



Università

Quanto "costano" gli studenti fuori sede

Pag. 5



Sanità

La mappa dei ticket in Italia

Pag. 6



Alimenti

Qualità e consumo consapevole

Pag. 7



Rubriche

Notizie, campagne, informazioni utili

Pag. 8/11

Consumers' magazine

il mensile dei consumatori



ottobre 2011

Anno 03 N. 08

via Piemonte, 39/A 00187 Roma Tel. 064880053 Fax 064820227 www.movimentoconsumatori.it info@movimentoconsumatori.it

RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

FUTURO POSSIBILE

Molto c'è da fare, ma l'attenzione di enti, di associazioni e di aziende per l'attuazione

di un modello di impresa socialmente responsabile è in costante aumento

Europa si interroga da anni su quale sia il modo migliore per dare corpo ad una effettiva responsabilità sociale d'impresa. Dal 2000 ad oggi, sono stati compiuti molti atti ufficiali ed è stato realizzato anche un Libro Verde sulla responsabilità sociale, ma ancora non si è riusciti a individuare un criterio univoco per inquadrare la RSI e neppure una definizione che sia universalmente riconosciuta.

Di fatto però l'interesse dei consumatori e delle istituzioni per questa pratica è in costante aumento e si moltiplicano le iniziative di enti, aziende e associazioni. Come distinguere però la responsabilità sociale dalla filantropia o dal marketing? Attuare un comportamento responsabile è attività volontaria, ma non per questo priva di regole. Esistono enti di certificazione, standard e linee guida. Le aziende che intendono operare in maniera responsabile sono controllate e monitorate.

In questo numero cerchiamo di chiarire quali siano i contorni della responsabilità sociale e a che punto è il nostro Paese in questo settore.



dossier
da pagina 2 a pagina 3

L'intervista: Mariarosa Cutillo direttore Valore Sociale



di Angela Carta

Valore Sociale, associazione promossa da stakeholders italiani, è nata con lo scopo principale di contribuire alla definizione, alla diffusione e alla realizzazione, attraverso strumenti pratici, di una nuova cultura della responsabilità sociale d'impresa, fondata sulla sostenibilità economica, sociale e ambientale. "I nuovi management sanno che investire in questo campo valorizza le aziende." Il direttore di Valore Sociale, Mariarosa Cutillo si dice ottimista sul futuro della RSI.

Com'è l'approccio alla responsabilità sociale delle aziende italiane?

È variegato, nel senso che ci sono molte buone pratiche poco tracciate che non confluiscono in un contenitore coerente e non si comunicano in maniera appropriata. Alcune aziende hanno esperienze molto interessanti in categorie produttive e settori che potenzialmente potrebbero rappresentare un ottimo esempio e avere un effetto trainante. Mi vengono in mente alcune imprese che la nostra associazione ha certificato.

una buona notizia...

Commercio. Al via "E' un prodotto sicuro?"

Due mila ispezioni, 460 funzionari impegnati nei controlli, un sito sui temi della sicurezza. Questi i contenuti del progetto sulla vigilanza e controllo del mercato in materia di sicurezza di prodotti, manifestazioni a premio, metrologia legale, etichettatura del settore tessile e calzaturiero, nonché monitoraggio di prezzi e tariffe, previsto dal protocollo di intesa tra Ministero dello Sviluppo economico e Unioncamere. Tra gli obiettivi anche 800 verifiche documentali e 2000 prove di laboratorio.

...e una cattiva

Gas. La bolletta cresce con la nuova Iva

Dal 1° ottobre, le tariffe del gas sono aumentate del 5,5% a causa dei prezzi del petrolio e del rialzo dell'Iva, mentre sono rimaste ferme quelle dell'elettricità. Per le forniture di energia elettrica alla famiglia "tipo" servita in maggior tutela, spiega l'Authority, la spesa rimane invariata, mentre per il gas è stimato un incremento di 61 euro su base annua; pesano gli aumenti del petrolio (+20,8% in dollari nel periodo sul quale vengono calcolati gli aggiornamenti del gas) e della nuova Iva al 21%.



editoriale

La "Big Society" di domani

di Lorenzo Miozzi*

La costruzione di un nuovo modello sociale. E' questo il motivo che spinge cittadini e associazioni in tutto il mondo a ragionare su come conciliare la crisi dell'economia e delle istituzioni con la tutela e la crescita di un modello di società moderno e pronto a raccogliere le sfide future.

La crisi delle istituzioni e l'impossibilità della spesa pubblica di far fronte, come in passato, ai bisogni della popolazione spinge a ragionare su quella che viene definita "Big Society": uno Stato, quindi, meno presente e un allargamento dei ruoli e della responsabilità dei soggetti associativi "partecipati" dai cittadini. La riflessione in questo senso ha avuto un forte impulso in seguito ad un progetto che il primo ministro inglese, David Cameron, ha posto alla Gran Bretagna proprio in riferimento alla Big Society. Questo progetto prevede un maggiore coinvolgimento dei cittadini nell'amministrazione del Paese e nella società: a loro sarà progressivamente affidata la gestione di servizi, che sono oggi di competenza del settore pubblico, allo scopo di responsabilizzarli e operare - nel corso del tempo - un massiccio trasferimento di poteri dallo Stato agli individui. L'elaborazione su questi concetti è in atto da tempo in molti Paesi, tra cui l'Italia. La proposta di Cameron ha trovato sostenitori e detrattori, anche in relazione a come in pratica il concetto viene poi applicato alla realtà di ogni Paese che è di per sé una "entità", frutto di numerose e differenti varianti. Al di là delle concrete applicazioni che poi deriveranno da questa idea, però, il messaggio è decisamente chiaro.

*presidente del Movimento Consumatori

segue a pagina 4

segue a pagina 4



RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

CSR: strategia di crescita

Ragionare meno di profitti e ritrovare sensibilità in materia di diritti umani, ambiente e lotta alla corruzione. Le nuove strategie che fanno crescere le aziende

Dossier a cura di Piero Pacchioli

“**T**rovare principi in grado di dare un volto umano al mercato globale”. Lo sosteneva Kofi Annan, ex segretario delle Nazioni Unite, nel 1999 presentando il Global Compact, un progetto teso alla sensibilizzazione delle imprese sulla responsabilità sociale. Il riferimento era al ruolo sociale che le attività imprenditoriali dovrebbero svolgere e che dovrebbe costituire una parte integrante della loro attività rivolta, per natura, alla massimizzazione dei profitti. Annan, cercando di mettere a sistema un ragionamento che risale a ben prima del 1999, proseguiva poi indicando i principi che dovrebbero essere alla base della responsabilità sociale delle imprese. Il Global Compact richiedeva alle aziende di accogliere, sostenere e mettere in atto, nell'ambito delle rispettive sfere di influenza, un insieme di valori fondamentali in materia di diritti umani, standard di lavoro, ambiente e lotta alla corruzione. Il frutto delle riflessioni maturate alla fine del secolo scorso e spinte anche dalle trasformazioni sociali dovute alla globalizzazione, ha condotto ad una definizione sempre più dettagliata della responsabilità sociale delle imprese che oggi, può essere definita, non senza alcuni distinguo, come “l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate”. Tale definizione risale al 2001 ed è contenuta nel Libro Verde della Commissione europea sulla RSI, l'atto di impulso che ha accelerato e guidato lo sviluppo della responsabilità sociale in Europa e anche nel nostro Paese. In altre parole, esercitare l'attività economica con profitto, ma senza penalizzare le persone e l'ambiente. Il cambiamento è di notevole portata se si pensa che la logica dominante, fino a qualche tempo fa, era riconducibile alla teoria di Milton Friedman, secondo il quale “in un'economia libera vi è una sola RSI, quella di impiegare le proprie risorse nello sviluppo di attività finalizzate ad accrescere i profitti, ovviamente nel rispetto delle regole del gioco, vale a dire in un mercato aperto, corretto e competitivo.” riassumibile con lo slogan “la responsabilità sociale dell'impresa è di aumentare i suoi profitti”. Sono stati fatti quindi notevoli passi avanti, ma molte sono le criticità che ancora si devono superare per arrivare ad una diffusione della responsabilità sociale. La principale è quella che riguarda la confusione che ancora oggi viene operata tra responsabilità sociale e filantropia. I due concetti sono evidentemente distinti riguardando, il primo, le modalità attraverso le quali l'azienda produce ricchezza, mentre il secondo, la distribuzione della ricchezza prodotta dall'azienda, senza, in quest'ultimo caso, porre attenzione agli strumenti utilizzati per la creazione della ricchezza che si distribuisce. L'affermazione della pratica e della cultura della responsabilità sociale di impresa, quindi, è fondamentale anche per



superare la logica filantropica e tutte le criticità che questa comporta. Secondo una ricerca effettuata da Sodalitas, emerge sempre di più che dal punto di vista delle aziende, “la CSR sia oggi una scelta obbligata e una priorità strategica, l'unico modo per un'impresa per stare sul mercato ed essere competitiva.” Tanto che anche Mario Monti, presidente dell'Università Bocconi ha sostenuto che per uscire dalla crisi economica: “le imprese possono giocare un ruolo importante esercitando comportamenti responsabili, attuando i principi della CSR”. In questo senso sembra possibile

un futuro nel quale si ragioni sempre meno di profitti e sempre più di impresa sociale. Come sostiene anche Muhammad Yunus, economista originario del Bangladesh e fondatore della Grameen Bank – meglio nota come la Banca dei poveri: “l'impresa sociale è condotta esattamente come qualsiasi altra impresa, con la differenza che il principio della massimizzazione del profitto viene sostituito dal principio della massimizzazione del beneficio sociale”. L'importanza della CSR è testimoniata anche dai dati. Oltre 8.700 aziende e organizzazioni provenienti da più di

130 Paesi hanno aderito al Global Compact. Secondo i dati del IV Rapporto sull'Impegno Sociale delle aziende in Italia realizzato da Swg per l'Osservatorio Socialis di Errepi Comunicazione, in Italia sette grandi aziende su dieci si impegnano nella responsabilità sociale. Positiva, infine, la diffusione di strumenti come il codice etico e il bilancio sociale: quasi un'azienda su due ha già adottato un codice etico e il 36% è intenzionato a farlo in futuro. Il 41,9%, redige annualmente il bilancio sociale, mentre la percentuale era del 35% nel 2007.

