

DIRITTI & CONSUMI

Associato all'Unione Stampa Periodica Italiana

MENSILE DEL MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO

DIRETTORE RESPONSABILE ANTONIO LONGO REDAZIONE D. NATASHA TURANO, SILVIA BIASOTTO, ELENA FRANCI, MARCO DAL POZ, LUNA PINI PROGETTO GRAFICO MARCO LOVISATTI SEDE E REDAZIONE VIA QUINTINO SELLA 41, 00187 ROMA TEL. 06 4881891 EMAIL DIRITTECONSUMI@MDC.IT STAMPA SOCIETÀ TIPOGRAFICA ITALIA A.R.L. FINITO DI STAMPARE IL 28/3/2013

L'EDITORIALE

di ANTONIO LONGO - PRESIDENTE MDC

A poco più di un anno dalla sua pubblicazione la "Direttiva sui diritti dei consumatori" resta ancora una illustre sconosciuta, non solo da quei cittadini che intende garantire ma anche dalle istituzioni che dovrebbero recepirla entro il 13 Dicembre del 2013, applicandone le disposizioni a partire dal 13 Giugno 2014.

Il punto è che tra clausole vessatorie, contratti porta a porta, persino false e clamorose truffe di massa on line, in Italia è sempre più urgente inserire nell'Ordinamento le nuove garanzie previste dal Parlamento e dal Consiglio della UE, semmai rafforzandole. Una scelta essenziale per il rilancio della domanda nei nuovi mercati strategici come l'e-commerce cui gli Italiani si stanno avvicinando, pur tra mille cautele.

L'Internet economy italiana ha raggiunto nel 2010 il valore di 31,6 miliardi di euro, è cresciuto anche il cosiddetto *mobile commerce* attraverso gli smartphone e infine anche il settore delle vendite "porta a porta" e il "party plan" (vendita per riunioni) non sembra conoscere la crisi. I dati nel 2011 parlano di un fatturato complessivo di 1 miliardo e 117 milioni di euro con un incremento del 4,9% rispetto al 2010.

Tutto questo mentre secondo i dati Istat, nel 2011 il valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio ha segnato, rispetto all'anno precedente, una diminuzione dell'1,3%.

Oltre al Governo, anche l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e quella dell'Energia dovrebbero far propri i principi della Direttiva nelle rispettive norme di tutela dei mercati regolamentati caratterizzati dal ricorso

VENDITE A DISTANZA



PAG. 2/4

generalizzato degli operatori telefonici e dell'energia al teleselling e alla vendita diretta.

Non è un caso che siano state per prime le associazioni dei consumatori ad animare in Italia un primo movimento di lobbying istituzionale per accelerare la rapida acquisizione delle nuove disposizioni. Le norme si applicheranno anche ai contratti per la fornitura di acqua, gas, elettricità o

teleriscaldamento, anche da parte di prestatori pubblici.

Restano escluse la vendita di immobili o diritti reali sugli stessi, le forniture di alimenti e comunque al legislatore nazionale è lasciata la possibilità di non recepire la direttiva per i contratti al di sotto della soglia di 50 euro. Se garantita, la Direttiva porterà notevoli vantaggi ai consumatori.

VENDITE A DISTANZA E FUORI DAI LOCALI COMMERCIALI: I DIRITTI CHE VERRANNO

LA CONSUMER'S RIGHTS DIRECTIVE 83/11/UE: LE NUOVE GARANZIE DEI CONSUMATORI NEI MERCATI DELL'E-COMMERCE E DELLA VENDITA DIRETTA

di FRANCESCO LUONGO

La nuova "Direttiva sui diritti dei consumatori" (Consumer Rights Directive 2011/83/UE) prevede innanzitutto la revisione di quanto stabilito nelle precedenti Direttive sui contratti a distanza e fuori dai locali commerciali abrogate a far data dal 13 Giugno 2014, con un rafforzamento delle garanzie e una disciplina unitaria di riferimento sia per i consumatori che per le imprese.

La piaga della carenza di informazioni fornite prima della conclusione di un contratto però non è un fenomeno che riguarda solo i contratti porta a porta, telefonici, via web o con altro mezzo di comunicazione, ma anche tutte le altre categorie commerciali esistenti su cui la Direttiva decide di fissare regole certe.

