministro Zaia, si prefigge l'obiettivo di attuare a pieno titolo il principio della sicurezza dal campo alla tavola, lungo tutta la filiera produttiva, dando piena garanzia della rintracciabilità degli alimenti. Anche l'Europa si muove: il parlamento di Strasburgo ha varato recentemente un rapporto che punta sull'indicazione obbligatoria in etichetta del luogo di produzione delle materie prime, su informazioni più trasparenti in tema di ogm e su una maggiore tutela per Dop e Igp. È quindi la tracciabilità la frontiera del futuro. Anche perché, nonostante molte leggi, i controlli nel nostro Paese sono ancora carenti e suddivisi tra troppi soggetti.

dossier
da **pagina 2** a **pagina 4**



una buona notizia...

Telefonate all'estero low cost

Telefonare dall'estero senza salassi. Un sogno? No, probabilmente sarà presto realtà. Il parlamento europeo ha approvato la normativa che abbasserà i listini del roaming comunitario. Entro la prossima estate tutti i Paesi europei dovranno convertire in legge l'indicazione della UE. In dettaglio un minuto di conversazione in roaming (comunitario) non dovrà costare più di 40 centesimi. Gli sms avranno una soglia massima di 11 centesimi.

...e una cattiva

Fiumi di minerale, fiumi di denaro

E se la crisi convincesse finalmente gli italiani che dai loro rubinetti esce, nella maggior parte dei casi, acqua buonissima e e buon mercato? C'è da augurarselo. Per intanto, ci sono i dati del 2007, contenuti nel dossier di Legambiente e Altraeconomia: abbiamo comprato 12,4 miliardi di litri di acqua in bottiglia, 196 litri procapite che ci rendono il terzo consumatore mondiale, dopo Emirati Arabi e Messico, per consumo d'acqua minerale.



L'intervista
Luca Zaia

ministro delle
Politiche agricole
a pagina 4

editoriale

Sanità malata di politica

di **Rossella Miracapillo***

Qualche settimana fa, nella facoltà di Economia dell'università Roma 3, si è tenuto un convegno dal titolo *Il Bilancio sociale nelle aziende sanitarie*. Illustre personalità hanno relazionato sulla necessità di adottare uno strumento di rendicontazione dei bilanci delle aziende sanitarie locali che non tenga conto solo del rapporto economico, ma di come quelle risorse sono state spese. Il pensiero di chi ascoltava è andato al numero di Asl, che costituisce la netta maggioranza, in cui non solo non si ha idea di cosa sia un Bilancio sociale, ma che anzi in Italia costituiscono il giardino naturale del malaffare. *segretario generale del Movimento Consumatori

segue a **pagina 4**

IL GRILLO DEL MESE

www.beppegrillo.it



L'orto di Michelle

Michelle Obama trasforma i roseti della Casa Bianca in orti. Petali in zucchine. Orti di pace. Vantaggi indiscutibili: verdura fresca, nessun costo di trasporto, meno CO2, divertimento. Si mangerà local. La battaglia delle carote contro il petrolio. Il local food contro la global shit.

È la fine del pomodoro cinese e della bistecca argentina. Là dove c'è il cemento ci sarà un orto di quartiere. Michelle, ma belle...

Beppe Grillo
www.beppegrillo.it

SICUREZZA ALIMENTARE

Il nostro cibo senza segreti

La sfida dell'etichetta trasparente

di Piero Pacchioli

«**G**arantire la sicurezza del nostro cibo e dei nostri farmaci è una delle più fondamentali responsabilità di un governo». Questo l'approccio di Barack Obama al problema della sicurezza alimentare. Nel mezzo della crisi economica che sta sconvolgendo l'economia mondiale, il presidente ha messo al centro di uno dei messaggi del sabato proprio il tema dei controlli sugli alimenti. Non solo parole ma anche fatti concreti. La Fda - Food and Drug Administration, Autorità Usa deputata al controllo sulla sicurezza degli alimenti, ad esempio, verrà potenziata e soprattutto tornerà a svolgere il suo lavoro. Negli ultimi anni, infatti, l'Autorità è stata più impegnata ad autorizzare la commercializzazione di nuovi farmaci piuttosto che ad eseguire controlli sugli alimenti. Risultato: il moltiplicarsi di casi di contaminazione di alimenti culminato con l'epidemia di salmonella provocata dal burro di arachidi. In risposta a questa situazione critica, il presidente ha annunciato nuove nomine ai vertici dell'Autorità e un maggior sostegno finanziario finalizzato in primo luogo ad ampliare l'organico per consentire un controllo capillare delle industrie produttrici o distributrici.

Controlli o miraggi?

E in Italia? Anche in casa nostra i casi di contaminazione degli alimenti non sono certo mancati. Si pensi all'ITX nel latte, alla diossina nelle mozzarelle o al formaggio grattugiato fatto con prodotti scaduti e ammuffiti. Quest'ultimo caso è emblematico del funzionamento della catena della frode. I prodotti scaduti vengono lavorati e riproposti sul mercato come prodotto "nuovo". I commercianti approfittano del prezzo competitivo e i prodotti arrivano sulle tavole dei consumatori. È un business miracoloso dove tutti guadagnano e nessuno ci rimette, tranne la salute dei consumatori.

«Non possiamo più permettere che situazioni simili si ripetano nel nostro Paese», commenta **Lorenzo Miozzi**, presidente del Movimento Consumatori. «La sicurezza alimentare deve essere considerata una priorità e come tale deve essere gestita. È necessaria anche in Italia una strategia di lungo termine come quella che si

Tracciabilità dal campo alla tavola. È il più potente strumento di controllo che può essere messo a disposizione dei consumatori. Anche perché, nonostante molte leggi, i controlli nel nostro Paese sono ancora carenti e suddivisi tra troppi soggetti. Un disegno di legge del governo va proprio in questa direzione. Riuscirà ad arrivare in porto?

sta delineando in Europa e che parte dal Libro verde della commissione sulla Qualità dei prodotti. Subito però è fondamentale investire sui controlli rafforzando i nuclei che effettivamente svolgono il lavoro sul campo. I controlli, poi, devono essere finalizzati alla tutela della salute dei cittadini e non solo alla difesa del made in Italy».

Già perché queste frodi sono state possibili grazie anche e soprattutto al cattivo funzionamento della catena di controllo che ha permesso di aggirare leggi e regolamenti per anni senza alcun rischio. Gli stessi funzionari addetti al controllo, in alcuni casi, si sono trasformati addirittura in complici rendendo così ancora più "sicura" la truffa. «Non è un solo un problema di normativa», spiega **Eliana Caputo**, responsabile Sicurezza alimentare del Movimento Consumatori. «Le regole ci sono e sono chiare. Molto spesso, anzi, gli stessi produttori si lamentano dell'eccessiva quantità di leggi che regolano il settore. Quello che manca è una seria e costante opera ispettiva e sanzionatoria».

Altro nervo scoperto del settore è quello del coordinamento. «Le competenze in materia di sicurezza alimentare sono eccessivamente frammentate», spiega ancora Eliana Caputo. C'è il ruolo del ministero della Salute, quello del ministero per le Politiche agricole, ali-



mentari e forestali, ci sono i nuclei speciali dei Carabinieri e ci sono le Asl. Oltre a questi soggetti, molti altri sono a diverso titolo impiegati in attività collegate alla sicurezza alimentare.

«Manca un soggetto che coordini e organizzi le priorità, gli interventi e stabilisca i ruoli di questa partita. Nella scorsa legislatura sembrava che fossimo quasi alla soluzione del problema, quando il governo decise di creare l'allora Comitato nazionale per la sicurezza alimentare, ora trasformato in Agenzia nazionale per la sicurezza alimentare». Questo ente avrebbe dovuto avere il ruolo fondamentale di collegamento tra le attività nazionali e l'Agenzia europea con sede a Parma. Peccato che per ora l'Agenzia italiana, in mancanza di norme attuative, si sia aggiunta alla lunga lista di enti "fantasma" non avendo svolto, dalla costituzione, nessuna attività concreta.

Strategie in campo

In concreto quali sono i metodi di autodifesa dei consumatori? «Sicuramente dobbiamo puntare sull'etichetta e sui marchi di qualità e provenienza», spiega Eliana Caputo.

segue a pagina 4

+Vademecum

L'Abc dell'etichetta

CHE DEFINIZIONE È POSSIBILE DARE ALL'ETICHETTA?

L'etichetta è la carta d'identità degli alimenti attraverso la quale il consumatore può ricavare molte informazioni utili (ad esempio, gli ingredienti, la loro tipologia e quantità, la durata del prodotto, la provenienza ecc.). Qualsiasi azienda che produce generi alimentari e li commercializza deve, per legge, obbligatoriamente apporre sulla confezione l'etichetta che deve contenere determinate informazioni.

Una cosa molto importante da non dimenticare è che l'etichetta non deve avere alcun tipo di scritta o immagine che possa trarre in inganno il consumatore, così come non è possibile presentare "nomi di fantasia" che allontanano l'acquirente dal reale acquisto che sta per fare, se questi non sono seguiti dalla denominazione di vendita.

PERCHÉ È UTILE LEGGERE LE ETICHETTE?

- Consentono al consumatore di essere correttamente informato sul prodotto;
- permettono di scegliere il prodotto più vicino alle proprie esigenze;
- permettono di attuare una valutazione sul rapporto qualità/prezzo.

QUALI CARATTERISTICHE DEVONO AVERE PER LEGGERE?

- Corretta e trasparente informazione;
- facile comprensione;
- essere facilmente leggibili;
- essere indelebili;
- essere stampate in lingua italiana

QUALI SONO LE INFORMAZIONI OBBLIGATORIE?

Per i prodotti preconfezionati:

- la denominazione di vendita;
- l'elenco degli ingredienti;
- la quantità netta o la quantità nominale;
- il termine minimo di conservazione o, nel caso di prodotti molto deperibili dal punto di vista microbiologico, la data di scadenza;
- il nome o la ragione sociale o il marchio depositato e la sede o del fabbricante o del confezionatore o di un venditore stabilito nella Cee;
- la sede dello stabilimento di produzione o di confezionamento;
- il titolo alcolometrico volumico effettivo per le bevande

+ Glossario

Certificazioni e qualità

I marchi di qualità rappresentano una delle caratteristiche dei prodotti alimentari che deve essere tenuta presente per essere certi di acquistare alimenti il più possibile sicuri. L'Europa ha fissato dal 2006 due principali marchi: Dop (prodotti a denominazione d'origine protetta) e Igp (prodotti a Indicazione geografica protetta). Esistono poi altre certificazioni (Doc, Bio, Stg...). Cerchiamo di capire cosa sono e cosa riguardano.

DOP - prodotti a denominazione d'origine protetta

Certificazione riconosciuta ai prodotti agricoli ed alimentari le cui fasi del processo produttivo vengano realizzate in un'area geografica circoscritta e che risultano essere prodotti in conformità ad un disciplinare di produzione.

