

# DIRITTI & CONSUMI

Associato all'Unione Stampa Periodica Italiana 

MENSILE DEL MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO

DIRETTORE RESPONSABILE ANTONIO LONGO REDAZIONE D. NATASHA TURANO, SILVIA BIASOTTO, LIVIA ZOLLO, MARCO DAL POZ, LUNA PINI PROGETTO  
GRAFICO MARCO LOVISATTI SEDE E REDAZIONE VIA QUINTINO SELLA 41, 00187 ROMA TEL. 06 4881 891 EMAIL DIRITTECONSUMI@MDC.IT STAMPA SOCIETÀ  
TIPOGRAFICA ITALIA A.R.L. FINITO DI STAMPARE IL 28/12/2011

## L'EDITORIALE

di ANTONIO LONGO - PRESIDENTE MDC

### TRE UOMINI PER RICOMINCIARE

**S**i cambia davvero e il cambiamento non poteva essere più clamoroso. Da un governo fatto di parole, ambiguità e conflitti di interessi, passiamo ad un esecutivo la cui cifra sembra essere soprattutto l' understatement, la discrezione, coniugata con una forte professionalità e una totale libertà da "cricche", cordate e amicizia di dubbia provenienza.

Per noi consumatori ci sono due sorprese: il ministro Passera e il sottosegretario alla Presidenza Catricalà. Sono due personaggi che nelle loro funzioni rispettive di Amministratore delegato di Intersanpaolo e di Presidente dell'Antitrust hanno dimostrato in questi anni di comprendere la funzione importante dei consumatori e della loro tutela, hanno dato ascolto alle associazioni e hanno dato seguito alle loro istanze.

**Dopo il ministro che scopre il pagamento** della sua casa fatto a sua insaputa e quello che era un dipendente delle aziende di casa Berlusconi, Passera rappresenta un tipo di managerialità di altissima competenza, apprezzata in tutte le funzioni che ha svolto, dalla Mondadori a Poste italiane, fino al grande gruppo bancario di cui era a capo. E in questa veste è stato l'unico Amministratore delegato che per due volte l'anno passava un intero pomeriggio ad ascoltare le associazioni, con le loro critiche e le proposte.

**Passera è stato l'uomo che ha fortemente voluto quella grande iniziativa di "conciliazione"** dopo gli scandali Cirio e Parmalat, che ha risolto in pochi mesi e in via extragiudiziale con totale soddisfazione oltre 50mila casi di contenzioso, senza che quasi nessuno dei risparmiatori interessati si rivolgesse alla magistratura, pur non avendo ricevuto in molti casi (quasi il 50%) nessuna proposta di rimborso.

**Catricalà è stato l'uomo che ha rivitalizzato ed esaltato** le funzioni dell'Autorità Garante per la concorrenza e il mercato, condannando a pesanti multe aziende di tutte le dimensioni, senza nessun timore reverenziale, e puntando ad una informazione e pubblicità sempre più rispettose dei diritti dei consumatori.

## VENTICINQUENNALE MDC... TEMPO DI BILANCI



PAG. 2

**Di Monti è stato già scritto tutto**, non è solo la sua grande competenza ma il suo stile di vita, semplice e quasi snob nella sua difesa rigorosa della "normalità". Come è la vita anche dell'altro "Mario" che abbiamo al vertice della BCE.

**Con questi tre uomini l'Italia può risalire la china**, anzitutto del rispetto internazionale. E recuperare anche fiducia nelle nostre capacità di grande Paese, che ha enormi risorse intellettuali, di fantasia e creatività, e ha una grandissima voglia di voltare pagina.

### A CHE GIOCO STANNO GIOCANDO I PEDIATRI?



PAG. 3/4

### DECALOGO NATALIZIO PER I CONSUMATORI



PAG. 5/6

# VENTICINQUENNALE MDC ...TEMPO DI BILANCI

## IL BILANCIO SOCIALE: PROCESSO E RENDICONTO

di MARCO DAL POZ

Il Bilancio Sociale è uno strumento volontario con cui un ente (sia un'associazione, un'azienda o un'istituzione) decide di gestire e comunicare in modo responsabile e trasparente la propria **responsabilità sociale** nei confronti dei portatori di interesse (stakeholders).