* RSI in Italia: l'impegno delle Regioni

Anche il nostro Paese è stato parte attiva nei primi anni 2000 nell'attività europea a favore dello sviluppo di politiche di responsabilità sociale d'impresa. Il tema della CSR, nel 2003, era inserito tra le cinque priorità del Semestre di Presidenza Italiana dell'Unione Europea e, sempre in quell'anno, a Venezia, è stata organizzata la terza conferenza europea sul “Ruolo delle politiche pubbliche nella promozione della CSR”. E' stato anche varato dall'allora ministro Maroni il progetto “Corporate Social Responsibility - Social Commitment”, non senza qualche polemica legata all'impressione che si trattasse più di operazione filantropica che vera e propria pratica di responsabilità sociale. L'anno successivo è stato organizzato un multistakeholder forum italiano. Nel corso degli anni l'attività del Governo è andata però diradandosi e ad oggi svolge un ruolo più di comunicazione e di coordinamento con i soggetti istituzionali internazionali che di effettivo incentivo e ausilio allo sviluppo della responsabilità sociale. Maggiore attività di impulso e pratica della RSI arriva invece dal territorio. Sia le regioni sia le associazioni infatti svolgono attività di promozione, incentivazione e realizzazione di percorsi di responsabilità sociale. Il dato è emerso anche da una recente indagine svolta dalla Fondazione I-CSR per conto del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali. Nel periodo 2005-2010, infatti, gli enti intervistati dichiarano di avere adottato un elevato numero di iniziative in ciascuna delle tre aree di interesse, benché la maggior parte delle misure abbia riguardato interventi in materia di salute e sicurezza sul lavoro e conciliazione famiglia-lavoro. Dall'indagine è emerso però un dato che denota ancora poca attenzione al tema: nella maggior parte dei casi, infatti, non esiste un dipartimento o un organo interno alle Regioni e alle Province Autonome preposto al coordinamento delle attività volte alla promozione della Corporate Social Responsibility. Alcune realtà più attive di altre hanno dato vita a esperienze interessanti. Sono gli esempi della Toscana, con l'Istituzione della Commissione Etica Regionale per la responsabilità sociale delle imprese; del Piemonte, con il progetto “La Responsabilità Sociale d'Impresa CSR in Piemonte”, attuato in collaborazione con la Regione e Unioncamere; della Lombardia, con lo studio di Indicatori di responsabilità sociale d'impresa; della Liguria, con il laboratorio regionale sulla RSI e del Veneto con l'esperienza dell'Associazione Veneto responsabile, solo per citarne alcune.

RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

Socialmente responsabili si diventa

Cos'è la RSI e come si entra nel suo mondo? Quali sono le buone pratiche e gli standard che deve seguire un'impresa "virtuosa" e moderna? Metodi e strumenti ci sono, basta applicarli nella maniera giusta

Per stabilire come si declina in concreto la responsabilità sociale d'impresa bisogna premettere che non esiste una definizione universalmente riconosciuta e quindi non è possibile individuare le condizioni essenziali che possono identificare in assoluto questa pratica. Un punto di riferimento importante può essere comunque individuato nella definizione inserita nel Libro Verde dell'Unione europea del 2001, che parla di "integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali e ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate".

In primo luogo, quindi, la responsabilità sociale è un atteggiamento essenzialmente volontario. Essere socialmente responsabili significa non solo soddisfare pienamente gli obblighi giuridici applicabili, ma anche avere una maggiore attenzione nei confronti delle risorse umane, dell'ambiente e dei rapporti con le altre parti interessate, i cosiddetti stakeholders ("portatori di interesse"). Tali ulteriori obblighi sono assunti su base volontaria dalle imprese che intendono impegnarsi nella RSI.

Inizialmente, nei primi anni 2000, il concetto di responsabilità sociale veniva associato alle grandi aziende multinazionali alle quali la società chiedeva una maggiore sensibilità e attenzione. Con il passare degli anni si è andata affermando invece la convinzione che tutti i soggetti imprenditoriali debbano comportarsi secondo principi di responsabilità sociale, ricomprendendo quindi anche le piccole e medie imprese e i singoli imprenditori per arrivare fino ai soggetti che si occupano del non profit.

Nella pratica, la responsabilità sociale si manifesta attraverso attività dell'impresa che si rivolgono sia all'interno dell'attività imprenditoriale sia all'esterno. Nel primo caso sono in rilievo, ad esempio, le modalità della produzione e il rispetto dei diritti dei lavoratori. Nel secondo caso le attività sono dirette al miglioramento dell'impatto che l'azienda, con i suoi processi produttivi, genera nell'ambiente esterno. Muovendosi su base volontaria il problema principale è codificare quali sono le azioni che possono rientrare nel concetto di responsabilità sociale e quali, ad esempio, riguardano invece la filantropia o il marketing, e, inoltre, verificare se i comportamenti dichiarati siano poi effettivamente praticati dalle aziende. Per questo è stato implementato, nel corso del tempo, un sistema di certificazioni e di marchi che consente a soggetti terzi di verificare e certificare che l'azienda segua determinate procedure. Strumenti di controllo per attestare che i comportamenti praticati non siano legati a interpretazioni di comodo e non siano strumento semplicemente "di facciata", ma costituiscano effettivi interventi concreti ed efficaci.

Due importanti strumenti della responsabilità sociale sono poi il "bilancio sociale ambientale" e il codice etico. Soprattutto il bilancio sociale fornisce agli osservatori, stakeholders e non solo, uno strumento di trasparenza e di verifica, che accompagnato al bilancio tradizionale consente di capire l'effettivo impatto del processo produttivo aziendale.

Dal punto di vista delle certificazioni, riveste particolare importanza la recente introduzione della "Iso 26000", le linee guida in materia di responsabilità sociale che dovrebbero garantire un processo di certificazione più efficace. "La Uni Iso 26000 - ha detto Piero Torretta, presidente Uni, Ente nazionale italiano di unificazione, che in Italia rappresenta l'Iso - è un salto di qualità epocale nell'ambito della normazione. Con questo provvedimento, infatti, gli enti di normazione dei diversi Paesi del mondo che decideranno di applicarla, si sono fatti carico di indicare gli standard che possono definire l'impresa o l'organizzazione virtuosa, moderna e, per questo, anche di maggiore successo".

Un'impresa che intenda mettere in pratica un comportamento socialmente responsabile, dovrà, secondo la Uni Iso 26000 rispettare le seguenti linee guida: responsabilità, trasparenza, etica, rispetto degli stakeholders, della legge, degli standard di comportamento internazionali e dei diritti umani.

A dimostrazione della difficoltà di trovare regole uniformi in una materia che per sua natura è incentrata sulla volontarietà, i lavori preparatori per la pubblicazione della nuova norma Uni Iso 26000 sono durati diversi anni e hanno coinvolto migliaia di operatori del settore e di esperti.



* Un percorso d'eccellenza per la RSI

Valore Sociale, centro d'eccellenza sulla RSI promosso da stakeholders italiani, nasce nel 2006 con lo scopo principale di contribuire alla definizione, alla diffusione ed alla realizzazione attraverso strumenti pratici, di una nuova cultura della responsabilità sociale d'impresa, fondata sulla sostenibilità economica, sociale ed ambientale.

L'associazione è composta da organizzazioni della società civile operanti in Italia, da istituzioni accademiche e da istituzioni pubbliche. Tra i suoi soci: Action Aid Italia, Amnesty International Italia, ARCI, Fondazione Culturale Responsabilità Etica, Mani Tese, Movimento Consumatori, Oxfam Italia, Associazione Italiana per il Contratto Mondiale dell'Acqua e Università degli studi di Milano Bicocca.

La missione di Valore Sociale consiste nel raggiungimento di una nuova definizione della responsabilità sociale d'impresa, attraverso lo sviluppo di strumenti concreti di analisi, verifica e comunicazione dell'impatto socio-ambientale dell'organizzazione, lungo tutta la catena distributiva.

Sulla base degli standard di certificazione internazionali e delle linee guida SA 26000, l'associazione ha predi-

sposto lo "Standard Valore Sociale", che prevede a differenza di altri strumenti, sia il monitoraggio effettivo del rischio lungo tutta la filiera, sia l'utilizzo di strumenti di prevenzione dell'impatto negativo dell'attività produttiva sui diritti umani e sugli aspetti sociali e ambientali.

Si tratta di un marchio di qualità, proposto al mondo imprenditoriale italiano come "Modello di impresa responsabile", frutto di oltre quattro anni di studi specifici e di consultazioni multistakeholder, che hanno coinvolto le principali parti sociali, accademiche ed istituzionali.

Un ulteriore punto di forza e innovazione è, inoltre, che lo standard si applica ai sistemi di gestione della responsabilità sociale, introdotti da qualsiasi organizzazione, pubblica o privata, profit o non profit, che operi nell'ambito di qualunque settore produttivo o dei servizi. L'adesione allo "Standard Valore Sociale" può essere oggetto di certificazione, a seguito di una procedura di verifica dei requisiti richiesti e di accertamento del rispetto dei principi dello standard, nonché previa accettazione da parte dell'impresa di sottoporsi al periodico monitoraggio degli appositi organi di controllo. Per ulteriori informazioni: www.valoresociale.it.

RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

Cuttillo: "Ci vorrebbe uno smart mix"

Secondo il direttore di Valore Sociale per promuovere efficacemente la RSI è necessaria una mescolanza di strumenti di carattere volontario e normativo. Un terreno su cui si stanno già muovendo il parlamento e le istituzioni europee

segue dalla **prima**

Adesso ci sono richieste anche dalle organizzazioni non governative, la responsabilità sociale è applicabile da tutte le organizzazioni e non solo dalle profit. Anche le ong vogliono essere responsabili e trasparenti su tutta la filiera dei loro progetti, quindi non solo per quanto riguarda l'utilizzo delle donazioni, ma su tutta la gestione. Ci sono poi aziende che in realtà fanno della RSI una questione di marketing, di immagine e varrebbe la pena verificare se vi sia realmente sostanza dietro questa facciata. C'è una caratteristica che accomuna queste aziende ed è quella di volere comunque mantenere un minimo di investimento sulla RSI e questo è comunque un buon segno. Ad oggi, poche aziende sono al corrente di quelle che sono le tendenze europee e internazionali più recenti, ossia incentivare veri e propri meccanismi di gestione del rischio rispetto alla possibilità di violare i diritti umani e l'ambiente nelle catene di produzione. Tra queste imprese, Valore Sociale ha avuto la grande opportunità di seguire nel suo percorso di responsabilità sociale, la prima di queste aziende, Benetton. Una sfida importante. Per quanto riguarda le aziende più piccole ci viene richiesta assistenza soprattutto sulla formazione e sulla possibilità di avere strumenti che abbiano anche un costo abbordabile per mettere in campo la responsabilità sociale d'impresa. Va detto, a questo proposito, che sta per uscire una comunicazione della Commissione europea che avrà un'attenzione particolare per le piccole e medie imprese, quindi, nel caso italiano, per la fetta più grande delle aziende, per metterle in grado di controllare la propria catena di fornitura.

In prospettiva, crede che ci possa essere un approccio differente rispetto ad oggi?

Chiaramente siamo ottimisti. Lavoriamo ogni giorno per assistere le imprese e per formarle e quando è il caso, certificarle. Valore Sociale è depositaria di uno standard di certificazione fortemente voluto dalle associazioni che ne fanno parte. Tra queste il Movimento Consumatori il cui presidente, Lorenzo Miozzi, è anche il nostro presidente. Sono convinta che si possa fare un passaggio culturale. Ora come ora c'è nelle azien-

de un management che ne sa di più rispetto a dieci anni fa e sa che fare filantropia o mettere in campo dei finanziamenti per opere sociali è diverso dal mettere in piedi un sistema di RSI. All'interno di una azienda, piccola o grande che sia, questo sistema prevede una serie di adempimenti per risultare serio e duraturo nel tempo. Questi manager sanno che investire in questo campo comporta alla fine, oltre all'impegno sociale e ambientale, anche un valore aggiunto e un vantaggio dal punto di vista competitivo, perché valorizza le competenze all'interno dell'azienda, non solo presso l'impresa, ma anche presso le consociate, i fornitori, etc. Controllare i fornitori è estremamente importante. La parola d'ordine nella RSI è verificare la catena di fornitura lunga o corta che sia.

Secondo lei sono necessari interventi normativi per agevolare la diffusione di una responsabilità sociale effettiva?

