


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 28/7/2013

L'EDITORIALE

di ANTONIO LONGO - PRESIDENTE MDC

Nuove sfide per il Movimento Difesa del Cittadino, il Congresso si è concluso all'insegna del futuro. Abbiamo deciso importanti cambiamenti negli organi statutari e nel vertice dell'associazione. Abbiamo creato la figura del **Vicepresidente**, che abbiamo voluto duplicare per avere una alternanza di genere, considerando che la nostra associazione è forse quella in cui le donne sono più rappresentate nelle responsabilità centrali e territoriali.

Abbiamo sostituito un organo centrale come la Segreteria nazionale con il **Comitato di presidenza** di cui fanno parte dirigenti designati autonomamente da ciascuna regione in cui MDC è riconosciuto.

Abbiamo integrato il **Consiglio nazionale** con persone che, pur non avendo ruoli dirigenti, si sono molto impegnate in questi anni e continuano a farlo per far conoscere e rafforzare l'associazione. Infine, abbiamo eletto anche un nuovo Collegio dei probiviri.

Sono tante le iniziative positive che ci hanno contraddistinto in questi ultimi tre anni: il Bilancio sociale 2009 -2011, di cui dobbiamo essere particolarmente orgogliosi per essere stati noi la prima associazione ad averlo fatto, i tanti progetti nazionali e locali, le campagne, le iniziative istituzionali e verso i cittadini. Insomma tutte quelle attività che hanno costituito la vita quotidiana e il senso di esistere dell'associazione, l'attuazione del progetto associativo che in questi tre anni abbiamo costruito e vissuto insieme. Con l'aiuto di tutti dobbiamo costruire un **nuovo Movimento**, che fa della tutela del cittadino e della promozione dei suoi diritti la sua ragione di esistere e la sua bandiera; un Movimento che diventa anche a livello regionale associazione leader nei rapporti con le istituzioni e con i cittadini; una associazione che sa interpretare e magari anticipare i nuovi bisogni, leggendo in profondità le tendenze sociali e culturali, confrontandosi con gli altri movimenti e dotandosi degli strumenti più adeguati per svolgere al meglio il lavoro di tutela e assistenza.

CONGRESSO NAZIONALE MDC: ANTONIO LONGO RICONFERMATO PRESIDENTE



PAG. 2/3

Passione, competenza e credibilità devono costituire il mix virtuoso dei nostri dirigenti. Dobbiamo costruire insieme un Movimento più forte e più capace di rispondere alle crescenti attese dei cittadini. Dobbiamo ampliare la sfera degli interessi che rappresentiamo, con nuove alleanze sociali e nuovi terreni di azione. Dobbiamo diventare una associazione sempre più sensibile e aperta ai problemi di

cittadini, non solo in ambito consumeristico, ma anche curandoci del disagio sociale, dei diritti di cittadinanza, delle pari opportunità, della tutela dei più fragili e deboli, dai bambini agli anziani e ai disabili. Tutto questo utilizzando molto le nuove tecnologie, che già ci hanno visto in questi anni protagonisti dell'innovazione in campo consumeristico: un **MDC 2.0** per una Italia più giusta e più inclusiva.

CONGRESSO NAZIONALE MDC: ANTONIO LONGO RICONFERMATO PRESIDENTE

di NATASHA TURANO

Si è concluso il 29 giugno l'**VIII Congresso Nazionale di MDC** che ha rinnovato la cariche sociali e introdotto modifiche statutarie importanti. Per due giorni i lavori sono stati motivo di riflessione interna e condivisione di tutte le iniziative svolte anche a livello territoriale dal gruppo MDC.

Una struttura coesa e unitaria per essere blocco forte nel sostegno e la difesa dei diritti del cittadino, il potenziamento degli strumenti messi in campo, la proposta di nuove iniziative che coinvolgano sempre più realtà sociali per ampliare le conoscenze ed essere presenti in tutti i contesti di disagio sociale. Questi alcuni dei temi toccati e affrontati per costruire e delineare gli obiettivi futuri.