È uno strumento di gestione strategica, in quanto comporta l'accrescimento della legittimazione e del consenso nei confronti e da parte di tutti gli interlocutori. È altresì uno strumento di gestione operativa, in quanto dal processo di bilancio sociale provengono utili input per il miglioramento dei processi e dei risultati qualitativi e quantitativi della gestione.

Da questa impostazione di bilancio sociale emerge un approccio complessivo nella gestione delle problematiche sociali, economiche ed ambientali che caratterizzano le diverse tipologie di organizzazioni - impresa pubblica o privata, profit o non profit - una completezza di percorso che parte dalla condivisione dei valori aziendali e si conclude con il sistematico coinvolgimento responsabile di tutti gli stakeholder nella gestione strategica ed operativa.

Emerge dunque, ad evitare interpretazioni semplicistiche che lo riducono ad un'operazione di facciata o di immagine, la "doppia valenza" del bilancio sociale:

- **Come processo di gestione della responsabilità sociale**, in cui rientrano tutte le attività già intraprese o programmate dall'ente nei confronti dei portatori d'interessi: un modello di governo del-

l'intera realtà organizzativa basata sulla definizione, condivisione e comunicazione dei valori di riferimento (ovvero della cultura aziendale) e dei relativi piani strategici e programmatici.

- **Come rendiconto del processo di gestione della responsabilità sociale**: resoconto puntuale e sistematico dei risultati raggiunti, ovvero una forma di comunicazione chiara, completa, e fruibile a tutti, in cui gli enti dimostrano la coerenza delle proprie scelte con i valori condivisi e con i piani programmatici, evidenziando fra l'altro, la destinazione degli impieghi economici nelle varie aree d'intervento, che qualificano il rapporto con i propri interlocutori portatori di interessi.

### IL BILANCIO SOCIALE DI MDC

Il Movimento Difesa del Cittadino (MDC), in occasione del venticinquesimo anno di attività (1987-2012), si propone con questo progetto di analizzare l'attività svolta a partire da presupposti che non siano di esclusivo carattere economico-finanziario, ma che vadano anche a descrivere l'impatto sociale delle iniziative intraprese; MDC con questo progetto vuole dunque realizzare i presupposti per redigere il cd Bilancio Sociale dell'Associazione Nazionale. Un'operazione di notevoli dimensioni data l'ampia diffusione di MDC sul territorio e il crescente impegno a livello europeo.

Negli ultimi anni la maggiore attenzione dei consumatori alle anomalie prodotte dai mercati ha moltiplicato le attività dell'Associazione e ha fatto scaturire sempre più numerose iniziative che, dal livello nazionale, si propagano divenendo fonte di

ancor più numerose campagne ed azioni a carattere locale, spesso gestite in completa autonomia dalle sedi locali o regionali.

**Monitorare l'enorme ricchezza e varietà di tali iniziative** comporta un piano di lavoro ambizioso che MDC si prepara ad affrontare: attraverso un minuzioso studio di azioni, campagne, stimoli e interventi, con lo scopo di realizzare il primo Bilancio Sociale dell'Associazione.

**L'idea di realizzare il Bilancio Sociale nasce dall'esigenza di governare meglio la crescita del Movimento** con uno strumento obiettivo che permetterà di riassumere l'efficacia della nostra azione commisurandola con gli sforzi economici.

Il Bilancio Sociale, realizzato per la sede nazionale, **permetterà di valutare dov'è possibile risparmiare evitando sprechi di risorse sia economiche sia umane**; allo stesso tempo indicherà strade per sostanziare la realizzazione della mission ove sia carente di strumenti per raggiungere gli obiettivi associativi.

Il numero crescente di sedi locali e regionali che, in questi ultimi cinque anni, hanno distinto la crescita dell'Associazione ha creato nuove problematiche. Tra le più significative la crescente difficoltà a mantenere l'unitarietà dell'azione progettuale tra il centro (la sede nazionale) e la periferia (le sedi locali e regionali).

Il Bilancio sociale, a proposito, potrebbe aiutare ad analizzare questo problema per scegliere meglio le azioni progettuali centrali e periferiche al fine di "parlare ad una sola voce".