Fino a qualche anno fa ero un'accesa sostenitrice della necessità di una legge. Norme riconducibili alla RSI ci sono e mi trovo abbastanza d'accordo con quello che dice il rappresentante speciale su imprese e diritti umani, John Ruggie, cioè che sia necessario quello che si può definire uno "smart mix", una mescolanza di strumenti di carattere volontario e normativo, e questo è quello su cui si stanno orientando le istituzioni europee. Ci sono delle risoluzioni molto importanti al Parlamento europeo di "diritto soffice" e si stanno rivedendo le direttive sugli appalti pubblici: si sta introducendo sempre più il concetto di appalto sostenibile.

In Italia sono diverse le organizzazioni che si occupano di promuovere la responsabilità sociale. Quali sono i risultati di queste attività e cosa distingue la vostra associazione?

Molto spesso la rete che si potrebbe creare, per avere un impatto più forte, manca. Noi abbiamo un approccio abbastanza particolare: Valore Sociale nasce dall'unione di organizzazioni non governative, da istituzioni e da università: è un'associazione multistakeholder, quindi coinvolge diversi attori che portano nella loro unici-

tà ognuno un contributo diverso alla RSI come policy. Il nostro filo conduttore è il rispetto dei diritti e dell'ambiente su tutta la sfera d'influenza dell'impresa. È il leit motiv di Valore Sociale, il focus su cui l'associazione si concentra e questo va tradotto con strumenti pratici. La nostra associazione ha uno standard di certificazione sociale e ambientale che rispetta le linee guida ISO 26000, che certifica le aziende. Ha

uno strumento di valutazione del rischio di violazione dei diritti umani sulle catene di fornitura e non solo, ha strumenti che concretizzano l'approccio di chi fa parte di Valore Sociale: i consumatori, le ong che si occupano di diritti umani e lotta alla povertà. Chi decide di lavorare con noi decide di sottoscrivere o, quantomeno implementare all'interno della propria azienda, questi valori.



editoriale

La "Big Society" di domani

segue dalla **prima**

È necessario trovare un modello sociale che contempra e valorizzi tutto il lavoro e il contributo che le realtà associative possono offrire. Il nostro Paese si è sempre distinto per una particolare vivacità del Terzo settore sia per quanto riguarda l'azione ed il sostegno concreto alla cittadinanza sia per quanto riguarda il contributo di riflessioni e crescita del movimento. Prova ne è l'attività del Forum del Terzo settore che, faticosamente, sta cercando di dare corpo e forma ai ragionamenti su questo e su altri temi. L'Italia però rappresenta anche uno dei Paesi con più difficoltà a livello istituzionale. Negli ultimi anni l'assenza della politica è diventata un pericoloso ostacolo per la crescita del nostro sistema sociale. In queste condizioni è forte il rischio che il ragionamento sulla Big Society si trasformi in un semplice arretramento del Paese, accompagnato da tagli al Terzo settore, senza implementare meccanismi che aiutino il processo di cambiamento - come invece è previsto dall'articolo 118 della nostra Costituzione che prevede che "Stato, Regioni, Città metropolitane, Province e Comuni

favoriscano l'autonoma iniziativa dei cittadini, singoli e associati, per lo svolgimento di attività di interesse generale, sulla base del principio di sussidiarietà". Da una parte, abbiamo a disposizione un immenso patrimonio associativo e di partecipazione civica alla costruzione del bene comune e una condivisione costituzionale sulle modalità di attuazione di un nuovo modello di stato sociale o di Big Society. Dall'altra abbiamo uno Stato che non è in grado di adoperarsi per la propria parte, che delega la sua funzione di garanzia a sostegno delle esigenze dei cittadini/contribuenti al Terzo settore. E', quindi, totalmente assente quel "favorire" che invece dovrebbe essere comunque il fulcro del nuovo modello. Questo vanifica in parte e sicuramente ostacola tutto il percorso verso un nuovo modello sociale e non possiamo che sperare che questa fase di debolezza istituzionale termini il prima possibile, per consentirci di completare quei percorsi che sono già in atto nella società civile.

Lorenzo Miozzi

L'ISTRUZIONE IN ITALIA

Una laurea che costa una fortuna

Mantenere uno studente fuori sede può incidere fino al 35% sul reddito medio di una famiglia italiana. Una spesa insostenibile che alimenta gli abbandoni universitari e contribuisce a rallentare la crescita del Paese

Avete un figlio che vorrebbe frequentare un'università diversa da quella che si trova nella vostra città? Oppure vivete in un paese lontano dall'ateneo in cui vorrebbe laurearsi? Preparatevi, nei prossimi cinque anni (durata media di un corso di laurea) le vostre tasche si svuoteranno sistematicamente. Se poi, in famiglia, gli aspiranti "dottori" sono due o più, il salasso è assicurato.

Il Movimento Consumatori, ha realizzato un'indagine su quanto costa annualmente far studiare il proprio figlio in un'università fuori sede.

La ricerca è stata effettuata partendo da un dettaglio sul prezzo degli alloggi in diverse città, sedi di università molto frequentate in Italia.

Per ogni città è stato rilevato il costo più basso e quello più alto relativo all'affitto mensile di un posto letto in camera doppia e di una camera ad uso privato, ed è stata calcolata la media. I prezzi degli alloggi sono comprensivi anche delle cosiddette "spese aggiuntive" (condominio e utenze).

Dalla ricerca risulta che le città più care sono Milano (prima in classifica per il prezzo più alto di un posto letto in camera doppia) e Roma (primato capitolino per il prezzo di una camera ad uso privato), mentre quella dove si risparmia di più è Palermo in entrambe le soluzioni.

Per avere un dato complessivo di quanto sia oneroso per una famiglia mantenere uno studente fuori sede alle spese per un affitto annuale sono state aggiunte quelle relative alle tasse universitarie (1000 euro circa annue per gli atenei pubblici italiani), all'acquisto dei libri di testo (500 euro circa annui negli atenei pubblici italiani) e al vitto (2400 euro circa annui).

Se si prende come esempio Milano (in cui un posto letto in camera doppia costa 372 euro al mese e una camera ad uso privato ne costa 590) si calcola che un nucleo familiare con reddito medio di 32.148 euro annui (dato Bankitalia riferito al biennio

2006-2008) può arrivare a pagare dagli 8.364 euro ai 10.980 euro all'anno per permettere al proprio figlio di frequentare l'università in una città diversa da quella di residenza.

La percentuale di incidenza sul reddito familiare è, quindi, altissima: si va dal 26 al 34%. Il dato si riferisce ad un solo figlio, quindi, se si dovessero mantenere agli studi più di uno studente la spesa da affrontare sarebbe a dir poco insostenibile.

"Il nostro Paese soffre un abbandono universitario molto elevato e questo crea un notevole rallentamento alla competitività del sistema Italia - commenta Lorenzo Miozzi, presidente del Movimento Consumatori - Lasciando di fatto i costi dello studio, a carico delle famiglie già in difficoltà per la crisi che le colpisce da dieci anni a questa parte, l'abbandono è decisamente favorito e non combattuto. Con i tagli alle regioni, si sono per di più penalizzati gli enti per il diritto allo studio, tagliando così ulteriori servizi. Nel nostro Paese non mancano gli atenei dove studiare (ne abbiamo numerosi e tutti, per la loro specificità, competitivi), ma i fuori sede rappresentano lo spostamento di studenti verso le eccellenze universitarie.

In Italia, sembra ormai un triste dato di fatto, investire nella ricerca e nella formazione ha interessato e interessa poco ai governi.

Il risultato è che registriamo zero politiche di sostegno per chi studia e zero opportunità per i rinomati "cervelli" nostrani usciti con merito da università prestigiose, che spesso sono costretti ad emigrare all'estero".

La realtà con cui bisogna confrontarsi alla fine è questa: i sacrifici cui sono chiamate le famiglie per consentire ai propri ragazzi di avere un'istruzione superiore vengono poi vanificati dalle scarse opportunità di trovare, alla fine del ciclo di studi, un lavoro consono alla loro formazione. La fuga dall'Italia, continua massiccia e implacabile. Il futuro, i nuovi "dottori", fuori sede e non, lo cercano, purtroppo per il nostro Paese, altrove.

* Affitti alle stelle

Attentione. Chi decide di laurearsi in un'università lontana dalla propria residenza deve farsi bene i conti in tasca. Soltanto l'affitto di un alloggio (spese per le utenze e per il condominio incluse) per uno studente fuori sede può costare ad una famiglia dai 3.720 euro ai 7.500 euro l'anno a Roma, e dai 2.244 ai 2.820 euro l'anno a Palermo, che risulta essere la città meno cara.

Ma quanto costa, quindi, affittare un alloggio per un intero ciclo di studi (triennale più due anni di specialistica), fermo restando che lo studente non vada fuori corso? Facendo un calcolo per la città di Roma (ambita da numerosissimi aspiranti laureati per le sue università) una famiglia può arrivare a pagare dai 18.600 euro per un posto letto a 37.500 euro per una camera singola.

"In merito alla questione degli alloggi - spiegano al Movimento Consumatori - ci sono arrivate diverse segnalazioni da parte dei cittadini relative ai prezzi molto alti e alla diffusa abitudine, da parte dei proprietari degli appartamenti affittati, di proporre dei contratti in nero. Contro questa pratica illegale ci si può difendere grazie all'introduzione di una recente norma.

Il decreto 23/2011 dà la possibilità per i locatari di avere un contratto giusto e corretto in tutte le sue parti. Gli inquilini possono denunciare loro stessi i contratti irregolari e pagare un regolare canone d'affitto.

Inoltre, nel caso in cui gli universitari abbiano una residenza in una città con distanza superiore a 100 chilometri dalla loro facoltà, stipulando contratti a uso transitorio per studenti, possono ottenere anche ulteriori detrazioni fiscali".

Il risparmio, in questo caso, è a dir poco considerevole. Vale la pena, quindi, informarsi e agire per far valere i propri diritti. Eventuali problemi possono essere comunque segnalati alle sedi del Movimento Consumatori presenti sul territorio nazionale. Gli indirizzi sono visibili sul sito Internet dell'associazione www.movimentoconsumatori.it.

INDAGINE MOVIMENTO CONSUMATORI. UNIVERSITA': COSTI PER UNO STUDENTE FUORI SEDE

CITTA'	POSTO LETTO IN CAMERA DOPPIA (affitto mensile)	CAMERA AD USO PRIVATO (affitto mensile)	POSTO LETTO IN CAMERA DOPPIA (costo annuale comprensivo di tasse universitarie, libri di testo e vitto)	CAMERA AD USO PRIVATO (costo annuale comprensivo di tasse universitarie, libri di testo e vitto)	POSTO LETTO IN CAMERA DOPPIA (incidenza sul reddito familiare annuale comprensivo di tasse universitarie, libri di testo e vitto)	CAMERA AD USO PRIVATO (incidenza sul reddito familiare annuale comprensivo di tasse universitarie, libri di testo e vitto)
Milano	372	590	8.364	10.980	26,1%	34,1%
Venezia	267	575	7.104	10.800	22,1%	33,6%
Padova	195	325	6.240	7.800	19,4%	24,2%
Torino	300	525	7.500	10.200	23,3%	31,7%
Bologna	262	430	7.044	9.060	21,9%	28,9%
Firenze	275	425	7.200	9.000	22,4%	27,9%
Perugia	205	347	6.360	8.064	19,8%	25,1%
Roma	310	625	7.620	11.400	23,7%	35,5%
Napoli	225	350	6.600	8.100	20,5%	25,1%
Palermo	187	235	6.144	6.720	19,1%	20,9%

APPLICAZIONE TICKET

Nessuna tutela per i più poveri

La reintroduzione dei ticket rappresenta un ulteriore peso economico per i malati. Questo è il risultato dell'indagine del Movimento Consumatori su come le regioni si sono adeguate alla nuova norma

di Rossella Miracapillo*

Tagli alle agevolazioni fiscali che toccano tutti, reintroduzione del ticket sanitario, nuove norme sulle pensioni e sui bonus e stock option e sulle concessioni, patto di stabilità dei comuni e forfettone fiscale del 5% per le imprese dei giovani: questo è il riassunto della prima manovra finanziaria 2011, cui ne sono seguite altre a brevissima distanza che dovrebbero portare, da ora al 2014, al recupero di 70 miliardi di euro per la spesa pubblica.