Antonio Longo è stato riconfermato presidente con voto unanime dell'assemblea congressuale. La novità di questo Congresso è rappresentata dall'introduzione di due nuove figure politiche all'interno dell'associazione, **due vicepresidenti**, un uomo e una donna, per potenziare il vertice nazionale e la gestione

delle attività. A essere eletti sono stati due rappresentanti scelti per il loro impegno e la loro esperienza in campo consumerista: **Francesco Luongo**, responsabile della sede MDC di Benevento e del dipartimento servizi a rete della sede nazionale, e **Desireè Diddi**, responsabile della sede di Pistoia e promotrice del progetto pilota sul sovraindebitamento nella regione Toscana. Viene creato inoltre il **Comitato di Presidenza** formato da presidente, vicepresidenti e i rappresentanti delle regioni in cui il Movimento è ufficialmente riconosciuto.

Di grande spessore ed entusiasmo gli interventi dei responsabili delle sedi dislocate in tutta Italia e che oggi con il supporto degli sportelli rispondono alle esigenze dei cittadini. Passato e obiettivi futuri hanno dominato l'attività condotta sul territorio da nord a sud, molte le esperienze raccontate e condivise, testimoniate anche dai molteplici riconoscimenti che i responsabili di sede hanno conquistato nelle loro battaglie impugnate anche in tribunale. Parte attiva nei progetti e nelle iniziative nazionali e locali, le sedi costituiscono il nucleo principale di contatto diretto

con i cittadini, il braccio forte contro pratiche commerciali scorrette e speculazioni che rendono spesso impotente il cittadino.

L'anno corrente ha visto un coinvolgimento sempre maggiore dei responsabili di sede: la crisi dilagante e le difficoltà delle famiglie hanno portato il Movimento a creare nuove iniziative per informare il cittadino sui temi del risparmio e della consapevolezza negli acquisti e tutelarli da forme di indebitamento. Tra queste iniziative ricordiamo l'apertura dello sportello contro il fenomeno del sovraindebitamento che dalla sede di Pistoia si è estesa alle altre, con risultati positivi tra i cittadini, così come la tematica del pignoramento intero da parte del fisco di stipendi e pensioni che, attraverso una petizione online sostenuta da tutta l'associazione, ha consentito ai cittadini di venire a conoscenza di questa proposta e firmare contro la sua attuazione.

Anche i progetti si sono concentrati sulla tematica della solidarietà sociale, "Lavoro Sicuro" e "Famiglie&Consumi" hanno infatti messo in luce due degli aspetti più controversi di quest'anno, la **disoccupazione giovanile** e





la **difficoltà economica** delle famiglie, fornendo importanti consigli e spunti per affrontare questi due grandi disagi sociali. Tematiche che hanno consentito al Movimento di approfondire normative specifiche e diffondere una maggiore consapevolezza tra i consumatori attraverso esperti qualificati e pubblicazioni ad hoc. Il Congresso ha costituito inoltre una preziosa occasione di condivisione delle criticità e delle problematiche dell'assistenza ai cittadini, sempre più complessa e per la quale servono nuovi strumenti.

Tra le proposte più significative avanzate dai responsabili di sede, la necessità per l'associazione di approfondire di più i temi legati alla sanità, un settore in cui va fatto ancora tanto e in cui il Movimento è stato poco presente negli anni passati. Diritti dei pazienti e doveri dei medici sono spesso poco conosciuti e lasciano ampio spazio a quelli che poi passano alla cronaca dei giornali come casi di malasanià. Se importanti risultati ad oggi sono stati raggiunti nei settori dell'energia e delle pretese fiscali, più energie andrebbero catalizzate nel settore assicurativo creando un osservatorio nazionale di verifica e comparazione dei prezzi sul territorio.

Ad oggi l'attività, esercitata soprattutto attraverso i dipartimenti MDC specializzati in temi specifici di interesse comune, è stata ricca di soddisfazioni e ha consentito una presenza massiccia dell'associazione in diversi ambiti di necessità comune.

Cambiamento per l'associazione significa miglioramento, maggiore organizzazione ma soprattutto darsi nuovi scopi che percorrano parallelamente i binari dell'assistenza al cittadino e dei mezzi giusti e necessari per poterla effettuare. Da qui le modifiche apportate allo statuto, carta d'identità dell'associazione che definisce diritti e doveri oltre che fornire le indicazioni per l'azione e la tutela.