IGP - prodotti a indicazione geografica protetta

La certificazione Igp serve a designare un prodotto agricolo o alimentare originario di uno specifico territorio e di cui una determinata qualità, la reputazione o un'altra caratteristica possa essere attribuita all'origine geografica e la cui produzione e/o trasformazione e/o elaborazione avvengano nell'area geografica determinata.

Stg - specialità tradizionali garantite

Certificazione creata nel 1992 e scarsamente utilizzata. Ha l'obiettivo di valorizzare dei prodotti agro-alimentari le cui peculiarità non dipendono dall'origine geografica ma da una composizione tradizionale del prodotto, da una ricetta tipica o da un metodo di produzione tradizionale.

Bio - prodotto da agricoltura biologica

L'azienda che vuole certificare le attività di produzione, preparazione, commercializzazione e importazione dei prodotti agricoli biologici deve essere sottoposta al sistema di controllo da parte del ministero per le Politiche agricole. Per la certificazione delle produzioni come "prodotto da agricoltura biologica", l'azienda agricola deve aver rispettato le norme dell'agricoltura biologica per un periodo, definito «di conversione all'agricoltura biologica» di almeno due anni prima della semina o, nel caso delle colture perenni diverse dai prati, di almeno tre anni prima del raccolto.

DOC - denominazione di origine controllata

La denominazione di origine controllata è il marchio nazionale che viene attribuito con decreto del ministero per le Politiche agricole e forestali ai vini originari di una zona limitata e circoscritta.

DOCG - denominazione di origine controllata e garantita

Viene attribuita ad alcuni vini Doc di notorietà nazionale ed internazionale. I vini Dpcg sono soggetti a controlli più severi e sono commercializzati in recipienti inferiori a 5 litri.

aventi un contenuto alcolico superiore a 1,2 % in volume;

- una dicitura che consenta di identificare il lotto di appartenenza del prodotto;
- le modalità di conservazione e di utilizzazione qualora sia necessaria l'adozione di particolari accorgimenti in funzione della natura del prodotto;
- le istruzioni per l'uso, ove necessario;
- il luogo di origine o di provenienza, nel caso in cui l'omissione possa indurre in errore l'acquirente circa l'origine o la provenienza del prodotto.

Tutte le indicazioni devono essere riportate in lingua italiana; è consentito riportarle anche in più lingue. Nel caso di menzioni che non abbiano corrispondenti termini italiani, è consentito riportare le menzioni originarie.

a cura del Movimento Consumatori

QUI BRUXELLES

Qualità e consapevolezza Parte dal Libro verde la scommessa dell'Europa

Le linee guida: indicazione obbligatoria in etichetta del luogo di produzione delle materie prime, informazioni più trasparenti in tema di ogm, maggiore tutela comunitaria e internazionale per Dop e Igp

di Angela Carta

È del 10 marzo l'approvazione da parte del parlamento europeo del *Rapporto sulla valorizzazione della qualità dei prodotti alimentari europei*, una serie di proposte per difendere la qualità degli alimenti con cui si porta a compimento il percorso di consultazione inaugurato con il Libro Verde. Il rapporto, che nelle prossime settimane sarà sottoposto all'esame dell'Assemblea plenaria, si muove lungo direttrici ben precise: indicazione obbligatoria in etichetta del luogo di produzione delle materie prime; informazioni più trasparenti in tema di ogm; maggiore tutela comunitaria e internazionale per Dop e Igp.

Gli auspici di Strasburgo

Il parlamento auspica l'introduzione dell'indicazione obbligatoria del luogo di produzione delle materie prime attraverso un'apposita etichetta che soddisfi l'esigenza dei consumatori di ricevere maggiori informazioni sull'origine del prodotto che acquistano.

In questo modo, l'assemblea di Strasburgo va incontro alle esigenze dei consumatori sempre più consapevoli dell'importanza della qualità degli alimenti, della trasparenza della produzione alimentare, non solo in termini di sicurezza ma anche per quel che concerne gli aspetti etici. Per questa ragione ha chiesto alla Commissione di Bruxelles di prevedere criteri per portare avanti iniziative in materia di qualità, ad esempio sistemi facoltativi di etichettatura "essente da ogm", che consentiranno ai consumatori di scegliere in libertà. Nello stesso tempo viene esortato l'esecutivo comunitario a presentare una proposta legislativa per l'introduzione di un obbligo di etichettatura anche per i prodotti di origine animale - come il latte, la carne e le uova - per i quali vengono utilizzati animali alimentati con mangimi geneticamente modificati. Inoltre, il

parlamento europeo ha invitato a seguire norme armonizzate relative ai limiti massimali di segnalazione dei pesticidi vietati nei prodotti biologici.

Agenzie e polemiche

Tra le proposte sembra ci sia la creazione di un'Agenzia europea della qualità che collabori strettamente con l'Efsa, l'Autorità europea per la sicurezza alimentare di Parma e con i servizi della Commissione Ue. Un'agenzia che sarebbe competente anche per le richieste di Dop, Igp e Stg sempre più spesso avanzate dai Paesi terzi. In Italia, la notizia ha acceso la polemica tra il ministro delle Politiche comunitarie, Andrea Ronchi e la senatrice Colomba Mongiello, responsabile Pd del dipartimento Agricoltura. «Le indicazioni del parlamento europeo», ha sostenuto il ministro, «dovrebbero andare non nel senso della creazione di un'altra Authority ma nel rafforzamento di quella di Parma». Per Ronchi «l'Efsa per l'Italia è un'agenzia importante», anche se «nonostante gli sforzi del governo italiano per sostenerla e promuoverla, non corrisponde alle esigenze di un Paese che vi ha investito molto». La Mongiello ha replicato spiegando che non ci sarà una Efsa 2 e che nessuno Stato europeo ha messo in discussione l'efficienza dell'Agenzia europea con sede a Parma. «L'Efsa è di diretta emanazione del Consiglio dei capi di Stato e governo europei», ha sottolineato la Mongiello, «cui fornisce pareri scientifici sui rischi relativi alla sicurezza alimentare umana e animale degli Stati che operano all'interno della Commissione europea. È quest'ultima deputata ad esprimere giudizi sull'operato dell'Efsa. Altra cosa invece è l'Agenzia nazionale che, a differenza di altri Stati membri, l'Italia non ha ancora provveduto ad istituire con decreto, nonostante la legge già esistente e i fondi già stanziati», ha concluso la senatrice.

+ I consigli

Per una spesa consapevole

- monitorare periodicamente la dispensa di casa per eliminare eventuali prodotti scaduti e dare precedenza a quelli che stanno per scadere;
- leggere con attenzione le etichette;
- imparare a leggere le tabelle nutrizionali, che si rivelano molto utili poiché forniscono informazioni specifiche sui principi nutritivi e sulla loro ripartizione all'interno del prodotto;
- imparare a riconoscere i marchi di qualità, vale a dire quei marchi riconosciuti a livello europeo che certificano e tutelano il consumatore, proprio a seguito dell'applicazione di severi e rigidi disciplinari e protocolli, controllati da istituzioni pubbliche;
- controllare sempre la data di scadenza e le modalità di conservazione. La legge vieta il commercio di prodotti scaduti e nel caso si dovessero riscontrare in commercio alimenti con questa "caratteristica" è bene attivarsi per fare una

segnalazione alle autorità competenti;

- rispettare la catena del freddo per tutti i prodotti surgelati, utilizzando le borse termiche, evitando di acquistare quei prodotti che presentano sulla scatola brina o ghiaccio, il che significa che hanno subito uno shock termico;
- assicurarsi della freschezza di frutta e verdura e della provenienza la quale per legge deve essere indicata obbligatoriamente in etichetta: conoscere il Paese d'origine di un prodotto è utile per ricavare il rapporto qualità-prezzo;
- rispettare la stagionalità che permette di avere i prodotti in maggiore quantità e ad un prezzo giusto;
- leggere sempre il prezzo al chilo o al litro di tutti i prodotti confezionati e non soltanto quello della singola confezione. In questo sarà possibile veramente attuare un parametro di scelta basato non soltanto sulla singola confezione.



INTERVISTA AL MINISTRO LUCA ZAIA

Con la filiera corta consumatori più sicuri e aziende più solide

di Angela Carta

«L'obbligo di indicare in etichetta l'origine degli oli extravergini e vergini di oliva è il risultato di una battaglia condotta con tenacia e con convinzione. Questa legge è un passo importante nella difesa della qualità e della trasparenza». È soddisfatto il ministro per le Politiche agricole, alimentari e forestali, Luca Zaia, per l'approvazione di una norma che si augura apra presto la strada a un nuovo corso fatto di informazioni utili e che tutelino il consumatore.

Consumers' Magazine: Ministro, un primo successo l'etichettatura dell'olio?

Luca Zaia: Abbiamo finalmente uno strumento prezioso per difendere i nostri produttori di olio e per tutelare il made in Italy. D'ora in poi tutti sapranno esattamente cosa stanno comprando, perché il consumatore potrà finalmente distinguere il prodotto italiano dagli oli di oliva provenienti dagli altri Paesi comunitari e non comunitari. È anche lo strumento di cui avevamo bisogno per combattere al meglio le contraffazioni e le truffe: nessuno potrà più spacciare impunemente per italiano l'olio proveniente da altri Paesi.

CM: La nuova disciplina sull'etichettatura è il punto centrale del ddl sulla competitività agroalimentare, che ha

«Il disegno di legge servirà a rilanciare il settore agroalimentare, ma anche al contrasto delle frodi. E punterà sullo sviluppo dei mercati locali. Alla base di tutto ci sarà la trasparenza delle informazioni»

Chi è

Luca Zaia nasce 40 anni fa a Bibano di Godega di Sant'Urbano, in provincia di Treviso. Laureato in Scienze della produzione animale, è eletto, nel 1993, a 25 anni, nelle file della Lega Nord Liga Veneta come consigliere comunale di Godega di Sant'Urbano. È stato presidente della Provincia di Treviso, vicepresidente del Veneto (con deleghe alle politiche del turismo, alle politiche dell'agricoltura e zootecnia). L'8 maggio 2008 è stato nominato ministro per le Politiche agricole, alimentari e forestali.



recentemente proposto. Quanto è importante che venga approvato?

Zaia: Rilanceremo il settore-agroalimentare, con importanti passi in avanti soprattutto nel contrasto delle frodi. Vogliamo inaugurare una nuova stagione, nella quale la trasparenza delle informazioni sia, allo stesso tempo, un valore aggiunto, una grande opportunità per le aziende e anche un decisivo criterio di scelta di cosa acquistare da parte dei consumatori. Si tratta della migliore soluzione per lo sviluppo delle aziende agricole e per un loro reale beneficio economico. La ridotta dimensione degli impianti garantisce inoltre, in perfetta sintonia con l'idea di filiera corta che sosteniamo e promuoviamo con convinzione, che l'approvvigionamento sarà prevalentemente circoscritto al mercato locale.

CM: L'obbligo di indicazioni, con diverse modalità, riguarderà sia i prodotti trasformati che non trasformati. Per chi infrange la norma sono previste sanzioni fino a 10mila euro. Crede che l'entità di questa sanzione possa funzionare da deterrente per le aziende produttrici?