## I VANTAGGI DEL BILANCIO SOCIALE

- **Immagine e reputazione**: è innegabile che con il bilancio sociale l'ente che ritiene di avere le "carte in regola", nel farlo sapere alla collettività, compie un'importante operazione di immagine, ma soprattutto di prevenzione del cosiddetto "rischio di reputazione".
- **Gestione dei processi**: col bilancio sociale si ottiene innanzi tutto un maggior coinvolgimento emotivo da parte di tutti i membri dell'organizzazione, che diventano portavoce e attori della cultura di riferimento: a ciò segue una maggiore consapevolezza degli obiettivi strategici e quindi degli obiettivi di processo, con indubbi vantaggi anche sul piano operativo;
- **Comunicazione e formazione**: con tutti i portatori d'interesse si avvia un processo virtuoso di miglioramento, che riduce la distanza tra le attività dell'ente e le loro legittime attese. In particolare:
  - Per gli *stakeholder interni* il bilancio sociale costituisce un significativo momento di formazione sul campo (la cosiddetta "formazione/intervento"), a partire dalla conoscenza dei processi nel loro complesso anche oltre le specifiche funzioni ricoperte;
  - Per gli *stakeholder esterni*, il bilancio sociale rappresenta spesso l'unico modo per conoscere, e poter quindi giudicare, anche nel merito, l'operato dell'ente, venendo nello stesso tempo coinvolti nei processi di miglioramento.
- **Reporting**: il bilancio sociale è altresì una forma completa di reporting, che fornisce una rappresentazione complessiva dell'azione dell'Associazione, non limitata all'aspetto economico-finanziario, che nel caso degli enti pubblici e non profit non possiede una sufficiente valenza informativa.

# A CHE GIOCO STANNO GIOCANDO I PEDIATRI? CURANO I BAMBINI O GLI INTERESSI DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE SPECIALIZZATA PER L'INFANZIA?

di SILVIA BIASOTTO

**MDC METTE SOTTO ACCUSA LOCANDINA PUBBLICITARIA DELLA FEDERAZIONE ITALIANA MEDICI PEDIATRI (FIMP): UNA PUBBLICITÀ NASCOSTA AGGRESSIVA E ALLARMISTICA. ASSURDI I SOSPETTI SULLA SICUREZZA DEL CIBO**

“Una pubblicità nascosta aggressiva e allarmistica”. Così Silvia Biasotto, Dipartimento Sicurezza Alimentare del Movimento Difesa del Cittadino definisce la locandina della Fimp (Federazione Italiana Medici Pediatri) che ci è stata segnalata da alcuni genitori e pediatri che hanno partecipato al congresso della Federazione dei Medici Pediatri lo scorso ottobre.

Nella locandina si mettono a confronto i cibi al loro stato naturale (frutta, verdura, carne, latte vaccino) e quelli prodotti dall'industria alimentare (omogeneizzati, latti di proseguimento, ecc...). I primi sono cerchiati di rosso, i secondi di verde con tanto di “bollino” che recita “specifico per l'infanzia”. Seguono poi delle indicazioni riguardo l'inopportunità di utilizzare per i nostri piccoli i cibi comuni, visto che ad esempio “il 50% della frutta fresca contiene livelli di pesticidi non idonei all'alimentazione infantile”. La locandina si conclude con un frase che ha il sapore dello slogan “Scopri i vantaggi degli alimenti specifici per l'infanzia. Chiedi al tuo pediatra”.

**LA SICUREZZA ALIMENTARE È UN PREREQUISITO DI TUTTI I CIBI**

“Come associazione a tutela dei consumatori che da anni si occupa di sicurezza alimentare e della tutela dei minor, riteniamo che questa locandina metta in dubbio un principio sacrosanto di tutto il cibo, a prescindere a chi sia destinato: ovvero la sicurezza alimentare è un prerequisito di tutti gli alimenti e che l'Italia, con tutti i suoi difetti, detiene il miglior sistema di prevenzione e controllo lungo tutta la filiera agroalimentare. D'altra parte, come fa notare Margherita Caroli, responsabile dell'UO di nutrizione della ASL Brindisi e coordinatrice scientifica del Progetto PERISCOPE di cui MDC è stato capofila, “Se il 35% del grano in Italia contiene residui di pesticidi troppo elevati per l'alimentazione infantile, allora è necessario sapere da dove viene il grano usato per la pastina e i semolini dei prodotti industriali per bambini”.