Il Congresso, oltre che un motivo di riflessione interna su organizzazione e struttura, ha definito anche nuovi percorsi futuri. **Antonio Longo** ha sottolineato l'importanza di puntare, oltre al rafforzamento della presenza in tutte le regioni, anche alla creazione di un'associazione "**multimediale**" nei suoi strumenti di azione e comunicazione, potenziando la presenza sul web e favorendo la partecipazione attiva dei cittadini e delle strutture territoriali del Movimento. Nasce con questo indirizzo MDC 2.0, un'associazione interattiva, di condivisione e più vicina al consumatore. Il web 2.0 permetterà infatti all'associazione di sviluppare nuove tecnologie per fornire assistenza immediata.

Già quest'anno i nuovi progetti hanno messo in campo un nuovo approccio dell'associazione ai social network come luoghi di condivisione e diffusione dell'attività e delle novità in materia consumerista, confronto e richieste di assistenza. Potenziare questi strumenti significa per il Movimento riuscire a raggiungere

una più larga fetta di popolazione, agevolando l'accesso ai contenuti e permettendo ai cittadini un'acquisizione intuitiva ed immediata delle campagne e delle iniziative di sensibilizzazione, oltre che un feedback diretto e partecipato ad esse.

Riuscire non solo a stare al fianco dei consumatori, ma avere i consumatori al proprio fianco. Le nuove battaglie del consumerismo riguardano anche le giovani generazioni, sempre più attive e sensibili alle tematiche sociali e aggregate dall'uso dei nuovi canali di condivisione multimediale. Basti pensare alle novità introdotte dalle petizioni online, che hanno un'incisione viralmente impensabile fino a qualche anno fa.

L'associazione inoltre sarà molto più impegnata non solo sulle tradizionali tematiche consumeriste ma anche sui problemi del disagio sociale e dei diritti dei cittadini, occupandosi quindi di sovraindebitamento, legalità, pari opportunità, cittadinanza degli immigrati e delle fasce più fragili e deboli della popolazione. Su quest'ultimo punto MDC costituirà un fronte coeso e attivo per incidere con le proprie azioni sull'agenda politica di Governo. Un ruolo di mediazione che attraverso i Dipartimenti specializzati e la conciliazione paritetica ha consentito in questi anni a milioni di utenti di aver riconosciuti i propri diritti.

ALIMENTAZIONE E CALDO

DA MDC 10 CONSIGLI PER EVITARE I RISCHI PER LA SALUTE E LO SPRECO ALIMENTARE

di SILVIA BIASOTTO

Le alte temperature estive possono cambiare le nostre abitudini, anche alimentari. Con il caldo la deperibilità degli alimenti è più veloce e i rischi per la salute maggiori. Il male minore è quello di trovarsi a dover gettare la spesa del giorno prima, perché non siamo stati attenti alla sua conservazione e gestione. Un comportamento da evitare visto che secondo il Parlamento Europeo, infatti, fino al 50% di cibo commestibile viene sprecato nelle case degli europei, nei supermercati e ristoranti e lungo la catena di approvvigionamento alimentare.

Il Dipartimento Sicurezza Alimentare del Movimento Difesa del Cittadino ha messo a punto 10 consigli per evitare i rischi per la salute lo spreco alimentare dovuti al caldo intenso di questi giorni e della stagione che verrà!

1. NON DIMENTICARE LA DIFFERENZA TRA SCADENZA E TMC. Nel caso del termine minimo di conservazione troveremo scritto "da consumarsi preferibilmente entro". Si tratta della data fino alla quale il prodotto alimentare conserva le sue proprietà specifiche in adeguate condizioni di conservazione. La data di scadenza ("da consumarsi entro") è invece la data entro la quale il prodotto va necessariamente consumato. Ricordati che questa è valida solo se rispettate le modalità di conservazione inserite in etichetta.

2. MODALITA' DI CONSERVAZIONE. In etichetta controllare la modalità di conservazione e di rispettarle al fine di non avviare processi di degradazione del prodotto che in estate possono essere più veloci.