Zaia: Le sanzioni per chi viola l'obbligo dell'indicazione d'origine sono ancora in corso di definizione. Stiamo lavorando tempestivamente a un decreto attuativo. Faremo in modo, infatti, che tutte le misure siano pronte prima del 1° luglio prossimo, data in cui entrerà in vi-

gore il provvedimento. Non solo, ci stiamo adoperando sia per le norme sanzionatorie sia per quelle applicative, ma le faremo rispettare in modo rigoroso. Dobbiamo tutelare la salute dei nostri cittadini e la qualità del nostro made in Italy.

CM: Altro punto del ddl è l'estensione a tutto il territorio nazionale dei contratti di filiera e distretto, già circoscritti alle sole aree sottoutilizzate. Confagricoltura è dubbiosa sul fatto che la nuova norma possa in effetti produrre un aumento della competitività e ritiene che sarà difficile far applicare una norma italiana o europea al di fuori dell'UE dove avviene la maggior parte dell'agropirateria. Come risponde a queste perplessità?

Zaia: Il nostro Paese è impegnato in prima fila a sensibilizzare l'opinione pubblica e i governi sull'importanza delle indicazioni dell'origine dei prodotti. Bisogna precisare però che questo regolamento vale per l'Unione europea, mentre a livello internazionale si applicano le norme del Paese d'importazione. Ci sono anche delle regole internazionali, che ci obbligano a seguirne gli indirizzi, ma non ad applicarle. C'è d'altra parte una grande sensibilità a livello dei Paesi importatori ad adottare una linea di trasparenza delle informazioni. Sono convinto che riusciremo ad ottenere un largo consenso in questa direzione.

segue da pagina 2

«Solo in questo modo possiamo garantire ai consumatori di potersi difendere adeguatamente. Importante è anche la consapevolezza negli acquisti. Seguendo poche regole di buon senso è possibile fare la spesa risparmiando anche in salute».

Qualcosa si muove sul fronte legislativo: il governo ha pronto un disegno di legge di riordino delle regole che punterà soprattutto sulla chiarezza dell'origine dei prodotti. La nuova legge, secondo gli auspici del ministro Zaia, si prefigge l'obiettivo di attuare a pieno titolo il principio della sicurezza "farm to table" (dal campo alla tavola), lungo tutta la filiera produttiva, dando piena garanzia della rintracciabilità degli alimenti. Non solo: la norma punta ad avere anche un effetto di deterrenza contro comportamenti commercialmente o legalmente scorretti. Il provvedimento è stato accolto con soddisfazione dalla Cia - Confederazione italiana agricoltori: «Con l'indicazione d'origine», afferma il presidente Giuseppe Politi, «si garantiscono sia i consumatori che i produttori agricoli italiani. In questo modo è trasparente l'identificazione della provenienza del prodotto e si tutela adeguatamente il made in Italy agro-alimentare, troppe volte oggetto di falsificazioni e di contraffazioni».

Piero Pacchioli

editoriale

Sanità malata di politica

segue dalla prima

E pensare che il Sistema sanitario nazionale italiano è, "sulla carta", uno dei migliori al mondo per equità, innovazione e lungimiranza nella prevenzione. Ma non è un sogno irrealizzabile, lo dimostrano realtà territoriali esemplari: le tante Asl dell'Emilia Romagna e la Asl di Trento, tra le prime ad aver adottato il Bilancio sociale o l'innovativo "contratto" tra il paziente psichiatrico e il centro territoriale di assistenza psichiatrica, in cui l'utente dichiara in anticipo cosa fare nei propri momenti di crisi e quale persona deve essere interessata all'intervento.

Il male vero del Sistema sanitario nazionale sono le nomine politiche dei manager. Nomine che avvengono non per un sistema almeno apparente di meriti, ma di mera appartenenza politica. Non importa che il nominato sia effettivamente capace di reggere la gestione di un sistema estremamente complesso e delicato di una Asl. Le Asl sono enormi aziende con un numero impressionante di dipendenti e di utenti. Quale proprietario di qualsiasi azienda privata affiderebbe la gestione del-

l'azienda al figlio dell'amico o all'amico dell'amico solo perché appartenente a una corrente politica? I criteri di assegnazione a quei livelli, di solito, nelle aziende private si giocano sulle effettive capacità del manager da cui dipenderanno la salute o la morte della azienda stessa.

Nelle Asl invece le nomine sono solo partitiche. E con questa logica si potenziano o si depotenziano gli ospedali, per rendere omaggio al politico appartenente a quel territorio. Si eliminano servizi, sale operatorie per depotenziare i territori scomodi. Giochi più simili a battaglie navali infantili con l'unica differenza che da quelle scelte dipenderà probabilmente la vita, la salute, la qualità dell'esistenza di migliaia e migliaia di persone.

L'ultima contraddizione sta poi nel fatto che la valutazione del manager della azienda sanitaria si fa sui numeri puri dei bilanci (non sociali) e non sulla reale efficacia della azione di management, non sulla soddisfazione del territorio, non sulla aspettativa di salute e di vita guadagnata dai cittadini afferenti ai servizi. E chi sbaglia, non paga mai.

Rossella Miracapillo

FARMACI

Se Big Pharma boicotta i generici

pagina a cura di Rossella Miracapillo*

La Commissione Europea ha pubblicato una relazione preliminare su un'indagine, iniziata a gennaio 2008 e che si concluderà nel 2009, avviata per comprendere il perché sul mercato fosse giunto un numero minore di nuovi farmaci e le ragioni per cui, in alcuni casi, i generici entrano in commercio in ritardo. Da questa relazione emergerebbe che le imprese branded avrebbero attuato pratiche finalizzate a ritardare o a ostacolare l'entrata sul mercato di prodotti medicinali concorrenti.

Dal 2002 al 2012 saranno oltre 250 le molecole farmaceutiche che avranno perso il brevetto. Di fatto saranno, quindi, generici tutti i medicinali che oggi coprono larga parte del mercato, con un notevole impatto di spesa in termini di risparmio per il Servizio sanitario nazionale. Tra il 2007 e il 2008, in Italia, su una spesa sanitaria complessiva di 13 miliardi di euro si stima un risparmio di 800 milioni di euro per la scadenza del brevetto di diversi «block buster». L'immissione in commercio del generico costringe, quindi, il branded di origine ad abbassare il suo prezzo. La scadenza del brevetto e l'immissione in commercio degli equivalenti induce per forza le aziende brand a ridurre il prezzo proprio a ridosso della scadenza del brevetto per fare concorrenza feroce al generico che verrà immediatamente dopo. Questo perché la legge impone il taglio di almeno il 20% del prezzo del prodotto generico di nuova immissione in commercio.

Nel 2007, in particolare, le molecole

Domanda multipla di brevetti per lo stesso medicinale, avvio di contenziosi, accordi di protezione commerciale: un documento della Ue censura i comportamenti delle aziende farmaceutiche alla scadenza dei brevetti. E le accusa di non fare abbastanza per lanciare nuovi farmaci

che hanno contribuito in misura maggiore a contenere la spesa, grazie all'arrivo dei farmaci generici, sono state il lansoprazolo, il lorazepam e l'amoxicillina. Le classi terapeutiche dove più ha inciso il farmaco equivalente, di conseguenza, sono in classe A gli inibitori di pompa acida, con il 15% di farmaci generici prescritti, e i prodotti contro l'ipertrofia prostatica benigna, con il 6,7%. In fascia C, invece, la classe dei tranquillanti - dove si collocano le principali benzodiazepine - si attesta a una percentuale di generici pari al 23,3% e quella dei corticosteroidi topici - dove i generici sono più prescritti con molecole come la gentamicina o il bethametasone - raggiunge il 29,3% (fonte dati Centro studi Assogenerici).



Analizzando il mercato dei farmaci equivalenti si nota come il maggior consumo riguarda alcuni equivalenti di fascia C, quelli che il cittadino paga direttamente di tasca propria e su cui le aziende branded non hanno allineato i prezzi. La media di riduzione grazie al farmaco generico in Europa è del 20%, in Italia arriva anche al 40-55%.

Un'autentica catastrofe per le aziende branded soprattutto perché - e questo è il dato inquietante - non ci sono farmaci di nuova sperimentazione. Per citare un esempio, tra il 2003 al 2009 perdono il brevetto 6 antibiotici, ma solo due sono quelli di nuova immissione in commercio. Questo dimostra che se la big pharma vuole sopravvivere deve per forza strozzare il generico. Secondo la Com-

missione Ue, sarebbero state messe in campo azioni come la domanda multipla di brevetti per lo stesso medicinale (i cosiddetti cluster di brevetti), l'avvio di procedimenti contenziosi, la conclusione di accordi di protezione commerciale che limitano l'accesso delle società produttrici di generici al mercato e interventi presso le autorità nazionali in concomitanza con la presentazione di domande di autorizzazioni al commercio per farmaci equivalenti. Tutte attività volte a ritardare anche di pochi mesi la commercializzazione dei generici. Ma ogni mese di ritardo è un mese di guadagno in più per la big pharma.

I cittadini sono quelli che in questa storia ci rimettono sempre, perché quattro mesi di ritardo nell'immissione in commercio di un generico significano una mole di nostre tasse andate in fumo; niente ricerca per alcune patologie anche rare; niente ricerca in antibiotici, e il rischio delle superinfezioni resistenti ormai dietro la porta. L'antibiotico o la malattia rara non sono appetibili. Il loro uso è limitato nel tempo e non hanno troppo mercato. Allora meglio difendere le posizioni di rendita. È più comodo per le aziende e più remunerativo. Ma non è etico. A questo punto la Commissione europea comminerà sanzioni alle aziende che hanno agito in modo sleale violando le norme della concorrenza. Ma i cittadini avranno già pagato per questi giochetti.

*segretario generale Movimento Consumatori e responsabile Osservatorio Farmaci & Salute MC

PER SAPERNE DI PIÙ

Cosa accade quando scade il brevetto

Allo scadere dei vent'anni, il farmaco può essere commercializzato da un'altra azienda, ma a un prezzo inferiore di almeno il 20%

La scoperta di un nuovo farmaco è il risultato di una complessa attività di ricerca e di sviluppo, onerosa sotto il profilo economico finanziario e con risultati non sempre certi. Infatti non tutte le molecole scoperte nel corso delle ricerche diventano alla fine dei farmaci. Quando però la nuova molecola ha superato tutti i test che ne accertino l'efficacia, la sicurezza e l'utilità farmacologica, l'azienda chiede l'autorizzazione presso le agenzie all'immissione in commercio di quel principio attivo come specialità medicinale conferendogli un nome di fantasia e concordando un prezzo che consenta all'azienda di recuperare le spese sostenute nella ricerca. Per tutelare il nuovo nato da possibili copie viene registrato il brevetto presso l'apposito ufficio in modo tale che nessuna azienda concorrente possa sintetizzare lo stesso principio attivo e commercializzarlo autonomamente con un nome di fantasia diverso. Nella maggior parte dei Paesi, i brevetti garantiscono a chi trova qualcosa di nuovo e utile di commercializzarlo in esclusiva per almeno 20 anni. Allo scadere della copertura brevettuale, altre aziende autorizzate potranno produrre e commercializzare lo stesso prodotto come equivalente. Quando il brevetto decade, se il farmaco ha ancora interesse terapeutico può essere copiato e commercializzato da

un'altra azienda farmaceutica, che non avendo investito anni e risorse nella ricerca della molecola, può lanciarlo sul mercato ad un prezzo inferiore di almeno il 20% rispetto all'originale. Questo farmaco non potrà avere un nome di fantasia, ma gli si attribuirà il nome «generico» del principio attivo che contiene seguito dal nome dell'azienda farmaceutica che lo produce.