Innanzitutto la qualifica di consumatore viene salvaguardata anche qualora il bene o il servizio acquistato venga utilizzato per motivi di lavoro, purché lo scopo "commerciale" sia talmente limitato da non risultare predominante. Di contratto a distanza dovrà parlarsi anche nell'ipotesi in cui il consumatore venga solo avvicinato fuori dai locali commerciali per poi concluderlo in essi subito dopo.

La Direttiva prevede poi anche il concetto di "supporto durevole" attraverso cui il consumatore ha diritto di ricevere e conservare tutte le informazioni utili ad una scelta consapevole nell'acquisto (documenti su carta, chiavi USB, CD-ROM, DVD, schede di memoria o dischi rigidi del computer, nonché messaggi di posta elettronica). Il legislatore comunitario ha colto l'occasione per fissare precisi obblighi di natura informativa validi anche per i contratti diversi da quelli a distanza.

Importante in particolare l'obbligo di indicare preventivamente la data entro la quale il professionista si impegna a consegnare i beni o a prestare il servizio e il trattamento dei reclami da parte del professionista.

È l'Articolo 6 il cuore della nuova regolazione, individuando nel dettaglio tutto quello che bisogna far conoscere al consumatore prima della conclusione del contratto. Obblighi informativi

stringenti, stabiliti soprattutto sulla garanzia e tutte le condizioni di assistenza post vendita, oltre all'eventuale presenza di procedure di conciliazione extragiudiziale cui sia tenuto il professionista. Altro aspetto fondamentale che la Direttiva cerca di contrastare è la sostanziale sparizione dei contratti, intesi quali supporti cartacei o comunque durevoli da fornire effettivamente al consumatore.

Documenti essenziali contenenti le clausole che regolano la vendita ed il post vendita di un bene o un servizio vengono spesso dimenticati, mai consegnati o più o meno artatamente confusi con la descrizione dell'offerta. Neppure rinvenibili a link sul web che nella maggior parte dei casi contengono i file aggiornati e non quelli vigenti alla stipula. Il legislatore comunitario prescrive che le clausole dovranno essere "scritte" in un linguaggio semplice e comprensibile. Solo se il consumatore è d'accordo i patti potranno essere forniti su un altro mezzo durevole dovendosi documentare il previo consenso espresso e l'accettazione del consumatore.

La necessità che al contraente venga fornito il contratto firmato o l'attestazione della sua accettazione con tutte le informazioni obbligatorie su supporto cartaceo o durevole, se permessa dal cliente, è prevista dal successivo

Art. 7. Qualora il consumatore intenda fruire della fornitura durante il periodo di recesso dovrà farne espressa richiesta su supporto durevole. Ovviamente è implicito che nei contratti a distanza, accanto ai doveri informativi il consumatore riconosca espressamente che l'ordine implica l'obbligo di pagare. Se l'ordine implica di azionare un pulsante o una funzione analoga, queste dovranno riportare, in modo facilmente leggibile, soltanto le parole «ordine con obbligo di pagare» o una formulazione corrispondente che indichi inequivocabilmente la previsione del pagamento.

Se il professionista non osserva tale cautela, il consumatore non è vincolato dal contratto o dall'ordine. Di particolare importanza la previsione dell' Art. 8 comma n. 6: quando un contratto a distanza deve essere concluso per telefono, gli Stati membri possono prevedere che il professionista debba confermare l'offerta al consumatore, il quale è vincolato solo dopo aver firmato l'offerta o dopo averla accettata per iscritto. Sempre al fine di ostacolare il fenomeno dei contratti fantasma mai consegnati ai clienti, la Direttiva stabilisce inoltre l'obbligo di conferma del contratto entro un congruo termine dalla conclusione dello stesso al più tardi al momento della consegna dei beni oppure prima che l'esecuzione del servizio abbia inizio.

CONTRATTO A DISTANZA

Qualsiasi contratto concluso tra il professionista e il consumatore nel quadro di un regime organizzato di vendita o di prestazione di servizi a distanza senza la presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore, mediante l'uso esclusivo di uno o più mezzi di comunicazione a distanza fino alla conclusione del contratto, compresa la conclusione del contratto stesso;

CONTRATTO NEGOZIATO FUORI DAI LOCALI COMMERCIALI

Qualsiasi contratto tra il professionista e il consumatore: a) concluso alla presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore, in un luogo diverso dai locali del professionista; b) per cui è stata fatta un'offerta da parte del consumatore, nelle stesse circostanze di cui alla lettera a); c) concluso nei locali del professionista o mediante qual sia di mezzo di comunicazione a distanza immediatamente dopo che il consumatore è stato avvicinato per solamente e singolarmente in un luogo diverso dai locali del professionista, alla presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore; oppure concluso durante un viaggio promozionale organizzato dal professionista e avente lo scopo o l'effetto di promuovere e vendere beni o servizi al consumatore.