3. NON INTERRUPE LA CATENA DEL FREDDO. Acquista per ultimi i surgelati e usa le borse termiche, in modo che il trasporto del cibo dal negozio a casa avvenga nel più breve tempo possibile

4. NON PERDERE TEMPO. Appena arrivato, a casa sistema subito la spesa, al fine di non interrompere la catena del freddo. Non dimenticare che ciò che hai comprato è stato esposto a temperature superiori anche durante il viaggio dal punto vendita a casa.

5. CONOSCI IL TUO FRIGO. Conoscere le stelle del proprio frigorifero è molto importante per poter valutare i tempi di conservazione dei cibi. In virtù della alte temperature, il termostato del frigo deve essere spostato su una temperatura più fredda rispetto all'inverno.

6. ATTENZIONE AL FRIGO CON 1 STELLA. Le stelle classificano gli scomparti più freddi dell'elettrodomestico. Con un frigo a 1 stella, ci troviamo davanti un elettrodomestico senza freezer separato, ma con il cosiddetto scomparto del ghiaccio dove si ha una temperatura inferiore ai -6° e che può garantire la conservazione di prodotti congelati e surgelati fino a una settimana. Nei periodi caldi attenzione a non aprire e chiudere frequentemente il frigo perché si rischia di fare salire troppo la temperatura e scongelare i cibi.

7. FIRST IN FIRST OUT. Proprio perché durante le alte temperatura i cibi acquistati possono essere stati più facilmente esposti al caldo, è essenziale rispettare la regola del "primo dentro primo fuori", ovvero consumare per primi gli alimenti che sono stati riposti per primi in frigorifero.

8. CONSERVARE A TEMPERATURA AMBIENTE. Per quanto riguarda tutti quei prodotti che si possono conservare a temperatura ambiente, come la pasta o i biscotti, prestare attenzione a spostarli se riposti in zone particolarmente esposte al caldo, dove temperatura e umidità potrebbero essere troppo alte. Una volta aperti è importante che siano riposti in contenitori chiusi.

9. ORTOFRUTTA AL PUNTO GIUSTO. Per quanto riguarda prodotti freschi come l'ortofrutta, scegliere prodotti con il giusto grado di maturazione, quindi non troppo maturi. Una volta a casa, riporli nello scomparto apposito del frigo (a meno che non si voglia consumarli subito) in sacchetti di carta.

10. APPENA PUOI CUOCI I CIBI ACQUISTATI. Evita di lasciare troppo tempo a temperatura ambiente o in frigorifero alimenti altamente deperibili che vanno consumati cotti, come il pesce o la carne.

2014 "ANNO EUROPEO CONTRO GLI SPRECHI ALIMENTARI"

Secondo il Parlamento Europeo, ogni anno, fino al 50% di cibo commestibile viene sprecato nelle case degli europei, nei supermercati e ristoranti e lungo la catena di approvvigionamento alimentare, mentre 79 milioni di cittadini vivono al di sotto della soglia di povertà e 16 milioni di persone dipendono dagli aiuti alimentari.

In particolare, ogni anno in Europa si sprecano 89 milioni di tonnellate all'anno (vale a dire 179 kg pro-capite) e si stima che, senza un intervento, nel 2020 si possa arrivare a 126 milioni di tonnellate (un aumento del 40%). Secondo il Parlamento Ue la responsabilità per i rifiuti alimentari è da imputare per il 42% alle famiglie (60% dei quali è evitabile), seguite dai produttori (39%), dal settore della ristorazione (14%) e dai rivenditori (5%).

Proprio per promuovere l'idea di utilizzare il cibo in modo sostenibile, i deputati hanno chiesto che il 2014 sia proclamato "Anno europeo contro gli sprechi alimentari".

PRONTO SALDI 2013: LO SPORTELLLO DI MDC PER ORIENTARSI ALL'ACQUISTO CONVENIENTE

di NATASHA TURANO

Due volte all'anno puntualmente si ripropone la corsa agli acquisti con i saldi di fine stagione che per molti rappresentano il momento migliore per comprare qualcosa ai prezzi scontati proposti dai negozianti. Quest'anno, causa la crisi e il crollo dei consumi, si rischia un clamoroso flop senza precedenti ma potrebbe anche essere una straordinaria occasione per buoni affari per i consumatori e un recupero apprezzabile anche per i commercianti. I saldi estivi 2013 hanno preso il via sabato 6 luglio nelle maggior parte delle città italiane, solo alcune regioni hanno deciso di anticipare i tempi, come il Trentino (29 giugno), la Campania e la Basilicata (2 luglio). Attenzione, però: con i saldi si possono fare ottimi affari, ma è necessario prestare la dovuta attenzione se non si vuole incappare in clamorose fregature.