Il farmaco equivalente deve dimostrare un'uguale bioequivalenza rispetto al cosiddetto originator, cioè di essere capace di raggiungere lo stesso effetto farmacologico alla stessa dose. Secondo l'Emea, l'Agenzia europea del farmaco, sono bioequivalenti prodotti che, alla stessa dose, hanno profili di concentrazione nel tempo così simili da non avere differenze in efficacia e sicurezza. Ciò vuol dire che i due prodotti devono essere praticamente identici nel comportamento, nell'efficacia e nella forma farmaceutica (fiale, compresse, gocce, etc.)

Il mercato nazionale attuale su 13 milioni di euro di spesa farmaceutica annuale complessiva, vede attestarsi l'utilizzo dei medicinali equivalenti intorno al 25%. I dati Aifa si riferiscono però al mercato complessivo «equivalenti puri» più unbranded, ovvero farmaci che hanno perso il brevetto. Il mercato degli equivalenti puri è fermo invece al 6% della spesa complessiva.

+Lo strumento

Il mirino dell'Osservatorio

Nel 1993 Movimento Consumatori ha fondato, insieme a numerosi specialisti, medici, farmacisti, farmacologi, ricercatori universitari e personalità del mondo sanitario l'Osservatorio Farmaci & Salute, il cui scopo è la tutela del diritto alla salute dei cittadini. Tramite la mail ofs@movimentoconsumatori.it e il numero verde 800774770, l'Osservatorio è in costante contatto con i cittadini per la segnalazione di anomalie o l'assistenza su temi connessi all'esercizio del diritto nell'ambito della salute.

Sul sitoMC nell'area tematica riservata ai farmaci e alla salute sono a disposizione degli utenti informazioni utili sull'attività dell'Osservatorio, sui medicinali e sugli integratori, sui diritti dei malati, sul nostro Sistema sanitario nazionale e sulle cure all'estero.

www.movimentoconsumatori.it



LA CONTROVERSIA

Pubblicità ingannevole Wind condannata a risarcire 130mila clienti

di Piero Pacchioli

La questione dei contratti "Solo Infostrada" sembra proprio un caso di scuola per spiegare l'utilità della class action. Migliaia di consumatori raggirati dal medesimo comportamento ingannevole di una singola azienda. Se in Italia ci fosse la possibilità di intraprendere azioni collettive, questa contro Wind sarebbe sicuramente stata una di quelle.

I fatti

Nel 2001 Infostrada, oggi incorporata dalla Wind, aveva lanciato una campagna pubblicitaria con cui offriva il contratto "Solo Infostrada" per la telefonia fissa, con la promessa per gli utenti di non pagare più il canone Telecom. Nel maggio del 2002 l'Antitrust aveva sanzionato Wind per pubblicità ingannevole riconoscendo che, su 138.178 contratti "Solo Infostrada" conclusi, i consumatori che non pagavano più il canone alla Telecom erano solo 690. In pratica quasi tutti i consumatori che avevano aderito all'offerta continuavano a pagare il canone Telecom.

Era subito risultato evidente che l'azienda non aveva alcun interesse a rispettare il contratto stipulato con tutti gli utenti e, quindi, nell'autunno del 2002, il Movimento Consumatori, con un'azione collettiva disciplinata dalla legge 281/98 (oggi art. 140 Codice del Consumo), ha citato in giudizio la Wind-Infostrada. «È importante porre l'accento sulla gravità del comportamento tenuto da Wind», afferma **Paolo Fiorio**, legale del Movimento Con-

Un contratto Infostrada che prometteva l'abolizione del canone Telecom, senza farlo. Dopo sette anni, la Corte d'appello dà ragione ai consumatori. Che ora avranno diritto al risarcimento. Una vicenda che mostra quanto sarebbe utile la class action...

matori. «La compagnia telefonica per accaparrarsi nuovi utenti ha lanciato una campagna pubblicitaria ingannevole per i consumatori, promettendo un servizio che sapeva fin da subito di non essere in grado di assicurare perché, per affittare da Telecom l'ultimo miglio della rete, avrebbe dovuto affrontare costi superiori rispetto ai possibili guadagni». Secondo le difese svolte da Wind, invece, i contratti stipulati nel 2001 non avrebbero avuto carattere definitivo, essendo chiaro che l'attivazione del servizio sarebbe dipesa da questioni tecniche legate principalmente a Telecom Italia. Wind, quindi, non ha potuto fornire il servizio non per propria colpa ma a cau-

Precedenti**Dodici anni di battaglie**

Dalla Sip a Telecom Italia. Dal monopolio alla concorrenza. Il rapporto dei consumatori italiani con la telefonia non è mai stato semplice. Negli ultimi 12 anni abbiamo assistito alla privatizzazione dell'azienda di Stato, all'ingresso nel mercato di nuove compagnie e all'evoluzione costante dell'impianto normativo. Unica costante rimasta i comportamenti scorretti a danno dei consumatori e la resistenza delle aziende a abbandonarli. Pensiamo alle numerazioni a sovrapprezzo. I numeri 144, 899... che per anni hanno imperversato producendo bollette astronomiche a utenti ignari. Le aziende li hanno "neutralizzati" solo dopo anni di battaglie delle associazioni di consumatori e dopo svariate pronunce dell'Autorità. Anche per abolire il costo di ricarica e per vedersi riconosciuto il diritto al rimborso del credito residuo non utilizzato è stato necessario un estenuante testa a testa tra consumatori e aziende. Solo con i decreti Bersani questi concetti sono stati in parte recepiti. Le aziende, però, non si sono rassegnate e hanno cercato di recuperare i mancati guadagni derivanti dall'abolizione del costo fisso di ricarica ritoccando al rialzo le tariffe. Comportamento legittimo per i nuovi contratti, un po' meno per i contratti in essere. Questi ultimi, infatti, sono stati "rimodulati" in maniera illegittima. Stesso discorso per le penali di recesso che le aziende hanno continuato ad applicare anche dopo la previsione della loro illegittimità sancita dai decreti Bersani.

sa del comportamento di Telecom.

La sentenza

Il Tribunale di Torino aveva accolto totalmente le richieste del Movimento consumatori ma, nonostante questo, Infostrada non aveva desistito e aveva proposto appello "congelando", di fatto, la sentenza di primo grado. Finalmente, dopo sette anni di processo, la Corte d'appello di Torino ha confermato la sentenza del Tribunale e, quindi, ha accolto integralmente le domande del Movimento Consumatori.

A questo punto Wind dovrà attivare il servizio in accesso diretto a tutti i consumatori che hanno sottoscritto il con-

tratto Infostrada e comunque dovrà inviare ai clienti una lettera con la quale, riconoscendo di non aver adempiuto ai contratti "Solo Infostrada", s'impegna a restituire tutti i canoni pagati alla Telecom a partire dal giorno della sottoscrizione del contratto.

Urge class action

Il danno subito collettivamente dai consumatori è enorme: con una valutazione prudenziale, può essere stimato all'incirca in 50 milioni. «Con il suo comportamento Wind, infatti, ha acquisito illegittimamente oltre 130mila utenti non rispettando quanto aveva promesso», spiega Paolo Fiorio. «Ora, finalmente, è venuto il momento di risarcire i consumatori ingannati». «La vicenda Wind-Infostrada», sottolinea **Alessandro Mostaccio**, responsabile del settore Comunicazioni del Movimento Consumatori, «pone ancora una volta l'attenzione sulla necessità che il governo smetta di ostacolare l'introduzione in Italia della class action. Con questa legge il Tribunale e la Corte d'appello di Torino avrebbero potuto condannare Wind a risarcire direttamente i consumatori (invece la sentenza non ordina a Wind di rimborsare gli utenti, ma spiega che hanno diritto al rimborso, ndr). Noi crediamo fermamente che un compiuto disegno di liberalizzazione del mercato e della nostra economia non possa più prescindere da moderni ed efficienti strumenti di giustizia collettiva per impedire ulteriori danni e vessazioni per i consumatori».

Vademecum**Ecco come ottenere il risarcimento**

Dopo la sentenza della Corte d'appello, MC spera che Wind decida di adempiere volontariamente agli obblighi verso i consumatori. Se ciò non avvenisse, però, (come sappiamo Wind si è rifiutata già di ottemperare alla sentenza di primo grado proponendo appello) ecco i passi da compiere per pretendere il risarcimento.

- 1) Accertarsi di avere sottoscritto il contratto "Solo Infostrada" (la sentenza si riferisce a questo specifico tipo di contratto)
- 2) Accertarsi di aver pagato una o più bollette a Telecom per il canone dopo la sottoscrizione del contratto "Solo Infostrada"
- 3) Raccogliere tutte le bollette Telecom o perlomeno l'ultima da cui risulti che le precedenti sono state pagate. La somma dei canoni pagati a Telecom costituisce la cifra che dovrà essere richiesta a Wind/Infostrada
- 4) Inviare il reclamo a Wind/Infostrada richiedendo il rimborso della

cifra che risulta dalla somma dei canoni pagati

5) In caso di risposta negativa o di mancata risposta, proporre il tentativo di conciliazione al Corecom della propria regione o al servizio di conciliazione della Camera di commercio se nella regione non è attivo il Corecom

6) In caso di esito negativo del tentativo di conciliazione, proporre la causa al giudice di pace del luogo di residenza del consumatore che richiede il risarcimento, allegando copia della sentenza "collettiva".

Ricordiamo che se il valore del rimborso richiesto non è superiore a 516 euro è possibile agire in proprio senza l'assistenza di un avvocato e che per qualunque chiarimento è possibile contattare la sezione MC più vicina alla propria residenza o scrivere a

telefonia@movimentoconsumatori.it

INTERVISTA A MISTER PREZZI

La febbre dei prezzi è passata Ma l'Italia è ancora malata

di Daniela Verlicchi

Crisi o non crisi, i cartellini non cambiano. Fresco di nomina (il 12 febbraio scorso tra qualche polemica, vedi box), il nuovo Mister Prezzi, al secolo Luigi Mastrobuono, intervistato da *Consumers' Magazine* lancia l'allarme «vischiosità dei prezzi»: in Europa sono scesi, per effetto della crisi economica e dell'abbassamento delle quotazioni di petrolio e materie prime; in Italia molto meno. E allora che fare? Prima regola: informarsi, magari attraverso il sito dell'Osservatorio sui prezzi (www.osservaprezzi.it) che, annuncia Mastrobuono, tra breve inizierà anche ad occuparsi delle tariffe delle utilities locali.