IL DIRITTO DI RECESSO

Il diritto di recesso prevede un termine di 14 giorni (non più 10) decorrente dalla conclusione del contratto e nel caso di beni multipli, acquistati con un solo ordine o suddivisi in lotti, il termine decorre dalla consegna dell'ultimo bene. Il consumatore potrà esercitare il recesso senza alcuna motivazione e senza spese, salvo che abbia scelto espressamente un tipo di consegna diversa dal tipo meno costoso di consegna standard offerto dal professionista.

A carico del cliente sarà il costo diretto delle spese vive di spedizione dell'acquisto nell'ipotesi in cui, sempre nel suddetto termine, il consumatore eserciti il recesso. Tutto questo ovviamente a meno che il professionista non se ne faccia carico o non lo abbia specificato all'atto dell'ordine.

Secondo l'Art. 10 la mancata informazione all'utente sul diritto a recedere dal contratto comporterà un prolungamento del termine di 12 mesi decorrente dalla sua naturale scadenza ovvero nel caso di comunicazione suc-

cessiva entro 14 giorni dal pervenimento al consumatore.

D'altra parte il cliente deve inviare al professionista nel termine previsto una comunicazione specifica allegata alla norma. Il professionista, ricevuta la comunicazione dovrà restituire tutti i pagamenti eventualmente ricevuti dal cliente entro 14 giorni ma, a meno che non si sia obbligato al ritiro, potrà trattenere l'eventuale rimborso sino alla effettiva restituzione del bene o alla prova della sua spedizione.

Cosa accade qualora il recesso avvenga successivamente alle ipotesi in cui la prestazione del servizio o della fornitura di luce, acqua, gas o teleriscaldamento sia iniziata prima dei 14 giorni previa espressa richiesta del consumatore? In questo caso dovrà versare un importo proporzionale al valore stabilito nel contratto che, se eccessivo, dovrà essere parametrato al valore di mercato di quanto fornito.

Al recesso si applicano una serie di eccezioni, ad esempio i contratti di servizi dopo la loro piena prestazione se l'esecuzione è iniziata

con l'accordo espresso del consumatore e con l'accettazione del fatto che perderà il diritto di recesso a seguito della piena esecuzione del contratto da parte del professionista.

Tra le ipotesi più significative cui non si estende il recesso sono la fornitura di registrazioni audio o video sigillate o di software informatici sigillati che sono stati aperti dopo la consegna. La fornitura di alloggi per fini non residenziali, il trasporto di beni, i servizi di noleggio di autovetture, i servizi di catering o i servizi riguardanti le attività del tempo libero qualora il contratto preveda una data o un periodo di esecuzione specifici.

Il termine di consegna dei beni acquistati è stabilito in 30 giorni dalla conclusione del contratto. Il mancato recapito non comporterà automaticamente la risoluzione del contratto, essendo necessario all'effetto una apposita diffida alla consegna entro un termine "appropriato alle circostanze".

Qualsiasi pagamento supplementare ed ulteriore, rispetto a quanto pattuito nel contratto, dovrà essere "espressamente" approvato dal



cliente. Se il professionista non ottiene il consenso espresso del consumatore, ma l'ha dedotto utilizzando opzioni prestabilite che il consumatore deve rifiutare per evitare il pagamento supplementare, il consumatore ha diritto al rimborso di tale pagamento.

GLI OBBLIGHI DEGLI STATI MEMBRI PER UNA EFFETTIVA OSSERVANZA DELLE REGOLE: STRUMENTI GIUDIZIARI E SANZIONI DISSUASIVE

Sugli Stati membri ricade il dovere di garantire il pieno rispetto della Direttiva, anche attraverso la predisposizione di strumenti amministrativi e giudiziari.

In particolare dovrà essere prevista la facoltà di adire i Tribunali o le Authorities per il rispetto delle norme nazionali di recepimento a enti pubblici, associazioni dei consumatori e associazioni di categoria (Art. 23). La travagliata e per molti aspetti deludente disciplina della class action italiana dovrà quindi essere nuovamente aggiornata.