Anche quest'anno il Movimento Difesa del Cittadino (MDC) apre lo Sportello "Pronto Saldi 2013" che offre consulenza e informazione tramite gli esperti: si può scrivere una mail a info@mdc.it oppure chiamare lo 06/4881891.

L'associazione ricorda ai consumatori che esiste una legge specifica che detta le regole di svolgimento per gli acquisti in saldo, che rientrano nelle cosiddette vendite straordinarie disciplinate dall'art. 15 del decreto legislativo n. 114 del 1998. Le singole Regioni poi fissano i periodi e la durata dei saldi a livello locale. Per il corretto acquisto degli articoli in saldo il Movimento Difesa del Cittadino (MDC) consiglia ai consumatori di tener presente 5 punti fondamentali:

1. CAMBIO DELLA MERCE E DIRITTO DI RECESSO. La possibilità di effettuare il cambio del capo in seguito all'acquisto è a discrezione del negoziante, a meno che il prodotto non sia danneggiato o non conforme, perché in tal caso vi è l'obbligo per il venditore di eseguire la riparazione o provvedere alla sostituzione del capo in oggetto o ove non sia possibile, la riduzione o la restituzione del prezzo pagato. Non è assolutamente vero infatti che i capi in saldo non

possono essere cambiati, per cui si suggerisce di diffidare da cartelli o messaggi che affermano il contrario. Il diritto di recesso, invece, che è esercitabile normalmente entro 10 giorni dall'acquisto, non ha nulla a che vedere con gli acquisti conclusi all'interno di un esercizio commerciale: riguarda vendite a domicilio, per corrispondenza, a distanza, ecc.

Importante conservare sempre lo scontrino per un'eventuale sostituzione in caso di prodotto difettoso entro il termine di due mesi dalla data in cui è stato scoperto il vizio. La garanzia vale per due anni dal momento dell'acquisto, per cui fare attenzione agli scontrini di carta chimica che facilmente sbiadiscono e fotocopiarli per poterli esibire in caso di esigenze particolari. Ancora, se si intende pagare con un prestito personale, fare attenzione perché spesso le offerte pubblicizzate tramite volantini o giornali non includono quasi mai le spese accessorie (es. assicurazioni obbligatorie ed eventuali oneri).

2. ATTENZIONE AI FINTI SALDI. I capi proposti in saldo possono essere oggetto di notevole deprezzamento se non venduti entro un dato termine. Per evitare di incorrere in un acquisto scontato ma di merce considerata "resto di magazzino" è importante sapere che i veri saldi sono quelli applicati su merce della stagione che sta finendo. Si suggerisce di acquistare principalmente nei negozi di fiducia tenendo presente che se lo

sconto supera il 50% c'è il dubbio che si tratti di un capo delle stagioni passate.

3. CONTROLLARE ETICHETTA E CARTELLINI. La cosa da evitare è l'acquisto di prodotti senza etichetta relativi alla composizione e alla manutenzione necessaria a evitare eventuali danneggiamenti del capo. I cartellini della merce vanno analizzati con attenzione per verificare innanzitutto che vi sia il prezzo di partenza del capo, quello scontato e il valore in percentuale dello sconto applicato e confrontati il prezzo vecchio e quello ribassato eventualmente chiedendo spiegazioni al venditore sulla misura dello sconto praticato.

4. PUBBLICITÀ, VETRINE E MANIFESTI. Fondamentale è diffidare dei negozi che coprono le vetrine con enormi manifesti e non permettono di vedere la merce esposta e che risultano poco chiari. Le asserzioni pubblicitarie devono essere in grado di dimostrare la veridicità delle affermazioni e devono essere esposte attraverso una veste grafica che non inganni il consumatore. Il venditore è tenuto al rispetto di tali obblighi altrimenti incorre nel pagamento di sanzioni che vanno da un minimo di 516,46€ a un massimo di 3.098,74€.