La prima novità entrata in vigore è stata la reintroduzione del ticket di 10 euro sulle ricette per le prestazioni di specialistica ambulatoriale e per quelle di diagnostica strumentale e di 25 euro per i codici bianchi in pronto soccorso.

Già prima della norma nazionale, diverse regioni applicavano una quota sugli accessi ai pronto soccorso codificati con codice bianco, secondo il metodo triage. La motivazione del ticket era la necessità di limitare gli accessi "inutili", fatti per scavalcare le liste di attesa di alcuni esami specialistici (radiografie, tac, elettrocardiogrammi ecc.) oppure non appropriati a causa di motivi non urgenti, per i quali si poteva ricorrere a altri presidi disponibili sul territorio (guardia medica, medico di base).

Un ticket, quindi, per evitare di intasare e limitare le prestazioni dei medici di pronto soccorso per le situazioni prioritarie. Ora la particolarità è che in caso di prestazioni di pronto soccorso, se seguite anche da esami specialistici, il ticket da pagare diventa cumulativo delle diverse tipologie (ticket nazionali più ticket già approvati precedentemente a livello regionale). Dopo la finanziaria, i nuovi ticket sono stati applicati quasi ovunque. Sono stati introdotti, infatti, da tutte le regioni, tranne Valle D'Aosta, Provincia autonoma di Bolzano, Provincia autonoma di Trento e Sardegna, che hanno detto no ai 10 euro sulla specialistica. La Sardegna sta pensando, comunque, a un aumento simbolico di 1 euro per tutti.

Liguria, Lazio, Calabria hanno introdotto il ticket di dieci euro a ricetta per visite specialistiche e diagnostiche, così come previsto dalla legge nazionale e senza modulazioni. In Basilicata il ticket sulla ricetta è calcolato in base all'Isee (Indicatore della situazione economica equivalente) e sono previste esenzioni per reddito. Friuli Venezia Giulia, Campania, Molise hanno deciso di introdurlo, ma si parla di eventuali rimodulazioni. Toscana, Umbria, Emilia Romagna, Marche e Veneto lo hanno modulato in base alle fasce di reddito. L'Abruzzo invece ha previsto l'applicazione per nuclei familiari con redditi superiori a 36.151,00 euro annui. Lombardia e Piemonte lo hanno introdotto in base alla tipologia degli esami (contributo proporzionale al valore della prestazione, che però viene pagato da tutti nella stessa misura a prescindere dal reddito).

In Sicilia, dove già c'era un balzello aggiuntivo di 2 euro a ricetta, sono stati aggiunti altri 8 euro per arrivare a 10. Va considerato inoltre

che in tutte le regioni esiste anche un ticket sui farmaci. In alcune regioni c'è un ticket a confezione spesso con un massimale da non superare in caso di più confezioni sulla stessa ricetta (Piemonte, Lombardia, Veneto e PA Bolzano). In altre è previsto un ticket unico a ricetta, a prescrizione (Umbria, Emilia, Toscana, Abruzzo e Calabria. Tranne la Calabria che ha un ticket di 2 euro, le altre hanno da 0 ad un massimo di 6 euro in modo proporzionale al reddito del paziente).

Puglia e Campania hanno sia una quota fissa per ricetta - rispettivamente di 1 e 2 euro - sia una aggiuntiva per ciascuna confezione prescritta rispettivamente da 0,50 a 2 per la Puglia e 1,50 euro per la Campania.

Tuttavia il ticket più pesante è quello della Sicilia con fino a 4 euro a confezione, in relazione al valore-costi del farmaco prescritto.

Pertanto una persona che presenta un disturbo, o una malattia, dovrà pagare sia per la diagnosi sia per la cura in modo più o meno pesante a seconda della regione in cui vive. La verifica realizzata, evidenzia che questo nuovo balzello, allontana sempre più tra di loro i livelli di qualità e di "socialità". Sulla diagnostica solo in sei regioni è prevista la tutela di fasce di reddito "deboli", mentre in tutte è previsto un ticket differenziato sui farmaci a seconda del reddito. Anche questo, come abbiamo visto di entità molto differente tra regione e regione. Il tutto si traduce in un'insopportabile pressione economica su coloro che vivono la condizione di malati. Il quadro che emerge fotografa purtroppo una situazione in cui viene sempre meno il concetto sociale di assistenza, che era insito nel Sistema sanitario nazionale quando è stato avviato nel 1978.

Un sistema, il nostro, fondato sulla reciproca sussidiarietà, sulla garanzia a tutti di livelli minimi di assistenza e che viene così depauperato dei criteri di equità e di efficienza, a favore del sistema privato che in queste situazioni risulta avvantaggiato.

I costi elevati per accedere alle prestazioni pubbliche si aggiungono a interminabili liste di attesa.

Gli ammalati preferiscono, quindi, rivolgersi alle strutture private che garantiscono un servizio più veloce e che in qualche caso costano poco di più al cittadino, rispetto al sistema pubblico.

Nessun intervento invece è stato adottato per arginare gli sprechi: consulenze esterne che incidono sulle voci di bilancio, acquisto di macchinari non sempre indispensabili, carenze di controllo sulle prestazioni erogate dalle strutture private convenzionate pagate spesso a forfait e senza un controllo reale, mancanza di attivazione di procedure per il risk management che ottimizzerebbero la filiera, con una conseguente riduzione delle spese, e molto altro ancora.

*segretario nazionale Movimento Consumatori

INDAGINE MOVIMENTO CONSUMATORI SU APPLICAZIONE TICKET NELLE REGIONI ITALIANE

dati al 22 settembre 2011

Regione	Applicazione ticket (si - no)	Modalità di applicazione
Abruzzo	si	per nuclei familiari con redditi superiori a 36.151 euro annui
Basilicata	si	il ticket sulla ricetta farmaceutica è calcolato in base all'indicatore della situazione economica equivalente (Isee). E' prevista l'esenzione per la fascia fino a 14 mila euro e per gli assistiti affetti da patologie croniche, invalidanti e da malattie rare, per gli invalidi, gli infortunati sul lavoro, gli assistiti che hanno subito danni da vaccini, trasfusioni ed emoderivati, le donne in gravidanza, i ciechi e i sordomuti, le vittime del terrorismo e delle criminalità organizzata compresi i familiari e gli ex deportati.
Calabria	si	
Campania	si	congelato, in attesa di rimodulazione
Emilia Romagna	si	modulato in base a fasce di reddito: 0 euro fino a 36.152 euro; 5 euro tra 36.153 e 70.000 euro; 10 euro tra 70.001 a 100.000 euro; 15 euro oltre i 100.000 euro
Friuli Venezia-Giulia	si	in attesa di rimodulazione
Lazio	si	
Liguria	si	
Lombardia	si	il ticket è proporzionale al valore della prestazione. Per le ricette fino a 5 euro non ci sarà nessun aggravio di spesa, mentre l'aumento del ticket sarà graduale per le altre prestazioni fino a un massimo di 30 euro in più per gli esami più complessi
Marche	si	applicato per fasce di reddito familiare lordo. Resteranno esenti i possessori di reddito familiare fino a 36 mila euro
Molise	si	congelato, in attesa di rimodulazione
Pa Bolzano	no	
Pa Trento	no	
Piemonte	si	il ticket è proporzionale al valore della prestazione. Per le ricette fino a 5 euro non ci sarà nessuna aggravio di spesa, mentre l'aumento del ticket sarà graduale per le altre prestazioni fino a un massimo di 30 euro in più per gli esami più complessi
Puglia	si	
Sardegna	no	contributo simbolico di 1 euro
Sicilia	si	al balzello aggiuntivo di 2 euro a ricetta già esistente, se ne aggiungono altri 8 per arrivare a 10
Toscana	si	modulato in base a fasce di reddito: 0 euro fino a 36.152 euro; 5 euro tra 36.153 e 70.000 euro; 10 euro tra 70.001 a 100.000 euro; 15 euro oltre i 100.000 euro
Umbria	si	modulato in base a fasce di reddito: 0 euro fino a 36.152 euro; 5 euro tra 36.153 e 70.000 euro; 10 euro tra 70.001 a 100.000 euro; 15 euro oltre i 100.000 euro
Valle d'Aosta	no	
Veneto	si	ticket di 10 euro ai soggetti appartenenti a nuclei familiari con reddito maggiore o uguale a 29 mila euro e di 5 euro se con reddito inferiore

QUALITÀ E CONSUMO CONSAPEVOLE

Mangiare italiano ci mette al sicuro?

La salubrità di un prodotto non è garantita dal luogo di provenienza. Bisognerebbe sapere anche come l'alimento che ci accingiamo a consumare è stato coltivato, conservato e trasformato

di Alessandro Mostaccio*

Troppo spesso, erroneamente, attribuiamo alla possibilità di conoscere la provenienza di un prodotto alimentare, la demiurgica sicurezza di nutrirci in maniera sana. Con la convinzione che ci si avvelena a seconda della provenienza di un prodotto. Come dire che un alimento è meno sicuro perché proviene dalla Germania anziché dalla Polonia. O dalla Francia anziché dall'Italia. Ragionare così è privo di ogni scientificità. A meno che non si tratti, di prodotti provenienti da luoghi senza legislazione in materia o che abbiano dato prova di negligenza nel far rispettare, tramite controlli, il rispetto dei disciplinari agricoli o artigianali.