Frutta	Pastina e biscotti	Carne	Latte	Biscotti
<b>Il 50%</b> della frutta fresca contiene livelli di pesticidi non idonei all'alimentazione infantile.	<b>Il 35%</b> del grano in Italia contiene residui di pesticidi troppo elevati per l'alimentazione infantile.	<b>Il 100%</b> degli omogeneizzati è prodotto per le carni sottovuoto senza additivi coloranti e stabilizzanti.	<b>Il 100%</b> degli omogeneizzati è prodotto per le carni sottovuoto senza additivi coloranti e stabilizzanti.	<b>Il 100%</b> degli omogeneizzati è prodotto per le carni sottovuoto senza additivi coloranti e stabilizzanti.

**Scopri i vantaggi degli alimenti specifici per l'infanzia. Chiedi al tuo pediatra**

**fimp**

**PERCHÉ NON METTERE A CONFRONTO IL BIOLOGICO?**

“Riteniamo – aggiunge Biasotto – sia un danno fare del vero e proprio “terrorismo mediatico” e sia ingiusto paragonare un omogeneizzato alla frutta con dei frutti non identificati. Ricordiamo tutto il comparto del biologico che, per l'ortofrutta, esclude l'utilizzo di sostanze di sintesi chimica come concimi, diserbanti, insetticidi. Oppure pensiamo a tutti quei prodotti trasformati biologici per i quali sono vietati molti additivi, tra cui i coloranti. **A chi pensa che il biologico costi troppo ricordiamo che esistono i canali della filiera corta** che permettono di abbattere anche fino al 50% in meno del prezzo praticato (Dossier Bio, Biodomenica 2011).

**NON E' TUTTO ORO QUEL CHE LUCCICA**

“Concordo in pieno con l'affermazione che il latte vaccino non è da utilizzare nel primo anno di vita, come anche consiglia la WHO – precisa Margherita Caroli – perché il LV è troppo ricco di proteine e sali, presenta prevalentemente grassi saturi ed è estremamente povero di ferro. Tuttavia da questo punto a far capire al pubblico che solo i prodotti industriali sono alimenti adatti ai lattanti la strada è lunga.

La frutta omogeneizzata poi offre diversi commenti: gli omogeneizzati di frutta hanno in media più calorie della frutta fresca. Ad esempio 100 g di omogeneizzato di pera di diverse marche contengono

gono circa 70 Kcal contro le 35 di 100 g di pera fresca. Essendo omogeneizzati e avendo aggiunti zuccheri semplici hanno un alto indice glicemico che fa aumentare la secrezione di insulina con tutto quanto ne deriva. Inoltre, stimolano ancora di più la già innata preferenza del bambino per il gusto dolce e se i lattanti si abituano al gusto più dolce degli omogeneizzati è poi molto difficile abituare i bambini al gusto della frutta fresca. Se effettivamente il rischio dell'eventuale presenza di pesticidi è tanto alto allora si può usare benissimo la frutta biologica".

#### NON DIMENTICHIAMO L'EDUCAZIONE AL GUSTO

"I colori, i sapori, le consistenze di alimenti diversi – spiega la dottoressa Caroli – sono fattori importanti nello sviluppo di sane abitudini alimentari sin dall'inizio della vita, così come la pazienza di aspet-

tare e di somministrare alimenti nuovi senza considerare il passaggio all'alimentazione solida come una corsa ad ostacoli in cui il lattante che mangia più alimenti diversi e/o in quantità maggiore è più bravo di un altro che mangia ancora un numero limitato o porzioni inferiori di alimenti adeguati alla sua età. In conclusione, gli atteggiamenti totalitari non fanno bene a nessuno. Alcuni prodotti industriali hanno una loro validità e possono essere di aiuto, ma non è vero che solo gli alimenti industriali sono adatti all'alimentazione dei lattanti".