5. PAGAMENTO CON CARTA DI CREDITO E POS. Il pagamento può essere effettuato con carta di credito e Pos solo se è esposto nel punto vendita l'adesivo che attesta la convenzione.



CONTRIBUTI SCOLASTICI VOLONTARI. MDC: “INFORMAZIONI POCO CHIARE ALLE FAMIGLIE”

di NATASHA TURANO

Sono appena iniziate le vacanze estive, ma per i genitori è già tempo di pensare nuovamente all'iscrizione a scuola. Proprio in questi giorni infatti, accanto ai moduli d'iscrizione, campeggiano in bella vista i bollettini pre-stampati con la dicitura “**contributi scolastici volontari**” e la richiesta di un versamento che oscilla tra i 50 e i 100 euro a famiglia.

Seppur sia stato chiarito più volte e ribadito anche da una circolare del MIUR nel mese di marzo che il contributo ha una natura esclusivamente volontaria, non sempre l'Istituto scolastico chiarisce alle famiglie questo aspetto, presentando la richiesta come una norma vigente la cui sottrazione comporterà **pesanti ricadute sulla formazione e sulla vita scolastica dei propri figli**. Più volte il versamento del contributo è richiesto quale condizione necessaria per l'iscrizione degli studenti, niente di più falso.

Il **Movimento Difesa del Cittadino (MDC)** condanna questo atteggiamento e **invita piuttosto i cittadini a continuare a denunciarlo alle proprie sedi e ai propri sportelli**. Sono infatti molte le segnalazioni che in questi giorni arrivano all'associazione da parte delle famiglie sempre più confuse e spaventate da un contributo che diventa in molti casi una pretesa.

Il contributo volontario, come indica la sua stessa definizione, nasce e deve essere rispet-

tato come una donazione assolutamente priva di pressioni da parte degli istituti scolastici, non è una regola. Qualunque atteggiamento di pretesa, spesso velato o esposto con vere e proprie minacce per il futuro scolastico dei propri figli, va interpretato come un ricatto se non un atto di sciacallaggio ai danni delle famiglie già vessate dagli aumenti che ogni anno riguardano primi tra tutti i costi dei libri.

Posto l'imprescindibile diritto alla gratuità d'accesso per le classi d'istruzione obbligatoria (scuola primaria e secondaria di primo grado e primo, secondo e terzo anno dei corsi di studio degli istituti di istruzione secondaria di secondo grado), la famiglia ha il diritto di poter scegliere se destinare o meno la quota alla scuola oltre che di essere informata della gestione finale della somma versata. Le istituzioni scolastiche sono tenute a tenere ben distinti i contributi volontari dalle tasse scolastiche che, al contrario sono obbligatorie. Per riconoscere la natura del contributo richiesto basta osservare il beneficiario della somma di cui è richiesto il pagamento: nel caso in cui il beneficiario sia l'istituto scolastico, la somma richiesta è da considerarsi contributo volontario, laddove il beneficiario sia invece l'Erario allora si tratta di tasse scolastiche obbligatorie.

Fermo restando l'obbligo di rimborsare alla scuola alcune spese sostenute per conto delle famiglie stesse quali ad esempio la stipula del contratto di assicurazione individuale per gli infortuni o quelle per le gite scolastiche, l'as-

sociazione ricorda che il contributo non può riguardare in nessun caso lo svolgimento ordinario di attività curriculari, dovere e obbligo della scuola, ma solo interventi di ampliamento dell'offerta formativa.

L'istituto deve a tal fine **presentare in maniera chiara e trasparente la richiesta e chiarirne l'effettiva destinazione**, in caso contrario la richiesta forzata può essere assimilata a una pratica scorretta non differente dagli abusi che ogni giorno riguardano milioni di utenti vittime di truffe e raggiri.

Pochi sanno inoltre che questi contributi volontari, al pari delle tasse scolastiche, costituiscono un onere per il quale è prevista una **detrazione dall'imposta lorda corrispondente al 19%**, una possibilità introdotta già dal 2007. Per ottenere la detraibilità è necessario aver effettuato il versamento dimostrandone la tracciabilità, quindi il pagamento deve avvenire attraverso la banca o il bollettino postale, conservando la ricevuta. Si ricorda che nella causale è necessario riportare la dicitura “erogazione liberale” specificando la destinazione al quale si intende indirizzare il contributo (acquisti tecnologici, miglioramento dell'offerta formativa, ecc). Detraibili per le famiglie sono anche i contributi versati durante l'anno scolastico a favore di attività e corsi come teatro, sport, laboratori.