E' il 19 gennaio 2011: i consumatori italiani sono soddisfatti dell'approvazione delle nuove disposizioni in materia di etichettatura e di qualità dei prodotti alimentari, con cui si riconosce il sacrosanto diritto di sapere qual è il luogo di origine di ciò che si mangia. Tutti i prodotti alimentari, trasformati e non, dovranno riportare in etichetta questa indicazione. Quello stesso giorno, l'ex ministro delle Politiche agricole, Galan dichiara: "Da oggi gli italiani potranno comprare prodotti ancora più sicuri perché sapranno sempre da dove provengono. È finita l'era del falso made in Italy agroalimentare che danneggia i nostri prodotti tipici e tradizionali". Dichiarazione che contiene tre informazioni: una falsa e due vere. La prima vera è che, se i decreti ministeriali attuativi (che stiamo ancora attendendo a distanza di dieci mesi dall'approvazione della normativa) saranno seri, potremo sperare di conoscere la reale provenienza di un prodotto o di un trasformato (ma ad esempio, se parliamo di pasta italiana, quale deve essere la provenienza del grano duro con cui è prodotta? Italiana? E in quale percentuale? Solo se è grano duro al 100% italiano?). La seconda vera è che probabilmente con l'obbligo di indicare la provenienza di un prodotto, il nostro sistema ne esce rafforzato grazie al fatto che abbiamo un nome da difendere e che così facendo adottiamo uno strumento di difesa del made in Italy. Ma l'informazione falsa è che gli italiani siano più sicuri di mangiare sano perché possono decidere di mangiare solo italiano. Perché i prodotti alimentari italiani dovrebbero essere più sicuri? Mi sembra una mistificazione dai riflessi "razzisti". La salubrità di un prodotto nulla ha a che vedere con il luogo di provenienza. Per il singolo cittadino, conoscerla ha a che fare con la sfera della consapevolezza di un acquisto, non con quella della sua sicurezza. Può avere, semmai, a che fare con l'intendimento di indirizzare i propri consumi su prodotti italiani per motivi nazionalistici o ambientali. Se invece vogliamo parlare di sicurezza dobbiamo discutere di come è coltivato, conservato, trasformato un prodotto. Ci sono mele italiane provenienti da regioni particolarmente vocate cui vengono somministrati nove-dieci trattamenti chimici l'anno. Mele,



di altre regioni che ne subiscono "solo" quattro o cinque. Entrambe rispettano i limiti di legge, ma sono ugualmente sane? Quello che non sappiamo quantificare è l'effetto di accumulo nell'organismo umano di questi residui chimici rigorosamente sotto i limiti di legge. In una qualsiasi giornata tipo una persona si alimenta con diversi cibi e bevande. Se tutti contengono residui significa che dovrò sommare le diverse quantità contenute in ogni prodotto. Assumo un paio di metalli pesanti (magari provenienti da note acque minerali), ma anche pesticidi, diserbanti e preparanti del terreno dall'ortaggio che consumo come pietanza, ma anche fungocidi dalla frutta e coloranti, acidificanti, emulsionanti e tutto sempre sotto i limiti di legge. Ogni prodotto che ingerisco è in sé innocuo. Quello che ci interesserebbe sapere è invece che cosa mi capita dopo decenni di cocktails quotidiani di questo tipo. Questo mi sembra essere il tema cardine della sicurezza alimentare su cui si sa poco, perché si fa poca ricerca indipendente. Ricerca che oggi, dopo alcuni decenni di chimica

spinta, probabilmente inizia ad avere uno "storico" per approdare a giudizi autorevoli. Del resto dopo 40 anni di agricoltura chimica spinta, come faremo a dire a generazioni di agricoltori che siamo stati imprudenti? Che la causa delle loro malattie proviene da lì e che con questa agricoltura hanno creato seri danni ambientali e alla salute delle persone? Per questo il tema della sicurezza alimentare è spesso limitato a quello dei controlli (ad esempio, igienicosanitari). Sarebbe troppo affrontare il tema della sostenibilità sociale e ambientale di mezzo secolo di storia agroalimentare italiana fondata sulla chimica. Aspettando che scienza e lobby permettano che trasudino la verità, forse l'unica cosa sicura sarebbe acquistare alimenti biologici che, si sa, non devono contenere nessun residuo chimico. Altrimenti si possono comprare i prodotti dall'orto del vicino, se si è sicuri che non gli piaccia giocare al piccolo chimico.

*responsabile settore Alimentazione del Movimento Consumatori

Movimento Consumatori a "Eurochocolate"

Movimento Consumatori è tra i patrocinatori della sesta edizione del "Choco Day", la Giornata nazionale del cacao e del cioccolato, che si tiene il 12 ottobre 2011 a Perugia. L'evento è ideato e promosso da "Eurochocolate" con l'obiettivo di diffondere in Italia e nel mondo la cultura del cioccolato "buono". Buono perché ottenuto esclusivamente con l'utilizzo di burro e di massa di cacao, senza grassi e oli vegetali aggiunti. Buono anche perché capace di tutelare i valori etici e sociali legati alla sua produzione. Buono, infine, perché controllato durante ogni fase della filiera produttiva, in termini di biodiversità, di trasparenza e di tracciabilità. Un prodotto "puro", che deve rimanere originale. Il 12 ottobre, dunque, operatori del settore, scuole di ogni ordine e grado, ong, istituzioni, associazioni e aziende organizzano sul territorio nazionale diverse attività finalizzate a diffondere la conoscenza del cacao e del cioccolato, quali incontri di degusta-

zione, workshop, laboratori e animazioni. Il "Choco Day" porta la cultura del cioccolato di qualità anche nelle scuole italiane, al fine di stimolare il consumo corretto e consapevole del cioccolato da parte dei bambini e dei ragazzi.

Tutte le classi che ne faranno richiesta riceveranno infatti gratuitamente l'apposito kit Choco day, con il quale - grazie anche al supporto degli insegnanti - potranno conoscere l'intera filiera produttiva, dalle piantagioni al prodotto finito.

Le classi interessate potranno partecipare anche a "Ecco la mia etichetta cioccolatosa", il concorso, proposto in collaborazione con il Movimento Consumatori, che coinvolge i bambini nell'ideazione e nella realizzazione della propria etichetta personalizzata. I migliori elaborati saranno esposti in occasione di "Eurochocolate", a Perugia dal 14 al 23 ottobre, in uno spazio dedicato all'interno della Rocca Paolina. Sempre all'interno della Rocca sarà allestito anche il punto informativo del Movimento

Consumatori, presente alla manifestazione proprio per dare informazioni sulla lettura e l'analisi delle etichette e promuovere un consumo consapevole e attento dei prodotti di cioccolato.

Infine Lorenzo Miozzi, presidente nazionale del Movimento Consumatori, prenderà parte all'"International Summit in the Heart of Chocolate", che si svolgerà il 19 ottobre presso la sala del Consiglio del Palazzo della provincia di Perugia, con un intervento sulla qualità e sulla tutela nel mercato dei differenti tipi di cioccolato.

Dal 14 al 23 ottobre, il centro storico della città di Perugia sarà quindi "invaso" dagli appassionati del cioccolato e da oltre 150 produttori provenienti da tutto il mondo. Tutti i giorni, dalle 9,00 alle 20,00 ed il sabato fino alle 23,00, si potrà visitare oltre all'area commerciale, quella didattico-culturale, che offre corsi dedicati sia ai privati sia ai professionisti, e quella dedicata esclusivamente al cioccolato equosolidale.

Consumers' approfondimenti

PARLIAMONE



Privatizzare: sì, ma in maniera sana e efficiente

di Gustavo Ghidini*

Crisi, manovre e tagli. Quella che stiamo attraversando è una fase difficile per i consumatori e lo è anche per le amministrazioni locali. Far quadrare i conti con la riduzione drastica dei trasferimenti statali è difficile e impegnativo. In questo scenario è frequente il riferimento alle privatizzazioni delle aziende pubbliche come strumento per arginare il problema. E' bene chiarire subito che ciò non deve sfociare in una operazione solo economica, ma deve essere anche e soprattutto operazione di sostanza. Le aziende pubbliche gestiscono servizi pubblici e questi servizi sono quelli che vengono erogati quotidianamente ai cittadini. Le maggiori ripercussioni delle operazioni che coinvolgono queste aziende, quindi, ricadono poi sui consumatori.

E' possibile privatizzare senza penalizzare la qualità del servizio e senza che la privatizzazione si trasformi in una "svendita"? In Italia purtroppo siamo abituati a esempi molto negativi in questo senso. Pensiamo su tutti all'esempio delle Autostrade. Il rischio è quindi quello che l'incapacità del nostro Paese di privatizzare in maniera efficiente continui soprattutto in questo periodo nel quale, a causa della grave crisi economica, la tentazione di "fare cassa" è forte.

Strumenti per privatizzare in maniera sana però esistono e sono anche di semplice applicazione. Due esempi su tutti: più attenzione alla congruità del prezzo di vendita con regole chiare e maggiore tutela della qualità del servizio attraverso organi di controllo.

Per quanto riguarda il prezzo di vendita è bene ricordare che nelle gare sarebbe buona norma concedere la possibilità di almeno un rilancio ai concorrenti di chi in prima battuta ha fatto l'offerta migliore. Ancora più importante è individuare un soggetto terzo e indipendente che possa certificare la congruità del prezzo di vendita. In questo modo si contribuisce ad evitare che la vendita avvenga a prezzi non conformi all'effettivo valore dell'azienda.

Sul fronte della qualità del servizio, invece, per prima cosa è essenziale che gli affidamenti, fatti con gare pubbliche, siano temporanei per garantire le verifiche periodiche anche dei termini contrattuali di affidamento. E' necessaria poi la presenza di un soggetto che abbia funzioni di controllo sulla qualità e sul rispetto degli standard dei servizi erogati e devono essere coinvolti sia i cittadini, attraverso le associazioni che li rappresentano, sia esperti imparziali in base al servizio di riferimento. Ente cedente, specialisti del settore e associazioni di consumatori devono comporre una sorta di commissione di vigilanza proprio con poteri di controllo sulla qualità. Tale organismo deve avere anche poteri sanzionatori in caso di violazione di standard da parte del gestore. E' importante infine che tra la vigilanza e la gestione vi sia una verifica in contraddittorio e periodica. Quelli indicati sono solo alcuni degli strumenti che possono essere attuati dalle amministrazioni locali per cercare di trasformare la crisi in opportunità di crescita e di risanamento economico.

*presidente onorario del Movimento Consumatori

* Consumers' web



WSI Consumatori è il blog di Wall Street Italia, sito indipendente di economia, finanza, politica e news.

WSI è il punto di riferimento, in tempo reale, per i navigatori che desiderano lasciare un commento sulla situazione economica, dei mercati e del risparmio nel nostro Paese o confrontarsi su questi argomenti.

Temi particolarmente "caldi" e sentiti in questo periodo di crisi, in cui tenersi informati è di particolare importanza. Uno spazio free per i tanti blogger seri e "non affiliati" che credono nella libertà di espressione.

<http://blog.wallstreetitalia.com>

* Ripensare la salute

Tempo di influenza: è meglio prevenire

Secondo l'ultimo rapporto "Istisan", pubblicato dall'Istituto Superiore di Sanità "Influnet" (sistema di sorveglianza sentinella dell'influenza basata su medici di medicina generale e pediatri di libera scelta) sono stati 4,8 milioni gli italiani colpiti dall'influenza nella stagione 2009-2010. Il contagio è in effetti piuttosto semplice, poiché avviene attraverso goccioline cariche di virus. Proprio a causa della facilità di trasmissione, è importante difendersi sin da ora con alcuni accorgimenti: lavarsi le mani e seguire una alimentazione sana in cui non manchino frutta di stagione e frutta secca, quest'ultima ricca di sostanze dal potere antiossidante. Anche ripararsi bene dalle temperature basse e assumere spesso bevande calde, che garantiscono un effetto mucolitico naturale, rappresentano utili misure preventive. Oltre a seguire queste regole di buona condotta per la propria salute, anche in fase di prevenzione, possono essere d'aiuto i medicinali omeopatici, che stimolano il sistema immunitario. In particolare, nel periodo tra settembre e marzo, è utile assumere una dose a settimana di Anas barbariae 200K, indicato, come tutti i medicinali omeopatici, anche per bambini e anziani, poiché privo di effetti collaterali. Sempre in fase preventiva, la tintura madre di Echinacea angustifolia può essere un valido aiuto, anche se in questo caso, trattandosi di fitoterapia, si può usare con sicurezza nei bambini sopra i sette anni. La posologia è di 25 gocce una volta al giorno per 20 giorni. Dopo una pausa di 15-30 giorni, si potrà ripetere il trattamento. Se invece i sintomi sono appena comparsi, si può assumere Belladonna 9CH 5 granuli tre-quattro volte al giorno o ancora una dose di Anas barbariae 200K rinnovando la somministrazione fino a tre volte a intervalli di circa sei ore. Lo stesso medicinale, in fase acuta, può essere assunto due volte al giorno, per due-tre giorni. Ancora utile, resta l'inalazione di vapore con olio di timo: una goccia nell'acqua bollente e i lavaggi nasali con acqua salina riservando ai bambini più piccoli, solo il vapore dell'acqua bollente senza alcun olio essenziale.