Di grande interesse la disposizione sulle sanzioni che gli Stati membri dovranno prevedere necessariamente al fine di assicurare il ri-

spetto delle norme nazionali. In particolare le sanzioni previste devono essere effettive, proporzionate e dissuasive (Art. 24).

Resta da vedere come il legislatore nazionale, sempre molto cauto sulle sanzioni alle imprese, tradurrà in concreto la misura.

Gli Stati membri dovranno predisporre misure idonee per una adeguata informativa ai cittadini dell'esistenza e delle novità previste dalla norma. Vi è inoltre una specifica norma che tutela i consumatori dalle **forniture non richieste**: *il consumatore è esonerato dall'obbligo di fornire qualsiasi prestazione corrispettiva in caso di fornitura non richiesta di beni, acqua, gas, elettricità, teleriscaldamento o contenuto digitale o di prestazione non richiesta di servizi. In tali casi, l'assenza di una risposta da parte del consumatore in seguito a tale fornitura non richiesta non costituisce consenso.*

CONCLUSIONI

Il legislatore comunitario ha deciso di rispondere con misure significative alla grande domanda di trasparenza nel mercato dei contratti a distanza e fuori dai locali commerciali. L'urgenza di un rapido recepimento delle misure da parte dell'Italia e degli altri Stati è testimoniata dai risultati di una recente "inda-

gine a tappeto" in materia di e-commerce da cui è emerso che più del 75% dei siti esaminati non risulta a norma.

Il 79% dei consumatori europei ha usato servizi musicali on line e il 60% ha comperato giochi on line negli ultimi dodici mesi il volume commerciale dei download di musica nell'UE è stato pari a 677 milioni di euro nel 2010; si stima che nel 2011 i consumatori del Regno Unito, della Germania, della Francia, dell'Italia, della Spagna, dei Paesi Bassi e del Belgio abbiano speso 16,5 miliardi di euro per giochi on line. Sono soprattutto i giochi rivolti ai bambini e pubblicizzati come se fossero "gratuiti" a destare maggiori preoccupazioni costituendo una quota sempre più grande del mercato dei giochi nell'UE (50% di tutti i giochi nel 2012).

Sono proprio questi dati, uniti alla più generale situazione italiana, con il settore che sembra non riuscire a divincolarsi da pratiche commerciali scorrette, soprattutto nei comparti della telefonia e del mercato libero dell'energia, che impongono di chiedere al legislatore scelte precise e coraggiose per una più incisiva tutela dei consumatori e la conseguente promozione di mercati strategici per l'economia continentale e nazionale.



SOVRAINDEBITAMENTO: LA CAMPAGNA ANTI DEBITI DI MDC

di NATASHA TURANO

Le famiglie, in questi ultimi anni, a causa della crisi economica che ha investito molti settori e in particolare l'ambito lavorativo, si sono seriamente trovate in difficoltà nel sostenere alcuni costi. La mancanza improvvisa di reddito, la disoccupazione, l'aumento dei costi del carburante e del carrello della spesa, sono solo alcuni dei motivi che hanno spinto molti consumatori italiani a ridurre le spese e ricorrere sempre più spesso a forme di finanziamento un tempo riservate agli acquisti importanti (automobili, grandi elettrodomestici) e oggi utilizzate per sostenere il proprio tenore di vita o, peggio ancora, per far quadrare il bilancio familiare.

Queste forme di finanziamento, se usate inconsapevolmente, possono generare situazioni di sovra indebitamento difficili da gestire, soprattutto con l'accumularsi di debiti a scadenze a cui non si riesce a far fronte.

Per contrastare questo terribile fenomeno il **Movimento Difesa del Cittadino (MDC)** lancia una campagna per la lotta al sovra indebitamento creando **una rete di sportelli in tutta Italia**, con lo scopo di fornire informazioni e assistenza ai cittadini per uscire da situazioni di indebitamento difficili.

Dopo l'esperimento dello **spportello pilota di Pistoia**, aperto in via Puccini, 42 (tel. 0573/26682 – pistoia@mdc.it) e diventato in breve tempo uno dei punti di riferimento regionali per persone in gravi difficoltà economiche, MDC ha deciso di estendere la consulenza e l'assistenza in questo delicato settore a tutto il territorio nazionale, attraverso la presenza di esperti.

Il problema del sovra indebitamento è oggi uno dei maggiori per le famiglie che, sempre più alle prese con la necessità di far quadrare i conti in tempi di crisi, ricorrono a forme di finanziamento che ammontano debiti sulle loro spalle, spesso anche a causa di condotte poco virtuose da parte delle finanziarie.