MDC NEWS

MDC CALTANISSETTA

ANIMAZIONE IN MOVIMENTO, L'INIZIATIVA PER I BAMBINI

L'iniziativa Animazione in Movimento, organizzata dal Movimento Difesa del Cittadino di Caltanissetta, presieduta dal responsabile di sede Salvatore Porsio, ha avuto per protagonisti principalmente i bambini. Pensata per dare la possibilità ai bambini della città, in modo particolare coloro che non si possono permettere di andare in vacanza e/o abitano in quartieri privi di strutture ludiche, ha permesso di trascorrere piacevoli e divertenti giornate.

La manifestazione ha avuto il sostegno della "Disordine Animazione" e l'associazione "il gioco del sorriso" che con i suoi clown dottori, giovani volontari nisseni, sancataldesi e studenti di medicina fuorisese, settimanalmente allietta la degenza dei bambini del reparto pediatrico del Sant'Elia. Animatori e componenti dell'associazione hanno avuto il compito di organizzare giochi con i bambini, regalare palloncini modellati e animare la festa. Il Movimento Difesa del Cittadino ha iniziato questo "percorso" dalla via Cinnirella - c.da Stazzone, luogo in cui anche grazie al contributo di MDC e del suo presidente Salvatore Porsio, si sono assegnate 100 alloggi a famiglie bisognose della città.

L'evento inoltre è stato arricchito da uno spettacolo effettuato gratuitamente dal mago Luka Piaz e dal pasticciere Davide Miracolini che ha fatto vedere ai bambini come si realizza una bella torta permettendo, a fine preparazione, una piccola degustazione. A partecipare alla manifestazione anche alcuni forni e rosticcerie della città che hanno distribuito assaggi di pizza. Considerato il grande successo e la felicità dei bambini, il Movimento Difesa del Cittadino sta già pensando d'organizzare a breve altre simili iniziative in altre zone popolari, ad esempio un vero e proprio spettacolo del mago Luka Piaz e Giorgia D'Angelo.

Queste giornate fanno capire che basta poco per rendere una città più a "misura bambino" e che la



collaborazione attiva dei cittadini è essenziale per far sì che questa iniziativa non rimanga un caso isolato ma che diventi una realtà nelle città.

La manifestazione ha inoltre consentito la raccolta di fondi per contribuire alle spese necessarie per l'intervento di Chiara Cumella, giovane nissena, che dovrà recarsi in America.

MDC GENOVA

SALUTE IN VENDITA, ESISTE UNA PILLOLA PER OGNI MALATTIA E UNA MALATTIA PER OGNI PILLOLA

di Gabriella Morasso

Un recente editoriale della prestigiosa rivista inglese *British Medical Journal* mette in evidenza un nuovo movimento dei cittadini per una riforma in campo sanitario che può rivelarsi fondamentale per la salute del 21° secolo.

Questo nuovo movimento mira a contrastare un fenomeno globale, chiaramente definito nell'editoriale: "I risultati della ricerca medica sono spesso distorti per fini di lucro".

La medicalizzazione della società nel mondo contemporaneo infatti è sempre più spinta da sofisticati e diffusi meccanismi di promozione industriale. Mentre un tempo si inventavano medicinali contro le malattie, ora si inventano malattie per generare nuovi mercati di potenziali pazienti.

Il messaggio complementare che viene divulgato è che "c'è una pillola per ogni malattia (comprendendo in questo concetto la patologia in sé, il rischio di ammalarsi e il sentirsi ammalato), ma anche una malattia per ogni pillola".

L'espressione "disease-mongering" o "mercificazione della malattia" indica un'operazione di marketing finalizzata all'introduzione di un protocollo terapeutico o di un farmaco già pronto per l'immissione nel mercato attraverso una campagna pubblicitaria per introdurre quadri clinici, al di fuori della seduta medica, e per indurre il consumatore alla ricerca di un rimedio per specifiche malattie.