Rossella Ricciardi
Medico chirurgo di medicina generale
esperto di omeopatia

tra le righe di Lorenzo Miozzi

Il momento della green economy e delle scelte

Un libro-intervista a Edo Ronchi e Pietro Colucci che sarebbe il caso leggersero gli addetti ai lavori e quanti intendono occuparsi di ambiente e sviluppo sostenibile, perché mette in connessione le questioni ambientali con lo sviluppo dell'economia e della ricchezza a livello mondiale.

La considerazione interessante riguarda i BRIC- Brasile, Russia, India e Cina- ossia i Paesi che da qui a qualche decennio saranno ai vertici delle economie mondiali, per un importante motivo: uso sostenibile delle risorse e uso delle energie alternative. Noi europei, perciò, riusciremo a competere? La sfida è tutta aperta e tocca anche a noi italiani capire un semplice concetto: benessere, sviluppo economico e stabilità non fanno rima con sfruttamento delle risorse e danni ambientali. Ma, per la verità, è proprio l'Italia, come rilevano i due intervistati, a essere molto indietro nella green economy e a rischiare di perdere il vento a favore che come diceva Seneca non basta al marinaio se non sa dove andare.



Edo Ronchi - Pietro Colucci
Vento a favore
Edizioni Ambiente
224 pagine - 22,00 euro

Sì, al giorno d'oggi scegliere crea ansia e un forte senso di inadeguatezza. Forse perché tutti noi siamo invitati a comportarci come le aziende: fare un piano per gli obiettivi della nostra vita, compiere investimenti a lungo termine, essere flessibili, ristrutturare l'impresa della nostra esistenza, e prendere i rischi necessari per incrementare gli utili. Ad esempio, pensiamo a quanto è difficile scegliere cosa comprare al supermercato per il semplice fatto che ci sono tantissime opzioni. Ci troveremo davanti a

più problemi: il desiderio di fare la scelta ideale, il pensiero di come gli altri giudicheranno la scelta, quali tipi di scelte potrebbero fare gli altri, la sensazione che non vi sia nessuno al quale delegare la decisione, il timore di non poter fare una scelta veramente libera. Siamo incoraggiati da più parti a considerare la nostra vita come un insieme di scelte da fare: dai prodotti sugli scaffali, quindi, alle nostre carriere professionali, le nostre relazioni e i nostri corpi, tutta la nostra vera identità sembra esistere solo per poter scegliere.



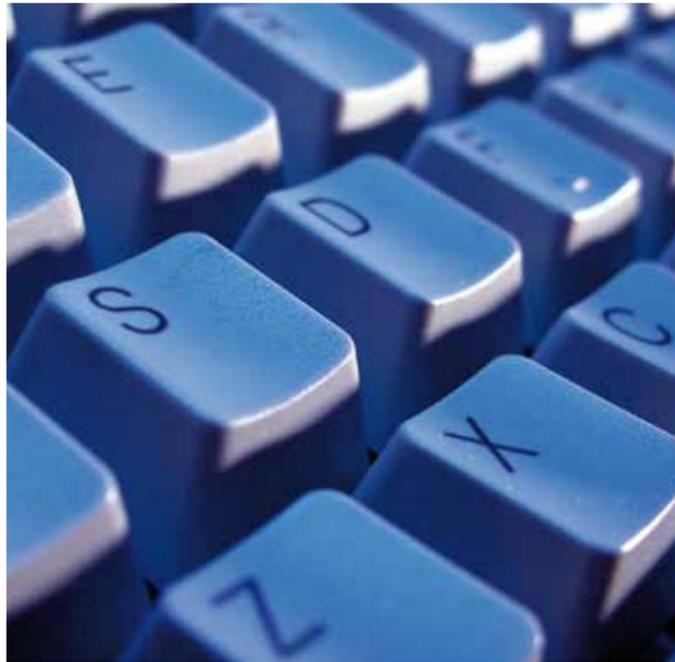
Renata Salecl
La tirannia della scelta
Laterza
170 pagine - 13,60 euro

Consumers' notizie

NOTIZIE DAL MONDO DEL CONSUMERISMO

Crisi: anche nell'IT calano le vendite

La diminuzione dell'1,7% della domanda per l'Information Technology nel primo semestre del 2011, rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, conferma che l'IT italiano sta vivendo una forte crisi di mercato, che perdurerà nei prossimi mesi, con il rischio di ulteriore aggravamento. A fronte delle caratteristiche recessive della manovra finanziaria di agosto, infatti, siamo stati costretti ad aggiornare le stime sul trend del settore nell'anno, individuando un range che va da una riduzione della domanda IT di -1,2% nell'ipotesi più favorevole e a un -2,8% in quella pessimista". Così Paolo Angelucci, presidente di Assinform, nel rapporto sull'andamento dei settori It e Tlc nel primo semestre 2011, elaborato in collaborazione con NetConsulting. Nel dettaglio: hardware -4,1%, crollano i Pc, ma il software sale a +0,3% e i tablet crescono del 347%, con 398.000 unità vendute. Le Tlc segnano un -2,7%, servizi Tlc -2,8%, terminali -0,8%; infrastrutture -3,3%, crescono solo i Vas mobili +6,8%, fissi +2,1%. Banda larga: + 5,2% raggiunta quota 13.602.000 accessi. 'La crisi dell'Ict ipotizza le capacità di crescita: il decreto Sviluppo - ha proseguito Angelucci - deve scommettere sulla digitalizzazione del Paese. Bisogna far partire realmente gli investimenti sulla banda ultralarga, privatizzare le società pubbliche di Ict, aggregare le imprese per condividere servizi e infrastrutture avanzate, necessitano poi regole concorrenziali e trasparenti per garantire il ritorno degli investimenti".



Social network e minori. Unione europea: solo due su nove sono sicuri

Ragazzi sotto i 18 anni che usano Internet e utilizzano i social sono in costante aumento. Nonostante questo, non c'è sufficiente controllo dei siti frequentati dai minori. Proprio per questo la Commissione Ue ha svolto recentemente un'indagine che ha confermato questi timori: solo due social su nove si sono dimostrati sicuri. Ne è seguito l'appello di Bruxelles a porre rimedio a questa situazione a rischio.

A rispondere al primo richiamo dell'Unione di attenersi ai principi della Carta europea per social network sicuri sono stati Habbo Hotel e Xbox Live. Windows Live e Daily motion, invece, consentono di inviare messaggi privati o pubblici a profili di minori, mentre gli altri sono ancora meno sicuri, lasciando quasi completamente aperta la loro porta. In un'era in cui i social network stanno prendendo sempre più piede, quindi, è importante prendere i giusti provvedimenti,

in quanto i minori, che traggono importanti benefici dal questo tipo di siti, spesso non si rendono conto dei rischi che possono correre. Proprio per questo motivo l'Unione europea ha tutte le buone intenzioni di risolvere questa situazione, così che il mondo del web possa essere un posto più sicuro anche per i più piccoli.

Nuova stangata per gli automobilisti: aumenta anche l'IPT

Buone notizie per chi guida: si pagherà di più anche la tassa provinciale di trascrizione (IPT) che si deve nel momento di acquisto di una vettura (nuova o usata) e che non è più fissa, ma variabile in base ai kw. Un aumento che solo sul fronte dell'Iva determinerà un aggravio di costi per gli italiani di quasi 220 euro per ogni auto acquistata (435 milioni di euro all'anno) dice Federauto. L'importo fisso finora compreso tra i 151 euro e i 196 euro, a seconda della provincia e con la possibilità per ogni amministrazione locale di aumentarla fino al 30% rispetto all'importo base, diventa

variabile al di sopra dei 53 kw. Quindi: fino ai 53 kw l'IPT resta quella attuale, al di sopra l'imposta è proporzionale alla potenza ed è compresa, sempre a discrezione delle province, tra i 3,5119 euro/kw e i 4,5655 euro/kw. Per quanto concerne poi gli aumenti tariffari che ciascuna provincia può disporre, è da notare che questi sono stati già varati negli anni passati dalle amministrazioni provinciali. Così, ad esempio, fa sapere l'ACI, l'aumento è del 25% per Crotone, Lecco, Messina e Sondrio; del 29% per Vercelli; del 26% per Perugia. La maggior parte delle province ha deliberato un aumento del 30% (ben 50 province, nella misura di 4,56 euro per kw) e del 20% (45 province, nella misura di 4,21 euro per kw). Nessun aumento, invece, per Aosta, Bolzano, Prato, Trento, Brescia e Firenze. Restano infine escluse da quest'ultima manovra finanziaria le regioni a statuto speciale (Sicilia, Sardegna, Friuli Venezia Giulia, Valle d'Aosta) e le province autonome di Trento e Bolzano.

* Consumers' Europa

Auto più efficienti e meno care

In Europa aumenta l'efficienza delle auto e diminuiscono i prezzi. A tracciare il quadro è il rapporto "How clean are Europe's cars" pubblicato dal network europeo Transport&Environment, di cui Amici della Terra, Terra! e Legambiente sono partner per l'Italia. Dal documento emerge una tendenza in netto contrasto rispetto allo scenario delineato in questi anni dall'industria dell'auto, secondo la quale gli obiettivi europei volti alla riduzione progressiva delle emissioni di CO2 avrebbero portato a costi di produzione insostenibili. "Nel 2010 in Europa - spiegano al Transport&Environment - sono state vendute auto più efficienti rispetto all'anno precedente, con un valore di emissioni medio di 140 grammi di CO2 per km percorso, il 4% in meno rispetto al 2009, e a prezzi più bassi. Ai primi posti della classifica delle case automobilistiche più virtuose si confermano Fiat, Toyota e Peugeot-Citroen rispettivamente con 126, 130 e 131 grammi di CO2 per km. A fronte di una previsione di aumento medio dei prezzi di vendita risulta non solo che nel 2010 questi sono diminuiti del 2,5% rispetto al 2009, ma anche che tale trend si è confermato negli anni con una diminuzione complessiva del 13% dal 2002, e con una riduzione annua media del 2,4% da quando gli obiettivi di efficienza vincolanti sono stati introdotti nella legislazione Europea". "Inoltre, secondo il dossier di T&E, il trend di riduzione delle emissioni mostra che le case automobilistiche nel loro complesso riusciranno a raggiungere l'obiettivo comunitario di 130 gCO2/km per il 2015. L'Unione europea non ha alcun motivo di ascoltare le pressioni delle case automobilistiche" dichiarano le tre associazioni. Tra gli Stati membri, la Danimarca e il Portogallo (con tasse automobilistiche basate sulle emissioni di CO2) dimostrano di aver ridotto le emissioni (mediamente 127 gCo2/km), con -8,9% e -5% rispetto al 2009. Anche Italia (133 gCo2/km) e Francia (131 ggCo2/km) si distinguono per l'efficienza delle flotte, pur registrando riduzioni in percentuale, rispetto al 2009, più contenute (-2,4% e -2,5%). Non si può dire lo stesso per la Germania che registra un valore delle emissioni pari a 151 gCo2/km (-1,8% rispetto al 2009). Il motivo? La Germania non si è mai allineata alla direttiva europea 1999/94/CE sulla pubblicità delle auto e l'informazione ai consumatori.