A esserne colpiti soprattutto gli anziani che nella maggior parte dei casi non sono abbastanza informati e per questo ricorrono a forme di finanziamento poco adatte che finiscono per causare il sovra indebitamento e rendere ingestibile la gestione delle risorse per il sostentamento quotidiano.

Un'indagine condotta dal Movimento Difesa del Cittadino e Adiconsum, nell'ambito del progetto **"Linea Terza età – insieme contro la povertà"**, ha rivelato come solo il 43,80% delle persone abbia sufficienti risorse sia per le spese ordinarie che per quelle straordinarie, il 36,80% abbia risorse a disposizione del bilancio familiare insufficienti a coprire le spese straordinarie (spese mediche, conguagli condominiali o delle utenze, ecc.), infine il 19,40% abbia risorse insufficienti al sostentamento.

Alla domanda: **"Lei conosce la differenza tra 'indebitamento' e 'sovra indebitamento' della famiglia?"** soltanto il **53,91%** risponde affermativamente, mentre il **46,09%** ammette di non aver chiara la differenza. Quindi una scarsissima conoscenza del fenomeno è spesso la maggiore tra le cause che lo scatenano.

Attraverso gli sportelli è possibile ottenere tutte le giuste indicazioni utili per prevenire anche questa forma di abuso e sfruttamento del disagio collettivo, fornendo al cittadino tutta l'assistenza necessaria e consulenza sulle **nuove normative che permettono di concordare una soluzione per un piano di ristrutturazione del debito**.

La Legge numero 3 del 2012, introdotta nel nostro ordinamento, consente alle famiglie ed alle piccole imprese di porre rimedio alle situazioni di sovra indebitamento e di ripartire, liberati dal peso dei debiti. È in particolare il decreto 179 del 12 a dare una grande possibilità al consumatore in stato di sovra indebitamento che può depositare **la proposta di un piano per la ristrutturazione dei debiti presso il Tribunale del luogo ove ha la residenza**. Una volta che il giudice avrà verificato la fattibilità del piano e la rispondenza con i requisiti richiesti dalla legge omologherà il piano che sarà obbligatorio per tutti i creditori.

Per saperne di più e chiedere assistenza e informazioni è possibile scrivere all'indirizzo [mail sovra indebitamento@mdc.it](mailto:sovra indebitamento@mdc.it).

LE CITTÀ DOVE SONO PRESENTI I NOSTRI SPORTELLI

- **Pistoia:** Via Puccini, 42 – martedì e mercoledì dalle 15,30 alle 18,30 – sabato dalle 10,00 alle 13,00 -Tel: 0573 26682 – pistoia@mdc.it
- **Lazio:** Via della Venezia Giulia, 69 – martedì dalle 17 alle 19 – Tel 06 4881891-lazio@mdc.it
- **Perugia:** Via della Viola, 1 – mercoledì e venerdì dalle 15,30 alle 17,30 – Tel: 075 5720483 – perugia@mdc.it
- **Pescara:** Viale Marconi, 131 – Tel: 085 4152645 – pescara@mdc.it
- **Ortona:** Via Cavour, 52 -dal lunedì al venerdì dalle ore 17.00 alle ore 19.30 – Tel: 085 2190217 – mdcortona@libero.it
- **Castel San Giorgio (Salerno):** Corso Garibaldi 22/b – Tel: 081 951922 – cell.3880476605-3388538559

PASQUA: I CONSIGLI DI MDC

ACQUISTARE UOVA DI PASQUA E COLOMBE DI QUALITÀ

di ELENA FRANCI

Tempo di Pasqua e delle tipicità alimentari che la festività porta sulle tavole degli italiani. Secondo la Cia (Confederazione italiana agricoltori) "la crisi economica e fa diventare più "magra" anche la Pasqua". E così, dopo il calo registrato a Natale e Capodanno, si prevede una flessione del 7 per cento dei consumi alimentari rispetto allo scorso anno, con una spesa che non supererà i 2 miliardi di euro. **Uova di cioccolato e colombe segnano un calo superiore al 10 per cento.**

Su tutti, la colomba e l'uovo di Pasqua rappresentano i simboli e la roccaforte della festa pasquale, per grandi e piccini, è importante riuscire a riconoscere la qualità dei prodotti, non lasciandosi ingannare da prezzi stracciati e offerte.