Consumers' Magazine: L'Osservatorio prezzi e tariffe: che scopo ha e in che modo tutela i consumatori dal caro



prezzi?
Luigi Mastrobuono: L'Osservatorio prezzi e tariffe (attivo dal 2004) vuole essere un sistema per il

monitoraggio dei beni e servizi di largo consumo ed ha l'obiettivo di fornire, con continuità e tempestività, informazioni sul livello dei prezzi, sulla loro dinamica e sulla loro variabilità territoriale. Sul sito www.osservaprezzi.it è disponibile una serie di banche dati che consentono agli utenti di verificare i prezzi praticati alle varie fasi della filiera distributiva.

CM: Come è composto il paniere dei prodotti monitorati dall'Osservatorio?

Mastrobuono: Sul sito vengono pubblicati i prezzi al consumo, rilevati a livello nazionale, di un paniere di beni e di servizi, individuato di concerto con l'Istat, che rispecchia le voci di spesa più comuni delle famiglie italiane. Attualmente monitoriamo 103 beni e servizi, distribuiti su 52 capoluoghi di provincia.

CM: I cittadini sono correttamente informati sul livello dei prezzi al consumo?

Mastrobuono: Nel passato abbiamo assistito ad una serie di allarmi che hanno ingenerato molta confusione ed a previsioni di istituti di ricerca che sono poi state clamorosamente smentite. Tra esse, ricordo un "allarme gelate" del febbraio 2008 con conseguente impatto sui prezzi dell'ortofrutta. In pochissimi giorni si scoprì poi che non c'era né la ge-

inflazione in discesa, ma scontrini ancora più salati della media europea. Il rischio di questi mesi si chiama «vischiosità».

Luigi Mastrobuono, nuovo garante, si impegna a vigilare. E invita i consumatori a fare altrettanto: «La prima arma è l'informazione»

lata, né i paventati rincari ma intanto chi voleva cogliere l'occasione per aumentare un poco i prezzi ha potuto farlo.

CM: E oggi quali strumenti informativi sono disponibili per difendersi dai prezzi gonfiati?

Mastrobuono: Se i consumatori sono più consapevoli, ne guadagna tutto il sistema. Ognuno di noi ha una serie di fonti informative a cui attingere: dal passaparola alle informazioni sui media, dalle campagne pubblicitarie ai siti internet. A partire dalla prossima stagione estiva, sul sito dell'Osservatorio sarà anche disponibile un monitoraggio sui prezzi praticati dagli stabilimenti balneari.

CM: Qual è il pericolo principale in questa fase economica?

Mastrobuono: Ci troviamo in una condizione strutturalmente diversa ri-

spetto a pochi mesi fa. Fino ad agosto del 2008, l'inflazione è aumentata in maniera costante. Ora invece siamo in fase di discesa, dovuta principalmente al raffreddamento delle quotazioni internazionali del petrolio e delle materie prime alimentari. Il rischio principale adesso è quello della vischiosità dei prezzi, che potrebbero rimanere stabili a fronte dell'abbassamento delle quotazioni di materie prime. Fino all'estate scorsa l'inflazione italiana era in linea con la media europea; da allora (cioè da quando è iniziata la discesa del tasso di inflazione), la variazione dei prezzi in Italia è sistematicamente inferiore alla media Ue. Ciò significa che gli altri Paesi si sono dimostrati più virtuosi nell'accompagnare la discesa dei prezzi.

CM: Su quali settori sta concentrando maggiormente l'attenzione?

Mastrobuono: Proseguiamo il monitoraggio dei beni di largo consumo come pasta, pane, latte, carburanti, i più segnalati dai consumatori al numero verde 800.955.959 gestito da Unioncamere. Nell'immediato futuro vorrei accendere i riflettori sulla dinamica delle tariffe dei servizi pubblici locali che è risultata particolarmente vivace negli ultimi due anni.

CM: Collaborazione con le associazioni di consumatori: in che forme e modalità sta lavorando?

Mastrobuono: La collaborazione con le associazioni dei consumatori è da tempo ben avviata ed incardinata nella Direzione generale per il mercato, la concorrenza, il consumatore, la vigilanza e nel Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti. Quelle sono le sedi idonee per sviluppare il confronto sulle tematiche più importanti.

www.osservaprezzi.it

La polemica

Le perplessità dei consumatori

Luigi Mastrobuono, che ha già l'incarico di capo del dipartimento Impresa e internazionalizzazione del ministero dello Sviluppo economico, si è insediato nelle vesti di Mister Prezzi a metà febbraio, dopo l'addio di Antonio Liroso. Liroso era stato nominato il 15 gennaio 2008 dal presidente del Consiglio Romano Prodi su proposta del ministro Pier Luigi Bersani. Nessuna divergenza con il ministro Scajola, ha assicurato Liroso al momento di lasciare, solo «motivi personali». La nomina del nuovo garante, però, non è piaciuta alle associazioni dei consumatori. Che hanno avuto da ridire, soprattutto, sul curriculum di Mastrobuono, che in passato è stato segretario generale Confcommercio e vicedirettore generale di Confindustria. Un profilo professionale che suscita la diffidenza del mondo consumerista, vista la vicinanza con il mondo produttivo. Ma al di là del profilo, il malumore dei consumatori nasce da altri fattori, legati alla nuova organizzazione del ministero dello Sviluppo economico voluta da Scajola, con la scomparsa del dipartimento per la Regolazione del mercato, cui facevano capo i temi consumeristici: «La nuova organizzazione penalizza i consumatori», spiega Antonio Longo, presidente del Movimento difesa del cittadino, «perché le relative competenze vengono annegate nel maxi dipartimento per l'Impresa e l'internazionalizzazione, che già nell'intestazione non parla più di "regolazione del mercato", come il dipartimento cancellato, ma esalta solo l'impresa».

Lo strumento

Un sms prima di aprire il portafoglio

Arance tarocco a 2 euro al chilo: «Mi stanno fregando?». Se lo chiedono in molti. Ora c'è uno strumento in più per valutarlo ed è disponibile, sul proprio cellulare, proprio al momento della scelta d'acquisto. Si chiama «Sms consumatori» ed è un servizio per difendersi dal caro-vita promosso dal ministero per le Politiche agricole e realizzato dalle principali associazioni dei consumatori (Acu, Adiconsum, Adoc, Adusbef, Codacons, Federconsumatori, Movimento Consumatori, Movimento difesa del cittadino) in collaborazione con l'Ismea. Come funziona? Occorre inviare un sms gratuito al numero 47947, specificando il nome del prodotto che si desidera acquistare. E nel giro di qualche minuto arriverà un altro sms, con mittente Mipaaf ossia il ministero per le Politiche agricole, che conterrà il prezzo medio nazionale, all'origine e all'ingrosso, e quello di vendita in tre macro-regioni (Nord, Centro e Sud). Questo

per un massimo di 5 sms al giorno e di 30 al mese. Una cartina di tornasole sul caro-prezzi con la quale confrontare il prodotto che si ha di fronte. Via sms (o anche online sul sito www.smsconsumatori.it) saranno disponibili dati aggiornati quotidianamente (tranne domenica e lunedì) su 84 prodotti: dalla frutta al pesce passando per pane, pasta e latticini. Il paniere è selezionato anche in base alla stagionalità. I prezzi sono calcolati da Ismea sulla base di 2.200 punti vendita di vario tipo: discount, super ed ipermercati, mercati e negozi. Per accedere al servizio, occorre prima registrarsi sul sito internet del progetto. E sempre sul sito sarà possibile segnalare irregolarità, prezzi anomali e violazioni delle normative in materia di sicurezza alimentare alle associazioni aderenti al progetto. Una community telematica per la lotta al caro-vita.

www.smsconsumatori.it

Consumers' approfondimenti

PARLIAMONE

Social card, il bersaglio mancato si chiama famiglia

di Gustavo Ghidini*

Pochi mesi non bastano a una burocrazia come la nostra per mettere a regime una novità che all'esordio è destinata a più di un milione di cittadini. Né bastano ai cittadini, in assenza di una campagna di informazione adeguata, per imparare a servirsene. Il combinato disposto di inefficienza e disinformazione ha naturalmente prodotto il primo risultato negativo: la sottoutilizzazione. Da un lato, un alto numero di carte non risultava caricato dei 120 euro annunciati per coprire l'ultimo trimestre 2008. Dall'altro, il numero delle richieste di attivazione è risultato meno della metà del previsto. Il lancio è stato dunque un mezzo fallimento.

La formula, poi, delle condizioni di accesso, ha prestato il fianco a critiche anche serie (non tutte lo sono state, ma qui discutiamo al netto delle polemichette "politiche"). Dell'insieme dei requisiti di accesso beneficia una platea dominata da anziani e da famiglie povere in cui vi sia un bambino sotto i tre anni. Gli anziani fanno la parte del leone (si fa per dire): su cento famiglie aventi diritto, il 78% include almeno un anziano ultrasessantacinquenne, le famiglie povere con un bambino al di sotto dei tre anni contano per il rimanente 22%. Ora, e anzi da tempo, in Italia la fascia di povertà cresce inversamente all'età dei cittadini a causa - fra le altre - di un welfare che privilegia la spesa pensionistica rispetto al sostegno alle famiglie. E pro-



prio la fascia della povertà che comprende le famiglie numerose con più figli (conta piuttosto il numero che l'età!) è il più rilevante, e grave, "bersaglio" mancato dalla social card come ora congegnata. Più precisamente, nella classifica della povertà relativa, le famiglie con tre o più figli rappresentano il 25%, quelle con due il 13%, quelle con un solo figlio l'8%. Sulla condizione della famiglia pesa più il numero dei figli che non la loro età e forse non occorre l'Istat per capirlo.

Tutto sbagliato, tutto da rifare, anzi da buttare, come da molti decretato? Non sono d'accordo. Ovviamente le disfunzioni evocate vanno urgentemente eliminate, e il sistema dell'accesso va rivisto in linea con le critiche richiamate a partire dal riferimento al numero dei figli a carico. Ma una volta operate le dovute correzioni e alzato, auspicabilmente, l'importo della somma mensile a disposizione, lo strumento potrà utilmente funzionare, ponendosi l'obiettivo di alzare in rapida progressione il numero dei nuclei familiari beneficiari con reddito entro i 6mila euro oltre l'attuale 26% (stime di lavoce.info su dati Istat). E soprattutto potrà rappresentare un primissimo passo verso quello strumento di equità, coesione sociale ed efficienza economica che in altri civilissimi Paesi europei è stato realizzato: il "reddito minimo di cittadinanza".