#### IN CONCLUSIONE

**Il Movimento Difesa del Cittadino non vuole demonizzare i prodotti specificatamente destinati per l'infanzia, certi della loro sicurezza e qualità. Crediamo però che i pediatri di famiglia non debbano proporre una pubblicità nascosta mettendo sottilmente in accusa il sistema agroalimentare**

italiano. Secondo la nostra opinione sarebbe stata più opportuna una comunicazione che avesse realmente informato ed educato i genitori nel difficile compito di nutrire i loro figli. Inoltre, ci saremmo aspettati una azione a favore di un miglioramento della salubrità del cibo: pensiamo ad esempio al **vuoto normativo intorno al problema dei multiresidui di pesticidi** assimilati dai bambini. Non sarebbe stato meglio che anche i pediatri, con la loro forza scientifica, avessero chiesto a gran voce, come da tempo fanno associazioni a tutela dell'ambiente e dei consumatori, un passo avanti in questo senso?

## PROGETTO PERISCOPE, MDC CONTRO L'OBESITA' INFANTILE

Dal 2008 al 2010 il Movimento Difesa del Cittadino è stato capofila del progetto europeo PERISCOPE (Pilot European Regional Interventions for Smart Childhood Obesity Prevention in Early Age). Obiettivo dell'iniziativa è quello di raccogliere e valutare informazioni sugli stili di alimentazione e di attività fisica di bambini e delle loro famiglie così da sviluppare metodologie pilota di intervento che favoriscano una sana nutrizione e un'adeguata attività fisica. Periscope è stato un progetto cofinanziato dalla EAHC, Executive Agency for Health and Consumers, dell'UE e realizzato con la ASL di Brindisi e due Università (di Polonia e Danimarca).

## LA REAZIONE DELLA FIMP

Dopo il duro attacco del Movimento Difesa del Cittadino alla locandina destinata alle "scelte giuste" durante lo svezzamento, la reazione della Fimp (Federazione italiana medici pediatri) non si è fatta mancare. Sul sito della federazione è infatti apparsa la lettera che è stata inviata a tutti i medici pediatri di famiglia iscritti. Nel testo si precisano le fonti dei contenuti presenti nella locandina e che "i messaggi della Scuola di Nutrizione, modulo sicurezza, hanno l'obiettivo di informare i pediatri su un argomento scomodo e di per sé ansiogeno ma vengono date le soluzioni al problema partendo dalla direttiva CE, passando per il biologico e l'alimento convenzionale". **C'è di più. Una lettera simile è stata inviata anche alla dottoressa Margherita Caroli e poi inoltrata a tutti gli iscritti della Regione Puglia.**

Sebbene MDC non sia stato interpellato direttamente dalla Fimp, abbiamo ritenuto doveroso rispondere con un documento a doppia firma a testimonianza anche del grande rispetto che ci lega a una professionista come la dottoressa Caroli.

Si apre con le **puntualizzazioni**. MDC ricorda che la denominazione dell'associazione è "Movimento Difesa del Cittadino" e non "Movimento dei Consumatori", mentre la dottoressa Caroli sottolinea come sia stato "lesivo della mia reputazione e del mio ruolo di medico pediatra aver inoltrato a tutti i pediatri pugliesi iscritti alla Fimp una comunicazione interna quale quella intercorsa tra la sottoscritta e il Presidente della Fimp".

Essenzialmente abbiamo sottolineato come il comunicato stampa non abbia posto in dubbio le fonti a cui la locandina ha attinto per definire i livelli di pesticidi presenti nei prodotti ed, infatti, non vi è frase che contesti i livelli riferiti.

Abbiamo inoltre ribadito, come Movimento Difesa del Cittadino, la volontà di collaborare al fine di redigere proposte costruttive per garantire il massimo livello di sicurezza e della qualità dell'alimentazione destinata all'infanzia: "Crediamo, infatti, sia un diritto di tutte le giovani generazioni avere accesso a un cibo sano dal punto di vista della sicurezza e nutrizionale. Come conclude il comunicato stampa "ci saremmo aspettati una azione a favore di un miglioramento della salubrità del cibo: pensiamo ad esempio al vuoto normativo intorno al problema dei multiresidui di pesticidi assimilati dai bambini. Non sarebbe stato meglio che anche i pediatri, con la loro forza scientifica, avessero chiesto a gran voce, come da tempo fanno associazioni a tutela dell'ambiente e dei consumatori, un passo avanti in questo senso?" **Proprio sui multiresidui il "The 2009 European Union Report on Pesticide Residues in Food" pubblicato dall'Efsa lo scorso 9 novembre 2011, e che certamente Lei ha letto, riporta una percentuale di rilevazione di campioni con due o più pesticidi pari al 25,1%. Valore che sale al 56,6% nel caso degli agrumi, 55,5% per l'uva e 53,8% per le fragole".**