La ricetta è sempre la stessa e stabilita da una norma, il Decreto del 22 luglio 2005 4 interministeriale MAP-Mipaaf. Le differenze di qualità ci sono e possono riguardare **la qualità delle mandorle, la consistenza, i canditi, il gusto personale.**

Il Movimento Difesa del Cittadino e il Codacons hanno rilevato i prezzi di questo prodotto in molte città d'Italia, nell'ambito del progetto **Famiglie & Consumi, finanziato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.** A livello territoriale si rilevano prezzi superiori al sud, dove una Colomba industriale può costare circa 7 euro (Benevento) contro 2,79 euro di Perugia. In media una Colomba industriale costa 4,3 euro presso la Grande Distribuzione e 3,6 euro in un negozio al dettaglio mentre un prodotto private label può arrivare a 4,9 euro presso la Gdo contro i 4,7 euro dei dettaglianti. Si rileva quindi come acquistando nei piccoli punti vendita si possa risparmiare fino al 19%.

Per quanto riguarda le uova di Pasqua i prezzi variano molto in base alla qualità di cioccolato, al peso e alla "consistenza" della sorpresa. Mentre state scegliendo valutate sempre questi due elementi al fine di scegliere un prodotto con un buon rapporto qualità/prezzo. Un uovo medio di 150 gr con sorpresa giocattolo può costare dalle 6 euro alle 10 euro. Molte case hanno dei prezzi imposti e spesso, sia

presso la Gdo che i piccoli punti vendita, si possono trovare sconti sul prezzo base.

Inoltre, per dare consigli utili al consumatore nell'acquisto dei prodotti, valutando un giusto rapporto tra qualità e prezzo, il **Movimento Difesa del Cittadino** e la testata giornalistica online **Frodialimentari.it** hanno realizzato la guida **"A Pasqua la tradizione è in tavola con consapevolezza e gusto"**, perché nonostante la crisi e il crollo dei consumi durante queste festività non si rinunci alla sana e buona tavola e allo stare insieme.

Siamo sicuri che quell'uovo di Pasqua non costi così tanto solo per la "ricca" sorpresa? E che quel "dolce pasquale" a forma di Colomba abbia poco a che fare con il dolce più rappresentativo della Pasqua?

Importantissimo è sempre **leggere le etichette** di Colombe e Uova di Pasqua, in particolare la lista degli ingredienti. Che sia industriale o acquistata in pasticceria, la Colomba deve avere sempre la stessa ricetta, un mix di ingredienti così importante che è stato addirittura codificato in una legge! Assicuratevi che ci sia il burro, e non i grassi vegetali, le uova fresche e non gli ovo prodotti.

Per quel che riguarda l'Uovo di Pasqua **attenzione ai prodotti troppo costosi**, l'alto prezzo potrebbe dipendere dalla sorpresa e non dalla

materia prima, ovvero il cioccolato. È importante verificare la percentuale di cacao e la presenza di altre sostanze grasse vegetali diverse dal burro di cacao. Se il cioccolato contiene fino al 5% di grassi vegetali diversi dal burro di cacao, la denominazione resta immutata ma l'etichettatura deve contenere la dizione: "contiene altri grassi vegetali oltre al burro di cacao".

Ma l'uovo a Pasqua non è solo di cioccolato. Sulle tavole degli italiani non mancheranno cestini di **uova sode colorate e decorate dai bambini.** Un piccolo focus sulle uova suggerisce come comprarle leggendo le etichette, come conservarle e cucinarle.

Dolci a parte, non si potevano tralasciare le Dop e le Igp della Pasqua. Ogni regione in Italia ha il suo prodotto e la sua ricetta tipica rappresentate dalle denominazioni di origine. Noi ne abbiamo selezionate alcune per promuovere il patrimonio gastronomico certificato del nostro Paese.

E per concludere, gustose ricette di preparazioni tipiche della Pasqua per cimentarsi nella preparazione di torte tradizionali pasquali o uova di Pasqua "fai da te"!

La guida è disponibile sul sito www.difesadellcittadino.it e www.frodialimentari.it.



DETERGENTI PER LA PULIZIA DELLA CASA: RISPARMIARE CON I RIMEDI ECO-NATURALI

DI LIVIA ZOLLO

Con le pulizie di primavera, i detergenti domestici diventano necessari per mettere ordine in casa e spesso per risparmiare ci si orienta sull'acquisto di prodotti **non di marca con i quali il consumatore può arrivare a risparmiare oltre il 60%**.