*presidente onorario del Movimento Consumatori

+ConsumerEuropa

Un numero verde per i minori scomparsi

La Commissione europea ha richiesto di far riservare a tutti gli Stati dell'Unione europea il numero verde 116000 per la segnalazione dei minori scomparsi. Per ora Grecia, Ungheria, Paesi Bassi, Portogallo e Romania sono i cinque Paesi in cui il numero è attualmente operativo, ma entrerà presto in funzione anche in Belgio e Slovacchia. La Commissione incita però gli Stati membri a fornire supporto e orientamento ai candidati operatori del numero di emergenza per far sì che genitori e minori possano chiamare da qualsiasi punto del territorio europeo in caso di necessità.

Viviane Reding, commissaria europea per le Telecomunicazioni, ha dichiarato di essere soddisfatta dell'operatività del numero nei cinque Stati europei, ma anche che si sarebbe aspettata una maggiore convinzione da parte di tutti gli Stati membri nei confronti dell'iniziativa. Ha esortato dunque gli Stati a assumersi le loro responsabilità e a informare i fornitori di servizi della disponibilità dei numeri che cominciano con le cifre 116, in modo da poter mettere in funzione i numeri verdi per le chiamate urgenti in tutta l'Unione europea il più rapidamente possibile. Esiste, infatti, un evidente obbligo morale nei confronti dei genitori e dei minori in Europa, è necessario quindi essere pronti ed efficienti con il servizio. Nei cinque Paesi in cui è la linea è attiva, il numero è stato assegnato ai fornitori di servizi che devono essere in grado di trattare in modo adeguato e gratuito le chiamate che ricevono, 24 ore su 24 e 7 giorni su 7, su tutto il territorio nazionale. Secondo la Commissione europea i numeri verdi aiuterebbero nel coordinare le operazioni atte a risolvere il problema dei minori rapiti e portati in un altro Stato. Altri due numeri sono riservati dall'ottobre 2007: l'116111, chiamata di assistenza per i minori, in funzione in nove Stati che presto diventeranno 14, e l'116123 per il sostegno psicologico, in funzione in Austria e che presto si estenderà ad altri tre Paesi.

Sonia Chilà



+ConsumerWeb

Tutte le informazioni sulle attività dell'Unione europea sul fronte dei consumatori con le attività della Commissione, del Parlamento, del Consiglio, dell'Autorità europea per la sicurezza alimentare. Una ricchissima parte dedicata alla do-

cumentazione, con schede di sintesi della legislazione europea, testi giuridici, comunicati stampa. Insomma, l'Europa, che sempre più competenze sta acquisendo su questo fronte, a portata di click.

europa.eu/pol/cons/index_it.htm

tra le righe di Lorenzo Miozzi

Qualità ed etica: la nostra spesa ai raggi X

CHE COS'È LA QUALITÀ?

La qualità agli occhi del consumatore come deve essere? Qual è il ruolo del cosiddetto "brand"? Quale importanza attribuiscono i consumatori ai produttori e alle insegne di distribuzione rispetto alla garanzia qualitativa dei prodotti? Per rispondere a queste domande si deve analizzare la complessa relazione che lega individui, prodotti e punti di vendita nella società dei consumi di oggi, caratterizzata dalla superficialità con cui viene trattato il tema del "valore". Una riflessione sul significato di "qualità" comporta quindi una revisione critica sul ruolo e l'importanza della stessa nei contesti di acquisto e di consumo contemporanei. A partire da un approccio di analisi al modo con cui i consumatori elaborano un giudizio qualitativo, dei diversi fattori e momenti che vi intervengono, la Ostidich mette in evidenza le conseguenze per tutti coloro che si trovano a far parte del processo di una produzione che definiamo "di valore".



Daniela Ostidich
Consumare qualità
Editore Hoepli
92 pagine - 11,90 euro

IL CARRELLO SOSTENIBILE

Largo alle idee. In questo caso sono addirittura 50 le proposte per fare acquisti che rispettino l'ambiente. Dalla vita di tutti i giorni alle occasioni speciali, dal cibo ai gadget tecnologici, Senza rinunciare allo stile, alla qualità e al risparmio. L'autrice, Siân Berry è stata candidata a sindaco di Londra per il partito dei Verdi ed è fondatrice dell'Alliance Against Urban 4x4 contro i SUV in città. Un impegno che mantiene con un libro che contiene utili suggerimenti sullo shopping etico e con cui spiega come limitare l'impatto che il nostro stile di vita ha sul mondo intorno a noi. Dai metodi per risparmiare tempo e denaro ai consigli sulle merci riciclate o di seconda mano, ai nuovi prodotti con un basso impatto ambientale, il volume ha come obiettivo quello di fare un po' di chiarezza sulla questione del consumo etico e di spingere i lettori a cercare modi alternativi di acquisto. Un libro che può essere utile per dare il là ad un modo di pensare più rispettoso dell'ambiente che ci circonda. Con l'ausilio della fantasia.



Berry Sian
50 idee per lo shopping etico
De Agostini
128 pagine - 9,90 euro

Consumers' notizie

DATI PERSONALI

Marketing telefonico selvaggio I paletti del garante della privacy

Un emendamento contenuto nel decreto Milleproroghe, diventato legge a febbraio, permette alle società di telemarketing di usare fino al 31 dicembre 2009 le banche dati costituite sulla base di elenchi telefonici pubblici, purché formati prima del 1° agosto 2005. Si tratta di una pratica, quella del marketing selvaggio, ripetutamente sanzionata dal Garante della privacy che ha già vietato alle società specializzate nella creazione e vendita di banche dati di trattare in tal modo i dati personali di milioni di utenti, raccolti e usati senza informare i cittadini interessati e dunque senza il loro consenso. Ora proprio il Garante mette precisi paletti su questa deroga legislativa. Innanzitutto le società dovranno documentare in modo adeguato che la banca dati, costituita con i numeri telefonici e gli indirizzi degli abbonati, sia stata effettivamente creata prima del 1° agosto 2005. Le società dovranno usare questi dati direttamente e non po-

tranno cederli a nessun titolo ad altre aziende. Gli operatori che telefoneranno agli abbonati dovranno ad ogni contatto specificare per quale società chiamano e ricordare agli interessati i loro diritti. Ma soprattutto dovranno registrare immediatamente l'eventuale contrarietà dell'abbonato ad essere nuovamente contattato. L'utente che non intende essere più disturbato avrà il diritto di conoscere l'identificativo dell'operatore al quale ha comunicato la sua volontà. I dati presenti nelle banche dati dovranno essere utilizzati solo a fini promozionali e non potranno in alcun modo essere usati per acquisire nuove informazioni o il consenso degli abbonati ad effettuare chiamate dopo la data del 31 dicembre 2009. Il mancato rispetto del provvedimento comporta una sanzione amministrativa che va da 30mila a 180mila euro e che, nei casi più gravi, può raggiungere anche i 300mila euro.

www.garanteprivacy.it

Vecchie lampadine addio

La Commissione europea ha adottato definitivamente due regolamenti che hanno l'obiettivo di ritirare progressivamente dal mercato le lampadine elettriche a incandescenza e tutti i prodotti d'illuminazione tradizionali utilizzati negli uffici e per l'illuminazione pubblica e industriale. Tra il 2009 e il 2012 le lampadine a incandescenza verranno sostituite con altri prodotti a basso consumo energetico. Questi due regolamenti permetteranno da qui al 2020 un risparmio pari al consumo elettrico del

Belgio o a quello di 23 milioni di famiglie europee o ancora alla produzione annuale di 20 centrali elettriche da 500 megawatt.

ec.europa.eu/index_it.htm

Seggiolino salvavita ancora poco diffuso

Gli incidenti stradali sono la prima causa di morte in Europa per i ragazzi fra i 5 e i 13 anni: ogni anno perdono la vita sulle strade 12mila minorenni, 5mila dei quali bambini. Una recente indagine internazionale ha evidenziato che il 40% dei bimbi europei viaggia senza seggiolino, e più del 50%

in modo inadeguato (dispositivo non omologato, di dimensioni non idonee o montato in maniera scorretta). Un genitore su quattro giustifica il mancato uso del seggiolino con la scarsa propensione del bambino a stare seduto, il 22,7% lo ritiene superfluo e il 18% non lo giudica necessario perché lo spostamento è di breve durata.

www.aci.it

Come cambiano i consumi degli italiani

Sarà dedicato al cambiamento dei consumi degli italiani la prima edizione dell'Osservatorio di Consumers' Forum

su consumi e consumatore. L'iniziativa si svolgerà il prossimo 1° aprile presso la sede di Roma Eventi di via Alibert. Ricco il parterre di esperti che si confronterà nel corso delle mattinate, aperta dal presidente di Consumers' Forum, Lorenzo Miozzi e dalla relazione a cura del presidente della società di ricerca Episteme, Giampaolo Fabris.

www.consumersforum.it

Un agente virtuale contro il cyberbullismo

Contro il cyberbullismo e i rischi del web la Polizia delle comunicazioni lancia l'A-

gente Lisa, la cyberpoliziotta alla quale i giovani potranno rivolgersi in caso di pericoli o se riceveranno minacce online. Il progetto, nato in collaborazione con Microsoft Italia, intende offrire ai cittadini un servizio di informazione e supporto. «Dietro questa identità fittizia», ha spiegato **Domenico Vulpiani**, direttore della Polizia delle comunicazioni, «ci saranno i nostri uomini che potranno essere un punto di riferimento per tutti quei giovani frequentatori dei social network che si sentiranno in difficoltà».

www.poliziadistato.it

i conti in tasca

Asilo, quanto mi costi

La frequenza nell'anno scolastico 2008/2009 degli asili nido pubblici e per la refezione scolastica nelle scuole materne ed elementari pesa, sulle tasche delle mamme e dei papà italiani, mediamente **332,02** euro mensili e **3.320,20** euro annui. Il che significa che mediamente il **10,7%** del budget familiare netto serve per la frequenza della scuola per l'infanzia a tempo pieno. Nel dettaglio, per la frequenza dei nidi comunali si spendono in media, mensilmente, **262,66** euro, (**2.626,60** euro annui) che equivalgono all'**8,5%** del budget familiare, con un incremento medio dell'**1,5%** rispetto all'anno scolastico precedente. Per la refezione scolastica, invece, la spesa media mensile è di **70** euro (**700** euro annui) equivalenti al **2,3%** del reddito familiare. Questi i dati della *Quinta indagine sui costi della scuola dell'infanzia nelle 104 città capoluogo* curata dalla Uil. La famiglia oggetto della ricerca ha un reddito lordo di **36mila** euro annui (21mila euro un coniuge e 15mila euro l'altro), che corrispondono, una volta detratte le imposte, a **30.900** euro netti l'anno.