Sonia Chilà

* dalle sezioni

Piemonte

Scegliere bene gli alimenti

Sapersi districare nella scelta degli alimenti è spesso difficile. Per questo il Movimento Consumatori, con il patrocinio della città di Alba, ha organizzato un corso dal titolo "Le verità e gli inganni nutrizionali". L'intento del corso è proprio quello di guidare i consumatori nella scelta degli alimenti e consentire ai cittadini di apprendere le regole fondamentali del settore. Qualità, igiene, controlli e molto altro, sono gli argomenti degli incontri che fino a novembre accompagneranno i consumatori. Il corso è gratuito e si svolgerà tutti i venerdì alle 21, nella Sala dello Sport del Comune di Alba, in via Manzoni 8/B. I posti disponibili sono 40. E' possibile prenotare inviando una e-mail a movimentoconsumatorialba@virgilio.it o telefonando al numero 0173 287375 martedì e giovedì (14,30 - 17,30), sabato (9-12) o direttamente allo Sportello di Corso Europa, 45 (Casa del Volontariato) il martedì e il giovedì (14,30-17,30), sabato (9-12).

piemonte@movimentoconsumatori.it

Perugia

Per i consumatori c'è "Diritti in festa"

Indicare una possibile via alternativa. Mettere in comune idee e pratiche virtuose. Questo e molto altro vuole essere "Diritti in festa, Festival dei consumatori e degli utenti". C'è di più. "Diritti in festa" si pone un'altra sfida: essere quanto più possibile un evento a "impatto zero". Lo scopo è ridurre al minimo le emissioni nocive in tutte le fasi dell'organizzazione: si fa un grande ricorso alla rete e l'allestimento è studiato utilizzando materiali riciclati. L'accesso a tutte le iniziative è gratuito. "Diritti in festa" è organizzato da ACU Umbria, Adiconsum, Adoc, Cittadinanzattiva, Confconsumatori, Movimento Consumatori, Movimento Difesa del Cittadino, Lega Consumatori, Unione Nazionale Consumatori. L'iniziativa, in collaborazione con Altreconomia e Redattore Sociale, si svolge nel centro storico di Perugia da giovedì 27 a sabato 29 ottobre 2011. Il programma dettagliato è consultabile sul sito internet www.dirittinfesta.net.

perugia@movimentoconsumatori.it

Puglia

Esenzione ticket: percorso ad ostacoli

Dai primi giorni di settembre gli anziani, i disoccupati, le famiglie con bambini piccoli, alle prese con mille difficoltà economiche, che hanno la necessità di ottenere le esenzioni di ticket sono purtroppo costretti ad affrontare interminabili ed estenuanti ore di fila davanti ai pochissimi uffici delle Asl, che hanno scarsissimo personale a disposizione. Come associazione a tutela dei diritti dei cittadini, Movimento Consumatori Puglia chiede come sia possibile non pensare di attivare percorsi telematici attraverso i Caf, i commercialisti, o le stesse associazioni dei consumatori, che incrociando i dati delle dichiarazioni dei redditi, producano la tanto sudata certificazione collegata alla dichiarazione dell'anno in corso ai fini dell'esenzione. Movimento Consumatori Puglia informa che inoltrerà opportuna formale richiesta all'assessore regionale alla Salute.

puglia@movimentoconsumatori.it

Consumers' iniziative

PATTICHIARI

E' facile gestire le proprie risorse economiche

Prendersi cura del proprio denaro, ora più che mai in questo periodo di grande crisi che sta attraversando il Paese, è di fondamentale importanza per i cittadini. "Mettiamo in Comune l'educazione finanziaria" è la nuova iniziativa promossa da PattiChiari insieme alle associazioni dei consumatori, per fornire ai potenziali risparmiatori una maggiore consapevolezza nella gestione delle proprie risorse economiche.

Quest'anno partecipano al progetto 12 associazioni: Adiconsum, ADOC, Assoutenti, Cittadinanzattiva, Codacons, Codici, Conconsumatori, La Casa del Consumatore, Lega Consumatori, Movimento Consumatori, Movimento Difesa del Cittadino, Unione Nazionale Consumatori. L'iniziativa, voluta da PattiChiari e ANCI, vede coinvolto anche per quest'anno il Movimento Consumatori in prima persona nella progettazione e nella realizzazione dell'intero progetto che prevede anche una serie incontri sul territorio, rivolti alla popolazione adulta. Obiettivo degli incontri è quello di favorire la divulgazione di tematiche di educazione finanziaria e stimolare nei cittadini una maggiore consapevolezza rispetto alla gestione delle risorse economiche. Gli incontri si terranno presso le sedi comunali o presso le sedi locali dell'associazione, nonché di altri partner locali, quali i centri di aggregazione sociale (ad esempio: associazioni di anziani o genitoriali, parrocchie, luoghi di lavoro, ecc.). La conduzione degli incontri sarà a cura dei rappresentanti locali PattiChiari con il supporto di altri partner e/o di esponenti delle filiali bancarie aderenti, e si baserà sui contenuti informativi dello strumento multimediale, "L'impronta economica - Plus", realizzato appositamente per il progetto.

Le banche che hanno dato la loro adesione a questa nuova iniziativa sono Banca della Campania, Banca delle Marche, Banca di Sassari, Banca Popolare del Mezzogiorno, Banca Popolare di Lanciano e Sulmona, Banca Popolare



dell'Emilia Romagna, Banca Popolare Pugliese, Banco di Sardegna, Cassa di Risparmio di Parma e Piacenza, Cassa di Risparmio di Biella e Vercelli, Friuladria.

Il progetto si svolgerà in 17 regioni ed in più di 50 comuni italiani.

Per conoscere le date degli incontri e avere ulteriori informazioni sull'iniziativa è possibile consultare il sito www.pattichiari.it oppure contattare la sezione MC di San Severo (i recapiti sono visionabili sul sito Internet www.movimentoconsumatori.it) o la sede nazionale dell'associazione.

Chi è PattiChiari

Costituito nel 2003, PattiChiari è l'organismo dell'industria bancaria che, attraverso una relazione aperta ai diversi portatori d'interesse della società civile, promuove l'educazione finanziaria nel nostro Paese e la qualità e l'efficienza del mercato. Per saperne di più: www.pattichiari.it. Dal 2008 sono 13 le associazioni dei consumatori che sono partner del Consorzio e cinque quelle che fanno parte degli organi statutari, ossia del Comitato Tecnico dei Motori di Confronto e del Comitato di Consultazione.

FOCUS FAIRTRADE

La natura ferita ha ucciso una famiglia amica del Fairtrade

Quando hanno tagliato via alberi e arbusti dalla cima del monte Elgon, in Uganda, gli abitanti del luogo si sono opposti. Sapevano che quella vegetazione teneva insieme la terra, e che senza di essa era solo questione di tempo perché una frana cadesse sulle teste di chi alle falde di quella montagna ci vive e lavora. Ma gli alberi sono stati tagliati lo stesso. E la pioggia alla fine è caduta, trascinando a valle migliaia di metri cubi di fango. Nella sua furia la frana ha interrotto strade e sepolto abitazioni. Sotto il muro di fango sono rimaste almeno 9 persone.

Lovis Masiga era un produttore di caffè certificato Fairtrade. Stando ai racconti di chi lo ha conosciuto, Lovis era una colonna portante della comunità e della cooperativa di cui faceva parte, la Gumutindo. Il suo corpo, insieme a quello dei

suoi familiari, è stato trovato senza vita, immerso nel fango. Della sua casa e delle sue piante di caffè non c'era più traccia, tutto sepolto sotto dieci metri di terra umida. Tra le vittime anche due figli di Lovis, con i rispettivi bambini. La comunità del monte Elgon è in lutto, e così la cooperativa di produttori. Ma quella di Lovis e della sua famiglia non è una morte anomala: di storie come questa ce ne sono tante, troppe, nel Sud del mondo. Wellington Wamayeye, amico di Lovis e membro della cooperativa, ha scritto alcune righe sul sito Internet di Gumutindo: "La morte capita così spesso di questi tempi nel nostro pezzo di mondo. Di recente ho ridotto le mie partecipazioni ai funerali perché sono troppi. Essere presente alle esequie di tutti i membri della mia famiglia allargata mi lascerebbe davvero poco

tempo per lavorare. Ma dovevo partecipare al funerale del mio amico Lodovico. C'erano nove corpi senza vita stesi nella chiesa. Amici! Non molti di noi possono sopportare la vista di un morto, ma nove, e tutti della stessa famiglia, erano al di là del controllo emotivo di ognuno dei presenti. Molte lacrime sono state versate quel giorno". E' una storia triste, ma la raccontiamo perché si comprenda quanto lo sfruttamento delle risorse naturali sia pericoloso per altri esseri umani e per l'ambiente. Scegliere uno stile di vita che distrugge è facile. Sono sempre gli altri a subire i danni che noi creiamo, direttamente o indirettamente. Uomini e donne senza volto, di cui non sentiremo mai parlare nei telegiornali. Persone come Lovis Masiga, un contadino, un amico del commercio equo e solidale.

* Dire, fare, riciclare

L'utilità di conservare "sottocarta"

Oltre alla cucina del riciclo e ad un corretto utilizzo delle risorse (inutile riempire il frigorifero di alimenti e bevande se poi da lì finiscono direttamente nel secchio della spazzatura), un altro metodo molto importante per abbattere gli sprechi è senz'altro quello di conservare in modo corretto i prodotti stagionali che, di volta in volta, ci troviamo a consumare.

Tra i metodi di conservazione di frutta e di verdura di stagione non dobbiamo dimenticarci i sacchetti di carta.

I sacchetti di carta aiutano a prevenire l'avvizzimento, perché trattengono l'umidità prodotta dalla frutta durante la maturazione. Anche i sacchetti di plastica servono ugualmente allo scopo, ma accelerano troppo il processo, perché aumentano l'umidità in maniera consistente e possono causare marciume.

Il sacchetto di carta permette al frutto di respirare e quindi di mantenere "l'ambiente" giusto per la maturazione.

Allora perché non utilizzare il sacchetto di carta per conservare le delizie che ci regala la stagione autunnale?

Ricordiamoci inoltre che i sacchetti in carta sono biodegradabili e compostabili. Possono essere riutilizzati. Se puliti possono essere conferiti nella raccolta della carta, se contaminati da cibo possono essere conferiti nella raccolta differenziata dell'umido e possono essere utilizzati come sacchetti per la raccolta dell'umido. L'utilizzo del sacchetto di carta è un'opportunità per la conservazione di cibi freschi e di quelli secchi e anche per avere un ambiente più pulito.

www.comieco.org



LA SECONDA VITA DEI SACCHETTI DI CARTA
La biodegradabilità degli shopping bag dà una mano alla raccolta differenziata.