Questo il dato che emerge dall'ultima **rilevazione dei prezzi di MDC e Codacons**, nell'ambito del progetto **Famiglie&Consumi**, svolta in **40 province** su varie categorie di **detergenti** indicati per la pulizia di wc, stoviglie, bucati in lavatrice e pavimenti. Bisogna prestare **attenzione però alle istruzioni e le avvertenze scritte sulla confezione** se vogliamo evitare danni all'ambiente o addirittura alla salute.

Ingredienti che compongono le **formulazioni dei detergenti domestici sono più tossici di altri**, e, anche se presenti in piccole dosi, vanno utilizzati con accortezza o addirittura evitati.

Uno dei consigli per scegliere i **detersivi è: leggere bene l'etichetta**. Sulla confezione, infatti, si trovano tutte le indicazioni, sia **obbligatorie** che quelle **volontarie**, utili per fare una scelta consapevole.

I prodotti devono riportare alcune **informazioni obbligatorie**: se sono stati classificati come "**pericolosi**" dalla legislazione europea, devono riportare un simbolo accompagnato dalle diciture standard che spiegano il tipo di pericolo e le precauzioni da prendere per evitare incidenti. Ad esempio, la croce di Sant'Andrea nera su sfondo arancione indica che il prodotto può causare irritazioni alla pelle e/o agli occhi. Sull'etichetta, tra i componenti, devono figurare maggiori dettagli sui **profumanti**, allo scopo di fornire informazioni adeguate a chi soffre di allergie, e tutti i componenti preservanti aggiunti al prodotto.

Un modo per risparmiare denaro in sicurezza per l'uso dei detergenti potrebbe essere

quello di cambiare i consumi in famiglia con prodotti per la pulizia per la manutenzione della casa assolutamente **naturali e non pericolosi per la salute e per l'ambiente**, e fare della nostra abitazione il centro della sostenibilità, attraverso **detergenti fatti direttamente dal consumatore** sulla base di antichi e facili rimedi perfettamente proponibili oggi per la loro facilità e per il reperimento dei prodotti.

Mariagrazia De Castro della testata giornalistica online **Frodialimentari.it** e il **Movimento Difesa del Cittadino** hanno realizzato il "**Ricettario dei detersivi naturali**", una breve guida per realizzare detersivi in casa con ingredienti naturali riservando attenzione all'ambiente e ai costi. La guida è disponibile sui siti www.difesadelcittadino.it e www.frodialimentari.it.



MDC NEWS

MDC GENOVA

LA MOBILITAZIONE DEGLI UTENTI HA VINTO

Primo importante risultato della mobilitazione degli utenti e delle associazioni dei consumatori in difesa della tariffa integrata. La decisione della Regione di **abolire il biglietto integrato treno + bus** e far pagare a partire dal **primo aprile** due biglietti o due abbonamenti ai cittadini, aveva infatti suscitato una forte polemica e spinto le associazioni a indire una campagna di informazione nelle principali stazioni, data l'assenza di riferimenti precisi sugli stessi siti di AMT (società genovese dei bus) e di Trenitalia.

In seguito alla mobilitazione però le tariffe integrate resteranno in vigore fino al 1 maggio. Ma le associazioni non si rassegnano: qualora il biglietto unico venisse abolito, le associazioni genovesi dei consumatori sono pronte a scendere in piazza invitando tutti i cittadini utenti e pendolari, i municipi, i gruppi consiliari di comune e regione, le associazioni ambientaliste e sindacali, i movimenti politici, a aderire alla manifestazione di protesta di lunedì 8 aprile.

Le associazioni dei consumatori proseguiranno con i **point informativi** davanti alle stazioni ferroviarie di Genova Principe e GE Brignole e confermano la **manifestazione dell'8 Aprile** a difesa del trasporto pubblico e di un'unica azienda ferro-gomma.

MDC CATANZARO

FIUME ALLI: TRUFFA E REATI AMBIENTALI

Il Movimento Difesa del Cittadino di Catanzaro si è costituito parte civile contro il processo di disastro ambientale della discarica Alli, nel catanzarese.

L'inchiesta, denominata "Pecunia non olet", vede otto persone indagate per reati ambientali, truffa e falso

per il presunto sversamento nel fiume Alli del percolato derivante dall'impianto di smaltimento rifiuti che si trova proprio ad Alli. Il giudice, Giovanna Mastroianni, ha infatti respinto la richiesta avanzata dai difensori degli indagati di riunire i due procedimenti, che continueranno ad essere trattati separatamente, condividendo invece l'opposizione del pubblico ministero, Carlo Villani.