dalle sezioni

Toscana

L'ascolto si fa in rete

Più di 20 punti di ascolto sul territorio toscano di cui 9 sono veri e propri sportelli che offrono quotidiana assistenza ai consumatori. Questi i numeri della presenza del Movimento Consumatori in Toscana fotografata dalla legge regionale in vista della programmazione a tutela dei consumatori per l'anno in corso. «Siamo soddisfatti del riconoscimento regionale che formalizza il risultato di un metodo di lavoro che da anni portiamo avanti», commenta **Benedetto Tucci**, presidente di Movimento Consumatori Toscana. «Crediamo che la presenza sul territorio sia fondamentale per garantire un contatto diretto con i cittadini/consumatori. Per fare ciò, è di estrema importanza il ruolo svolto dai nostri volontari che quotidianamente dedicano tempo e energie per la tutela dei consumatori. Il lavoro non è terminato, però. Abbiamo già in programma l'apertura di due nuove sezioni a Piombino e, probabilmente, a Grosseto».

toscana@movimentoconsumatori.it

Milano

MC ha fatto la cosa giusta

Anche quest'anno il Movimento Consumatori ha partecipato a Fa' la cosa giusta, fiera del consumo critico e degli stili di vita sostenibili. «Consumare meno. Consumare meglio», questo l'invito della sesta edizione della manifestazione che si è tenuta a Milano dal 13 al 15 marzo. MC era presente, come ogni anno, con il proprio stand insieme alle altre associazioni consumeriste lombarde. «La partecipazione a Fa' la cosa giusta è l'occasione per stare in contatto con i cittadini/consumatori che sempre di più si interessano di consumo critico e stili di vita sostenibili. È anche l'occasione per affrontare il tema a 360 gradi grazie alla presenza di tutte le principali organizzazioni del terzo settore che sono attive su questi argomenti», ha spiegato **Cristiano Maccabruni**, presidente di MC Milano.

milano@movimentoconsumatori.it

Forlì

Acqua più trasparente

Il cloruro di vinile monomero è una sostanza cancerogena che nei mesi scorsi è stata ritrovata nelle acque di falda superficiale di una zona di Forlì. Nonostante gli attingimenti dell'acquedotto pubblico avvenissero ad una profondità maggiore, MC ha voluto saperne di più. «Nè Ausl né Arpa né Hera, l'azienda che gestisce il servizio idrico integrato, rendevano pubblici i dati delle analisi con conseguente diffusione di preoccupazione tra i cittadini», spiega **Anna Barbi** presidente della sezione di Forlì del Movimento Consumatori. «Solo su pressione del MC, Arpa ha deciso, d'intesa con le Ausl di tutta la Romagna, di pubblicare i dati nei rispettivi siti web. Arpa ha inoltre comunicato di voler concordare con MC la modalità di pubblicazione dei dati in modo da renderli fruibili da parte di un vasto pubblico».

forli@movimentoconsumatori.it

Consumers' iniziative



FORUM

Una scuola capace di futuro Confronto sulla sfida educativa

Qual è il nuovo mandato sociale che il Paese dà alla scuola? Se lo chiedono Movimento Consumatori e tutte le associazioni promotrici del *Forum nazionale per una scuola capace di futuro* in programma il 27 e il 28 marzo a Roma.

In un momento di cambiamenti globali così radicali, verso i quali occorre chiedersi come preparare una generazione di cittadini ad affrontare scenari ancora imprevedibili, il mondo del volontariato, della solidarietà, dell'ambientalismo, della cooperazione, propone di aprire un dibattito per sviluppare nel Paese una nuova attenzione ed una nuova responsabilità sociale per la riqualificazione della scuola italiana. Il Forum intende essere una tappa di un percorso nel quale il mondo della scuola, la società civile, le istituzioni, le imprese si confrontano e si impegnano ad affrontare un progetto condiviso, che rispecchi l'interesse generale in Italia. «La scuola non è l'unico soggetto educante nel territorio», afferma Legambiente, in prima linea nella promozione dell'iniziativa, «ma è l'unica istituzione pubblica dedicata all'educazione e all'istruzione, ciò non può giustificare il suo isolamento né l'autoreferenzialità, ma deve portare a costruire nel territorio da parte di tutti i soggetti responsabili, dalle amministrazioni locali al governo centrale, dall'associazionismo al mondo dell'impresa e del lavoro, una qualità culturale tale da rendere efficace la sua azione». «L'Italia ha bisogno che la scuola sia di qualità, per tutti», si legge nel manifesto del progetto, «l'eliminazione della precarietà è il primo ostacolo da superare. La qualità degli edifici in cui si fa scuola e la gratificazione professionale devono essere un altro segnale

Nel dettaglio

Forum nazionale per una scuola capace di futuro

Roma, 27-28 marzo 2009
ITIS Galilei - via Conte Verde, 51
Promosso da: Acli Arci, Legambiente, Ambiente e Lavoro, Anpas, Arci Ragazzi, Arci Servizio civile, Auser, Etzi Cisl, Forum ambientalista, Legacoopsociali, Libera, Lunaria, Medici per l'ambiente, Movimento Consumatori, Movimento difesa del cittadino, Sbilanciamoci, Tavola della pace, Uisp, Unieda, Unione italiana dei ciechi e degli ipovedenti.

che si dà al Paese. Di fronte alla rapidità dei cambiamenti la scuola deve essere messa in condizione di fornire ai ragazzi gli strumenti fondamentali, non ci si può nascondere dietro al fatto che qualcosa funzionava 40 anni fa: il mondo è cambiato. La scuola non può essere rinnovata guardando al passato, né tanto meno seguendo priorità di cassa. Sappiamo bene che ci sono risparmi possibili, ma sappiamo anche che la scuola ha bisogno di investimenti. I tagli di spesa indiscriminati non sono compatibili con la necessaria opera di riqualificazione. Noi pensiamo che sia arrivato il momento di chiedersi quale sia il compito che l'Italia affida alla scuola, quale sia la sua responsabilità sociale. Per rispondere a questa domanda, tenendo conto dei bisogni economico-finanziari del Paese, occorre lanciare una grande discussione, non limitata agli addetti ai lavori, e per questo pensiamo che sia un errore legiferare per decreto su questa materia».

Il Forum ha previsto nel pomeriggio di venerdì 27 una sessione in seminari paralleli. Ogni seminario è aperto ad una presenza di circa trenta persone e avrà un coordinatore che introdurrà il tema e faciliterà i lavori e un osservatore che documenterà i nodi emersi durante la discussione. Sono previsti interventi programmati, finalizzati a valorizzare il contributo di associazioni professionali della scuola, insegnanti e studenti, sindacati, associazioni del terzo settore, enti locali.

È possibile iscriversi anticipatamente ai seminari che avranno un tetto massimo di partecipanti, compilando la scheda di partecipazione al Forum sul sito dedicato.

(A.C.)

www.legambientescuolaformazione.it

FOCUS FAIRTRADE

Equosolidale e biodiversità? Per noi un binomio inscindibile

Equosolidale significa anche salvaguardia dell'ambiente e della biodiversità? Oppure il rispetto dei diritti dei lavoratori può anche esulare dal contesto in cui essi sono inseriti? Forse non tutti sanno che proprio sul binomio «rispetto del lavoro - rispetto dell'ambiente» si fonda la peculiarità della certificazione Fairtrade. È difficile pensare al benessere dei lavoratori del Sud del mondo prescindendo dalle condizioni ambientali in cui si trovano ad operare. Il trattamento dei prodotti nei campi con prodotti chimici spesso provoca malattie anche irreversibili tra i produttori; oppure la manipolazione con detergenti, durante il lavaggio della materie prime, causa irritazioni alla pelle e alla respirazione. Anche per questo motivo, gli standard ambientali Fairtrade prevedono l'impiego della lotta inte-

grata in agricoltura e offrono incentivi ai produttori che vogliono passare al biologico.

Dall'ambiente dipende la stessa sopravvivenza dei produttori: senza un ambiente sano non sarebbe possibile lo sviluppo delle produzioni di qualità e non sarebbe garantita quella biodiversità necessaria alla diversificazione delle colture. L'introduzione agli standard generali Fairtrade, rivolta ai produttori, recita precisamente così: «È necessario proteggere l'ambiente nel quale lavorate e far sì che questo comportamento diventi uno stile di vita per le vostre aziende agricole e per la vostra organizzazione. La protezione dell'ambiente include quella delle risorse idriche naturali, delle foreste vergini ed altre importanti aree agricole, e la gestione dei problemi di erosione e di stoccaggio dei rifiuti». L'in-

trodotto agli standard prevede che i produttori non debbano utilizzare prodotti Ogm e che si dotino di un sistema di controllo sull'impatto ambientale delle attività che vengono svolte, oltre ad approntare un piano per la diminuzione e il controllo dell'impatto che deve essere monitorato. Altri aspetti riguardano la gestione dei rifiuti (il censimento di quelli potenzialmente pericolosi, il loro stoccaggio ma anche il riciclaggio di quelli organici); il controllo sull'erosione dei terreni e l'introduzione di sistemi specifici per ridurlo; l'inserimento di buone pratiche per incrementare la fertilità del suolo. L'attenzione sull'uso di sementi no Ogm si estende anche alle coltivazioni limitrofe «non Fairtrade»: i produttori devono adottare sistemi di controllo e di protezione per evitare le possibili contaminazioni.

Leggere per crescere

I bambini e "la famiglia elicottero"

La famiglia del terzo millennio? Per i bambini sempre più simile ad un "elicottero", capace di riparare i più piccoli da qualsiasi evento esterno che potrebbe sfiorare la psiche. A puntare il dito contro genitori troppo protettivi è un gruppo di pedagogisti e psichiatri francesi dell'università di Parigi VIII, che conferma le conseguenze negative di comportamenti iperprotettivi nei confronti dei propri figli. Vivere all'ombra di ampie eliche, entro



un cerchio ben limitato, comporta numerosi rischi per i bambini e gli stessi genitori che, nel tentativo di proteggere i propri figli, cercano di salvaguardarsi

dallo sviluppo di ansie e conflitti quotidiani. L'attenzione alla cura del bambino sembra ormai aver lasciato il posto alla preoccupazione riguardo al mondo. Sempre più frequentemente, infatti, capita di imbattersi in genitori apprensivi e impauriti dalla società, preparatissimi sulle mille insidie del caotico mondo d'oggi, ma soprattutto pronti a tutto pur di salvaguardare il benessere dei loro bambini. Mamme e papà ossessionati da orchi e malattie, da preoccupazioni di ogni sorta, disposti a scontrarsi col mondo pur di evitare al figlio delusioni cocenti o insuccessi.

Ma davvero tutto questa protezione giova ai bambini? Controllare i figli è certamente sintomo di amore e protezione del genitore, ma non bisogna dimenticare che se diventa eccessivo, contribuisce a creare dei bambini «esenti rischio», cucchioli d'oro protetti dalla famiglia, incapaci al momento opportuno di inserirsi nella società e di affondare le inevitabili difficoltà della vita. Bambini fragili, costretti a vivere fra solitudine e invisibilità, privi di contatto con la realtà esterna e al riparo da ogni evento o impresa che possa aiutarli a crescere e a sviluppare autonomia e fiducia in se stessi. Ma è questo quello che i genitori vogliono veramente per loro? Cambiare il modo di agire di mamme e papà non è certamente facile, ma per farlo può essere utile iniziare, per esempio, leggendo con loro racconti che parlino di mamme e papà alle prese con incombenze, problemi, difficoltà quotidiane: racconti di genitori d'oggi descritti con gli occhi dei loro bambini, selezionati anche nel sito *Leggere per crescere*, il progetto di GSK che incentiva le famiglie a leggere ad alta voce ai bambini dai 6 mesi ai 5 anni.