Consumers' magazine

Il mensile dei consumatori
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
Progetto grafico: GIPSI Soc. Coop. Sociale ONLUS
Via G. Gerlin, 16/8 - 30173 Mestre Venezia
Stampa: CENTRO SERVIZI EDITORIALI S.r.l.
Via del Lavoro, 18 - 36040 Grisignano di Zocco

Consumers' news

LE NOTIZIE DEI CONSUMATORI



**MOVIMENTO
CONSUMATORI**

insieme per una società responsabile



CRISI ECONOMICA

Quanto ha cambiato i tuoi consumi?

**Dì la tua su www.movimentoconsumatori.it
e scopri i risultati del sondaggio sul prossimo numero di CM**

Iscriviti alla nostra Newsletter Consumers' news

Riceverai ogni settimana aggiornamenti puntuali sulle attività e iniziative del Movimento Consumatori, le ultime news consumi e le promozioni, le convenzioni e i servizi offerti dalla nostra ciazione. Per iscriverti:

<http://www.movimentoconsumatori.it/signup.asp>
Iscrizione semplice e gratuita. E puoi decidere di cancellarti in ogni momento.

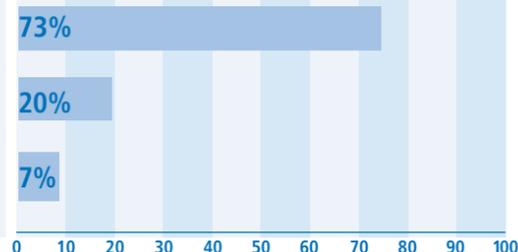
Dite la vostra: "Responsabilità sociale d'impresa"

E' importante?

Si, dovrebbe essere applicata da tutte le aziende

No, credo che sia prevalentemente un'azione d'immagine

Non so. Non ho idea di cosa sia esattamente



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

Il Movimento Consumatori è un'associazione autonoma e indipendente senza fini di lucro, nata nel 1985 per iniziativa di un gruppo di cittadini ed esperti. 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 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. Le più di 60 sedi sul territorio nazionale erogano sia un servizio di informazione e orientamento sui diritti dei consumatori, sia consulenza e tutela legale ex-post, attività centrale dell'associazione. MC mette inoltre a di-

sposizione una procedura di conciliazione per: Telecom, TIM, H3G, Vodafone, Wind, Fastweb, Poste Italiane, Bancoposta, Postevita, Bancaintesa, MPS, Edison, Enel, ENI, Sorgenia, Ania, Unipol, Trenitalia. MC sostiene tante realtà impegnate trasversalmente su temi fondamentali come: tutela dei minori, ambiente, cultura e solidarietà, consumo critico e commercio equo-solidale. MC si è anche battuto per la riduzione del prezzo del latte per neonati. Numerose famiglie risparmiano su questi prodotti con i Gruppi d'acquisto MC. Grazie agli osservatori Farmaci & Salute, Credito & Risparmio e Pubblicità ingannevole, MC ha promosso importanti campagne, tutelato migliaia di cittadini risparmiatori, vagliato centinaia di pubblicità verificandone fondatezza e non ingannevolezza.

diventa socio

Il Movimento Consumatori si finanzia attraverso la partecipazione a progetti assegnati 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 MC.

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

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

ABRUZZO

Vasto, tel. 0873 370783
Sulmona, tel. 349 3152513

BASILICATA

Potenza, tel. 338 2815610

CALABRIA

Cosenza, tel. 0984 464317
Reggio Calabria, tel. 0965 810913

CAMPANIA

Battipaglia, tel. 0828 430781
Benevento, tel. 320 0551748
Benevento Valle Telesina, tel. 0824 975431
Caserta, tel. 0823 1970205
Napoli, tel. 0823 1970205
Salerno, tel. 081 5184774

EMILIA ROMAGNA

Bologna, tel. 051 6493864
Modena, tel. 059 3367171
Parma, tel. 0521 289962

FRIULI VENEZIA GIULIA

Udine, tel. 0432 502036

LAZIO

Roma, tel. 06 64771284
Sede distaccata Municipio XVII, tel. 06 39735013
Sede distaccata Montelanico tel. 06 97050025
Tivoli, tel. 0774 334270

LIGURIA

Genova, tel. 010 2471188
Sanremo, tel. 0184 597675
Savona, tel. 340 0759343

LOMBARDIA

Bergamo, tel. 035 239565
Brescia, tel. 030 2427872
Lecco, tel. 0341 365555
Milano, tel. 02 80583136
Pavia, tel. 328 9566100
Varese, tel. 0332 810569

MARCHE

Civitanova Marche, tel. 0733 53282

MOLISE

Campobasso, tel. 0874 411086

PIEMONTE

Biella, tel. 015 2524197
Ciriè, tel. 011 9214938
Cuneo, tel. 0171 602221
Nichelino, tel. 011 6480134
Novara, tel. 345 9460056
Torino, tel. 011 5069546
Valsesia, tel. 0163 833420

PUGLIA

Andria, tel. 0883 591030
Bari, tel. 080 2022627
Brindisi, tel. 345 6560060
Foggia, tel. 0881 665803
Lecce, tel. 0832 399128
Molfetta, tel. 080 3354776
Noci, tel. 334 9043239
Ostuni, tel. 0831 305991
San Severo, tel. 0882 223774
Trani, tel. 347 8006116 - 349 4741684

SARDEGNA

Assemini, tel. 070 9459025
Decimomannu, tel. 070 9667112
Villamassargia, tel. 0781 759075

SICILIA

Messina, tel. 090 2924994
Palermo, Tel. 091 6373538
Trapani, Tel. 0923 909129

TOSCANA

Cecina, tel. 0586 754504
Firenze Nord, tel. 055 4250239
Livorno, tel. 0586 219158
Lucca, tel. 0583 490004
Massa Carrara, tel. 0585 75275
Pontedera, tel. 0587 57467
Prato, tel. 0574 635298-546130
Versilia, tel. 0584 31811
Piombino, tel. 348 8974227

UMBRIA

Perugia, Tel. 075 5731074

VENETO

Padova, tel. 049 7897525
Treviso, tel. 0422 545000
Venezia-Mestre, tel. 041 5318393
Verona, tel. 045 595210

Quello buono si presenta

Per scegliere un cioccolato di qualità
leggi sempre l'etichetta!

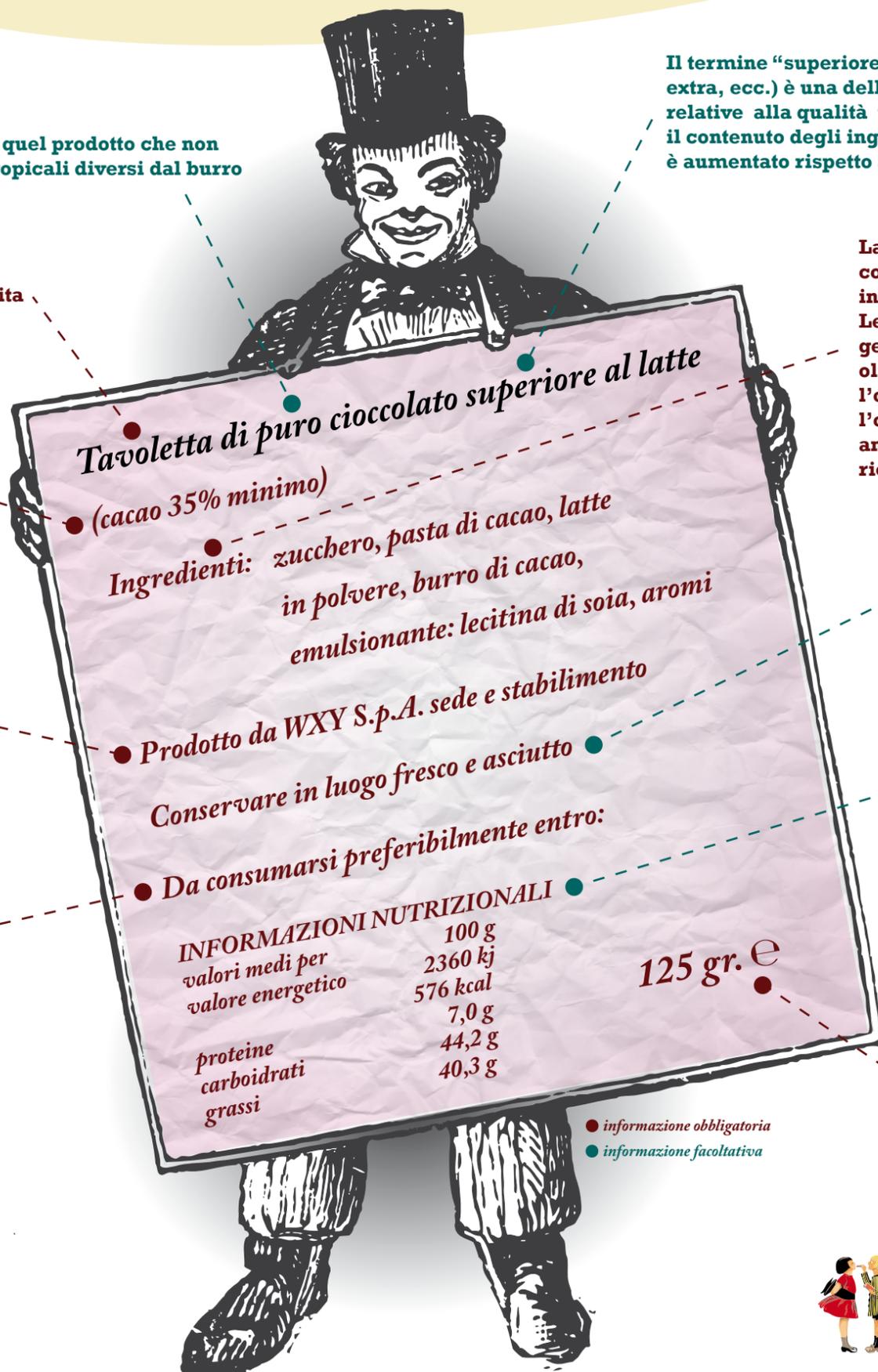
Il termine "puro" è riservato a quel prodotto che non contiene grassi vegetali o oli tropicali diversi dal burro di cacao.

La denominazione di vendita (tavoletta, pralina, ecc.)

L'espressione "cacao ...% minimo" indica il tenore di sostanza secca di cacao.

Nome e Sede del produttore o confezionatore o venditore del prodotto.

Indica il termine minimo di conservazione, cioè la data fino alla quale il prodotto conserva le sue proprietà specifiche in adeguate condizioni di conservazione.



Il termine "superiore" (fine, finissimo, extra, ecc.) è una delle espressioni relative alla qualità utilizzate quando il contenuto degli ingredienti principali è aumentato rispetto alla ricetta base.

La lista degli ingredienti indica i componenti del prodotto elencati in ordine ponderale decrescente. Le norme consentono di aggiungere al cioccolato fino al 5% di oli tropicali. Non sono ammessi l'olio di cocco, l'olio di palmisti e l'olio di dika nonchè i grassi animali, ad eccezione di quelli ricavati dal latte.

Indica le modalità di conservazione più idonee al prodotto.

La tabella nutrizionale fornisce informazioni circa il valore energetico e i principali nutrienti del prodotto.

Indica la quantità del prodotto al netto dell'imballaggio per prodotti superiori a 30 g.