Il gup ha ammesso la costituzione di parte civile di Provincia di Catanzaro, Comune di Simeri Crichi, Wwf, Legambiente e Movimento difesa del cittadino. Il pm ha concluso la propria requisitoria con la richiesta di mandare sotto processo tutti gli indagati ed il giudice ha infine rinviato al 10 giugno per le arringhe difensive. Nell'ambito dell'altro e principale troncone di "Pecunia non olet" la Procura ha chiesto il rinvio a giudizio di quindici persone, tra le quali compaiono imprenditori, professionisti, funzionari dell'Ufficio per l'emergenza ambientale in Calabria. Associazione a delinquere, abuso d'ufficio, evasione fiscale, corruzione, falso e disastro ambientale i reati a vario titolo contestati nell'ambito della vasta inchiesta che è venuta alla luce in tre diverse tranches ed è stata seguita da una recente nuova indagine, ancora in fase iniziale, che riguarda l'ampliamento dell'impianto di smaltimento rifiuti.

MDC CIVITAVECCHIA

TIA: MDC MINACCIA CLASS ACTION

I cittadini non pagano la Tia straordinaria e il Comune non restituisce, così i conti tornano subito. È la proposta che il Movimento Difesa del Cittadino di Civitavecchia fa a Palazzo del Pincio, dopo che l'assessore al Bilancio, Giorgio Venanzi, nell'annunciare che 8 mila contribuenti hanno già pagato la tariffa straordinaria, ha spiegato che l'amministrazione sta già lavorando per la restituzione in ragione del recupero del sommerso e dell'evasione. L'Mdc chiede quando inizierà la restituzione dei soldi e secondo quale ordine.

L'MDC di Civitavecchia si aspetta quindi che, prima del deposito della Class Action che avverrà subito dopo Pasqua, pervenga un invito a visionare ed estrarre una copia, al fine di renderli pubblici, di tutti i documenti contabili e di previsione relativi a questa iniziativa del fondo speciale. I cittadini, infatti, prima di pagare, hanno diritto a conoscere una data in cui si inizierà la restituzione dei soldi e secondo quale ordine: se la TIA straordinaria si è resa necessaria perché alcuni cittadini non avevano pagato e non era più possibile recuperare l'evasione, com'è possibile che il fondo per la restituzione sia alimentato proprio dal recupero dell'evasione. Un controsenso che per MDC si presenta come un tentativo di "girare" sui cittadini un problema del Comune.

Decine di famiglie hanno già aderito alla proposta di MDC, molte altre invece hanno già pagato più per "paura" che per convinzione, complice anche l'"errata scadenza della bolletta". Ebbene gli stessi cittadini che hanno pagato giungono in associazione per chiedere come fare per ottenere un rimborso.

I cittadini non vogliono pagare una tassa per alimentare delle Municipalizzate dal destino incerto, non vogliono togliere risorse alle proprie famiglie per garantire solo un mese di stipendio ai lavoratori di Hcs, vogliono certezze sulla restituzione. La campagna elettorale è finita da tempo, ed è finito il tempo dei proclami. Ora si parli di fatti e certezze.

La proposta è semplice: come si è sospeso il dibattito sulle municipalizzate perché i politici dovevano fare la campagna elettorale, ora si sospenda la riscossione e si istituisca il tavolo istituzionale perché i cittadini vogliono capire. L'MDC di Civitavecchia invita i cittadini a recarsi in via Buonarroti 138 per dare la loro adesione a quella che è, prima di tutto, una battaglia a tutela della Democrazia.

È un'associazione di promozione sociale nata a Roma nel 1987, con l'obiettivo di promuovere la tutela dei diritti dei cittadini consumatori, informandoli e dotandoli di strumenti giuridici di autodifesa, prestando assistenza e tutela tramite esperti.

Come Associazione nazionale di consumatori, fa parte del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU) presso il Ministero dello Sviluppo Economico e di Consumers' Forum.

È presente in 18 regioni con oltre 100 sedi e sportelli che offrono ai soci servizi di consulenza e assistenza per contratti, bollette, condominio, rapporti con la Pubblica Amministrazione, sicurezza alimentare, banche e assicurazioni.



Movimento Difesa del Cittadino
Via Quintino Sella 41 00187 Roma
Tel. 06/4881891 – Fax 06/42013163
info@mdc.it – www.mdc.it