Ilaria Piubelli

www.leggerepercrescere.it

il mensile dei consumatori
Consumers'
magazine

CONSUMERS' MAGAZINE - Periodico mensile
Registrazione del Tribunale di Roma
n. 464 dell'8 Ottobre 2007
MOVIMENTO CONSUMATORI - ASSOCIAZIONE
via Piemonte, 39/A - 00187 ROMA
Direttore responsabile: Rosa Miracapillo
A cura di: Angela Carta e Piero Pacchioli
Coordinamento redazionale: Silvano Rubino
Progetto grafico: Antonio Mola
Stampa: CSQ - Centro Stampa Quotidiani
via dell'Industria, 50 - 25030 Erbusco (BS)

Consumers' insieme



MOVIMENTO CONSUMATORI

Insieme per una società responsabile

Il Movimento Consumatori è un'associazione autonoma ed indipendente senza fini di lucro, nata nel 1985 per iniziativa di un gruppo di cittadini e di esperti, sollecitato dall'esigenza di tutelare i diritti dei consumatori.

Tutti i cittadini sono soprattutto consumatori.
Tutti i consumatori hanno diritti.

Il Movimento si propone di offrire ai cittadini migliori condizioni di consumo, cercando di influenzare le controparti istituzionali e private affinché forniscano servizi e prodotti adatti alle esigenze degli utenti.

Il Movimento Consumatori aiuta, segue e consiglia i propri soci con servizi di consulenza specializzati, li rappresenta presso organismi pubblici e privati, erogatori di servizi e fornitori di beni, e li sollecita a prendere coscienza dei propri diritti e delle proprie responsabilità.

I perché di una scelta

Elemento distintivo dell'associazione è l'attenzione nei confronti dei problemi pratici che il consumatore si trova a dover affrontare nella vita quotidiana.

Questa attenzione si traduce nell'attività delle circa cinquanta sedi locali MC, distribuite su tutto il territorio nazionale, che erogano sia un servizio di informazione e orientamento sui diritti dei cittadini consumatori, sia un servizio di consulenza e tutela legale ex-post, attività centrale della nostra associazione. Il Movimento Consumatori mette inoltre a disposizione dei cittadini una procedura di conciliazione (procedura di risoluzione stragiudiziale) per le seguenti realtà: Telecom, Tim, Wind, H3g, Ania, Enel, Banca Intesa, Banco Posta e Poste Italiane, Capitalia. Questa attenzione si traduce anche nell'attività istituzionale del Movimento Consumatori, ovvero nel dialogo costante con tutte

le controparti, istituzioni, aziende, associazioni di categoria, media, per indirizzare preventivamente le decisioni in favore di una maggiore tutela del cittadino-consumatore e per realizzare insieme a queste realtà iniziative di educazione a un corretto e consapevole stile di consumo.

MC lavora anche insieme ai cittadini-consumatori: infatti, sin dalla nascita, MC ha ritenuto prioritario impegnarsi in azioni che contribuissero alla presa di coscienza non solo dei diritti, ma anche delle responsabilità individuali da parte dei cittadini. Ecco perché MC collabora, sostiene ed è socio di tante realtà impegnate trasversalmente su temi fondamentali come la tutela dei minori, l'ambiente, la promozione della cultura e della solidarietà, il consumo critico e il commercio equo-solidale, per citarne alcuni.

Settori di attività

Il Movimento Consumatori in specifico opera nei seguenti settori:

Sicurezza alimentare; Ambiente ed energia; Assicurazioni; Casa e condominio; Commercio; Comunicazioni; Concorrenza e liberalizzazione; Banche, credito e risparmio; Farmaci e salute; Giustizia; Diritti dei cittadini migranti; Minori; Prezzi e tariffe; Pubblica amministrazione; Pubblicità ingannevole; Responsabilità sociale; Trasporti e turismo.

MC si è anche battuto per la riduzione del prezzo del latte in polvere per neonati. Numerose famiglie risparmiano sui prodotti per neonati grazie ai Gruppi d'acquisto MC.

Grazie all'attività degli osservatori Farmaci & Salute, Credito & Risparmio e Pubblicità ingannevole, MC ha promosso negli anni importanti campagne di informazione e educazione a favore dei consumatori, tutelato migliaia di cittadini risparmiatori, vagliato centinaia di pubblicità verificandone la fondatezza e la non ingannevolezza.

Info: www.movimentoconsumatori.it

diventa socio

Il Movimento Consumatori si finanzia attraverso la partecipazione a progetti assegnatigli dalle pubbliche istituzioni e attraverso le quote associative.

Con MC puoi iscriverti e assicurarti gratuitamente, per un intero anno, con una polizza assicurativa di tutela legale. Movimento Consumatori e D.A.S. Assicurazioni S.p.A. hanno stipulato una convenzione esclusiva per i soci del Movimento Consumatori, che potranno scegliere la polizza "Contratto Protetto" o "Vita Privata" per ogni controversia futura alla data di iscrizione al Movimento Consumatori.

Perché prevenire ti permette di far valere i tuoi diritti con ancora più forza!

Leggi le condizioni complete sul sito www.movimentoconsumatori.it o scrivi a info@movimentoconsumatori.it; oppure telefona allo 06-48.800.53 o rivolgiti alla sede MC più vicina.

Puoi diventare:

Socio simpatizzante – quota 15 euro: iscritto al Movimento Consumatori con diritto all'abbonamento al mensile Consumers' magazine e alla polizza assicurativa di tutela legale "Contratto protetto", per un anno.

Socio ordinario – quota 35 euro: iscritto al Movimento Consumatori con diritto alla consulenza legale per un anno, all'abbonamento al mensile Consumers' magazine e alla polizza assicurativa di tutela legale "Contratto protetto", per un anno.

Socio Sostenitore – quota 50 euro: iscritto al Movimento Consumatori con diritto alla consulenza legale per un anno, all'abbonamento al mensile Consumers' magazine e alla polizza di tutela legale "Vita privata", per un anno.

Puoi versare la quota associativa tramite **bollettino postale** c/c n° 66.700.709 o bonifico bancario BANCOPOSTA - IBAN: IT 36 N 07601 03200 0000 66700709 intestato a Movimento Consumatori Sede Nazionale - via Piemonte, 39/A - 00187 Roma.

Puoi utilizzare anche la **carta di credito**, pagando on line (<http://www.movimentoconsumatori.it/associarsi.php>).

Per attivare il prima possibile il sistema di tesseramento invia una e-mail confermando i tuoi dati a tesseramento@movimentoconsumatori.it oppure invia un fax allo 06-48.20.227 all'attenzione dell'ufficio tesseramento MC. informazioni: tel. 06-48.800.53

Contatti

Sezioni e sportelli Ecco la rete territoriale

Il Movimento Consumatori conta attualmente circa 60 tra sezioni e sportelli, operanti in tutta Italia. Per usufruire del servizio di consulenza legale cercate la sede locale del Movimento Consumatori a voi più vicina. Gli indirizzi delle sedi MC si trovano sul sito nazionale

www.movimentoconsumatori.it

ABRUZZO

Vasto 0873/370783

CALABRIA

Cosenza, Tel. 0984/437781

Reggio Calabria, Tel. 0965/33051

CAMPANIA

Benevento, Tel. 0824/944500

Caserta, Tel. 0823/220742

Napoli, Tel. 081/4976238

EMILIA ROMAGNA

Forlì, Tel. 0543/36327

Modena, Tel. 059/3367171

Parma, Tel. 0541/7062

LAZIO

Roma, Tel. 06/39735013

Tivoli (RM), Tel. 0774/334270

LIGURIA

Genova, Tel. 010/2471188

Sanremo (IM), Tel. 0184/597675

LOMBARDIA

Brescia, Tel. 030/2427872

Lecco, Tel. 0341/365555

Milano, 02/80583136

Pavia, 0382/22772

Varese, 0332/810569

MOLISE

Campobasso, Tel. 0874/411086

PIEMONTE

Bra, Tel. 0172/431281

Ciriè, Tel. 011/9214938

Cuneo, Tel. 0171/602221

Torino, 011/5069546

PUGLIA

Andria, Tel. 0883/591030

Bari, Tel. 080/5227965

Molfetta (BA), Tel. 080/3354776

Noci (BA), Tel. 080/4978650

Ostuni (BR), Tel. 0831/305991

San Severo (FG), Tel. 0882/376032

Taranto, Tel. 099/7324647

Trani, Tel. 0883/591932

SARDEGNA

Cagliari, Tel. 070/8567594

Sestu (CA) Tel. 347 5777904

SICILIA

Biancavilla (CT), Tel. 338/6322345

Catania, Tel. 095/7128729

Messina, Tel. 090/2924994

Palermo, Tel. 091/6373538

Paternò (CT), Tel. 095/858449

Siracusa, 333 4111233

Trapani, Tel. 0923/712879

TOSCANA

Cecina (LI), Tel. 0586/754504

Firenze Nord, Tel. 055/4250239

Livorno, Tel. 0586/892984

Lucca Tel. 0583/490004

Pistoia Tel. 0573/946482

Pontedera-Valdera (PI), Tel. 0587/57467

Prato, Tel. 0574/635298-546130

Versilia (LU), Tel. 0584/31811

UMBRIA

Perugia, 075/5731074

VENETO

Padova, Tel. 049/8071318

Treviso, Tel. 0422/545000

Venezia-Mestre, Tel. 041/5318393

Verona, Tel. 045/595210

Vicenza, Tel. 0444/1832641

Se sei interessato ad aprire una sede nella tua città scrivi all'indirizzo

affiliazione@movimentoconsumatori.it

newsletter

Iscriviti alla Newsletter elettronica del Movimento Consumatori *MC Notizie*. Riceverai ogni settimana aggiornamenti puntuali sulle attività e iniziative del Movimento Consumatori, le ultime news sui consumi e le promozioni, le convenzioni e i servizi offerti dalla nostra associazione. Per iscriverti: www.movimentoconsumatori.it/mcnews.php. Iscrizione semplice e gratuita. E puoi decidere di cancellarti in ogni momento.



SIAMO IN ONDA



TUTTI I GIORNI SU
www.consumerschannel.it

Dal ventennale impegno del Movimento Consumatori per la comunicazione e l'informazione rivolta ai cittadini e dall'opportunità, offerta dalle nuove tecnologie, di raggiungere un pubblico sempre più ampio, nasce Consumers' Channel, la radio dei consumatori.

Consumers' Channel è: uno spazio nuovo per tutti i cittadini.

Consumers' Channel è: musica italiana e straniera, grandi revival del passato e pop contemporanea.

Consumers' Channel è: informazione, interviste ed approfondimenti sull'attualità, sul consumerismo e sul mondo del terzo settore.