# MDC E CARABINIERI POLITICHE AGRICOLE E ALIMENTARI PRESENTANO: "DECALOGO NATALIZIO PER I CONSUMATORI PER UNA SPESA CONSAPEVOLE"

DIECI PRODOTTI E DIECI CONSIGLI PER UNA SPESA SENZA BRUTTE SORPRESE.

A CURA DI SILVIA BIASOTTO

**T**ra poche settimane sarà Natale. E accanto alla corsa ai regali non manca la corsa al supermercato: dai Panettoni da gustare intorno a un tavolo in famiglia, allo Spumante da stappare la notte di San Silvestro: carrelli e borse dei cittadini si riempiono di prodotti tipici delle festività natalizie.

In occasione delle festività natalizie il Movimento Difesa del Cittadino e il Comando Carabinieri Politiche Agricole e Alimentari attraverso i Nuclei Antifrodi (NAC) hanno messo a punto il "Decalogo natalizio per i consumatori per una spesa consapevole". Consigli per l'acquisto di prelibatezze per le tavole dei cenoni e prodotti di qualità, nonché tipici protagonisti di tanti cesti regalo.

Tutti i suggerimenti riconducono a un unico importante invito: leggere l'etichetta. Si tratta della carta di identità del prodotto che ci può aiutare a scegliere il prodotto migliore per la nostra tavola. Dalla data di scadenza alla lista degli ingredienti, le etichette alimentari sono uno strumento essenziale per il consumatore che vuole effettuare una spesa consapevole.

Il "Decalogo natalizio per i consumatori per una spesa consapevole" è strutturato in due parti: la prima esamina 10 prodotti tipici delle festività natalizie e per ognuno ne mette in evidenza gli aspetti principali per una giusta valutazione del rapporto prezzo-qualità; la seconda parte consta, invece, di 10 consigli per non cadere vittima di frodi.

## DIECI PRODOTTI...

**Panettone e Pandoro.** Un apposito Decreto del Ministero delle Attività Produttive e delle Politiche Agricole e Forestali del 22 luglio 2005 ne stabilisce gli ingredienti obbligatori. **Panettone:** farina di frumento; zucchero; uova di gallina di categoria "A" (cioè uova fresche) o tuorlo d'uovo, o entrambi, in quantità tali da garantire non meno del 4% in tuorlo; materia grassa butirrica (cioè burro), in quantità non inferiore al 16%; uvetta e scorze di agrumi canditi, in quantità non inferiore al 20%; lievito naturale costituito da pasta acida; sale. **Pandoro:** farina di frumento; zucchero; uova di gallina di cate-

goria "A" (cioè uova fresche) o tuorlo d'uovo, o entrambi, in quantità tali da garantire non meno del 4% in tuorlo; materia grassa butirrica (cioè burro), in quantità non inferiore al 20%; lievito naturale costituito da pasta acida; aromi di vaniglia o vanillina; sale.

**Torrone.** Originario di Cremona è uno dei prodotti più rappresentativi del Natale. Anche in questo caso è importante leggere con attenzione la lista degli ingredienti considerando la loro elencazione in senso decrescente in base al peso: la frutta secca dovrebbe essere sempre al primo posto. Essenziale poi l'assenza di additivi e aromi, il gusto deve derivare dalla qualità delle materie prime non da esperimenti di laboratorio!

**Prodotti ittici freschi.** Il pesce fresco deve avere un odore marino e gradevole, un aspetto brillante e il corpo rigido e arcuato. L'elemento distintivo di un'ottima scelta riguarda l'occhio che deve essere in fuori cornea trasparente pupilla nera e non infossato nell'orbita cornea lattiginosa pupilla grigia. Le indicazioni obbligatorie in etichetta per il pesce fresco: prezzo, denominazione commerciale della specie, metodo di produzione e zona di cattura.