Le persone vengono persuase che problemi, che prima accettavano come un semplice inconveniente, o comunque come "parte della vita", debbano ora destare preoccupazione e siano degni di un intervento a livello medico.

Il fenomeno è tanto diffuso - e da parecchi anni ormai - che il BMJ pubblicò nel 2002, una "Classificazione internazionale delle non-malattie", contenente più di 200 condizioni ritenute, a torto, come patologiche. Tra queste figurano la calvizie, la timidezza (ribattezzata come "disturbo d'ansia sociale"), la cellulite.

Perché questa cattiva pratica e di chi è la colpa? Questo marketing aggressivo della malattia costringe le persone sane a considerarsi malate ed espone le persone agli effetti collaterali dei farmaci senza nessun evidente beneficio. L'aumento della prescrizione inutile è anche potenzialmente molto costoso per ogni servizio sanitario finanziato dallo stato e potrebbe comportare notevoli costi sottraendo risorse a trattamenti più appropriati che rischierebbero di non poter essere finanziati.

L'editoriale del *British Medical Journal*, di cui abbiamo parlato all'inizio dell'articolo, arriva dopo una conferenza internazionale tenutasi a febbraio 2013. Il convegno "Selling Sickness 2013 - People Before Profits" è stato progettato per essere parte di un movimento globale sulla salute che ha condotto ad una "chiamata all'azione", che mira a unificare professionisti, ricercatori, attivisti, studiosi, operatori sanitari, avvocati e tutti i cittadini allarmati dal fenomeno della mercificazione della malattia.

Cosa possiamo fare per contrastare questo fenomeno? Numerose ricerche dimostrano l'impatto che un'informazione adeguata può avere sulle scelte dei pazienti. Uno studio condotto dall'economista svizzero Domenighetti mostra, per esempio, come il 60% della popolazione campione sia risultata disponibile a sottoporsi a uno screening per l'identificazione precoce, tramite il dosaggio del marker tumorale CA 19.9, del cancro al pancreas.

Quando, però, sono state fornite informazioni complete relative alla scarsa sensibilità del

test (70% di falsi positivi), all'incidenza annuale della malattia (11 casi su 100.000 persone) e alla sua incurabilità (sopravvivenza a 5 anni: 3%), tale disponibilità è scesa al 13,5.

Su questa scia di ricerche, si sono sviluppate negli ultimi tempi esperienze interessanti di comitati di persone indipendenti, come il progetto "Partecipasalute" rivolto a cittadini e pazienti, che si occupa di formazione, informazione, ricerca, organizzando periodicamente percorsi di formazione su temi di salute e medicina, conducendo indagini sulle associazioni di pazienti, sulla collaborazione tra associazioni di pazienti e società scientifiche, su quanto la ricerca risponda (o meno) ai bisogni dei pazienti; o il "Laboratorio per il cittadino competente" dell'AUSL di Modena, che ha l'obiettivo di riflettere con i cittadini, sulle competenze necessarie per valutare l'affidabilità dell'informazione che viene prodotta per/sulla salute, e quindi formare ad una presa di parola; o ancora "i Profili e il Piano Per la Salute (PePS)", istituito nel 2008 dalla Regione Piemonte che sono "lo strumento con cui la comunità locale, a livello distrettuale, definisce il proprio profilo di salute, individua gli obiettivi di salute e produce Linee Guida volte ad orientare tutte le politiche del territorio, radicalmente e rigorosamente vagliate dal punto di vista della salute".

Queste esperienze nascono dalla consapevolezza che non sia sufficiente informare le persone sulla salute, ma è necessario che l'informazione sia leggibile e comprensibile (oltre che, naturalmente, corretta).

Un approccio informativo corretto, da parte di operatori e cittadini, potrebbe permetterci di collocarci nel complesso mondo dell'informazione, sia per essere al corrente di ciò che ci succede, ma anche per essere in grado di vedere, e scegliere, direzioni e percorsi. Si tratta di un investimento a lungo termine, come tutti gli investimenti culturali, non certamente facile, ma certamente indispensabile per ripensare ad un sistema sanitario equo, solidale e realmente orientato al benessere di ciascuno di noi.

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