**Salmone e caviale.** Due prodotti per i quali è necessario prestare attenzione agli additivi. Nel caso del salmone, al fine di comprare un prodotto di qualità, controllare che l'affumicatura sia naturale e non mediante l'aggiunta dell'"aroma fumo". Nel caso del caviale invece è necessario guardare alla presenza di coloranti come additivi. Spesso si tratta di uova non di caviale ma colorate appositamente per confondere il consumatore che senza leggere attentamente la lista degli ingredienti compra un prodotto per un altro. Ricordiamo che tutti gli additivi sono indicati con una E seguita da un codice alfanumerico.

**Spumante e Champagne.** La differenza prima di tutto! La denominazione "Champagne" può essere attribuita solo ai vini delle aree francesi indicati in una legge ad hoc e provenienti da tre vitigni: Pinot nero, Chardonnay ed Pinot Meunier. Il metodo di produzione è lo "Champenoise", o "Classico" che prevede una doppia fermentazione in bottiglia per una durata di

oltre 2 anni. Lo Spumante invece è tutto italiano e può essere prodotto con il metodo "Classico" o con lo "Charmat". In etichetta è obbligatorio indicare: la denominazione, la tipologia, la ragione sociale, il luogo di imbottigliamento, il nome della nazione, il contenuto minimo, la lettera "e", la gradazione alcolica, il tenore zuccherino residuo.

**Zampone e Cotechino.** Non sono la stessa cosa. In entrambi i casi si tratta di miscele di carni suine aromatizzate con sale e spezie insaccate nello zampetto di maiale nel caso dello zampone e nel budello nel caso del cotechino. Occhio alla lista e all'ordine degli ingredienti! Molto importante è verificare che al primo posto ci sia la "carne di suino".

**Dop e Igt.** Al fine di proteggere e promuovere i prodotti alimentari tipici l'Unione Europea ha creato il sistema delle denominazioni:



**DOP.** La produzione delle materie prime e la loro trasformazione fino al prodotto finito devono essere effettuate nella regione delimitata di cui il prodotto porta il nome;



**IGP.** Il prodotto deve essere originario della regione geografica di cui porta il nome. E' sufficiente che solo una delle fasi di produzione sia stata effettuata nella zona delimitata;



**STG.** Identifica un prodotto agroalimentare di tradizionale metodo di produzione o composizione, non attestandone l'origine del prodotto.

**Vini.** Protagonisti immancabili delle tavole imbandite a festa, i vini da tavola o a marchio, sono prodotti da scegliere non solo in base alla etichetta ma in relazione al gusto, alla sperimentazione, al territorio, alla tradizione e alla conoscenza del produttore. In linea generale le informazioni obbligatorie dell'etichetta sono: nome del prodotto seguito dalle eventuali denominazioni, il titolo alcolometrico volumico, l'origine, i riferimenti all'imbottigliatore, il tenore zuccherino (solo per gli spumanti), la presenza di allergeni, il lotto e la quantità.

**Bio.** Anche i prodotti biologici sono spesso protagonisti di cesti natalizi o di regali sotto l'Albero. Attenzione, quindi, a comprare prodotti certificati! La cd "Euro-leaf" è il logo europeo che si deve apporre ai prodotti chiusi confezionati ed etichettati, con una percentuale prodotta di origine agricola bio di almeno il 95%. Accanto al logo troverete anche le indicazioni relative la nazione, il tipo di metodo di produzione, il codice dell'operatore, il codice dell'organismo di controllo preceduto dalla dicitura: "Organismo di controllo autorizzato dal Mi.P.A.A.F".



**Frutta secca.** Controllare sempre che le confezioni siano integre soprattutto se si tratta di prodotti già sgusciati, che potrebbero essere più facilmente contaminati da patogeni. Nel caso della frutta essiccata controllare la presenza di additivi quali coloranti. Non mancano infatti le confezioni con la dicitura "Può influire negativamente sull'attività e l'attenzione dei bambini": si tratta di una indicazione obbligatoria per i prodotti contenenti alcuni tipi di coloranti.



**Olio.** Leggere con attenzione l'etichetta, che, oltre alle normali indicazioni previste per legge, deve indicare la provenienza dell'olio, se da olive italiane o frutto di miscela di oli provenienti da diversi paesi, mediterranei e non. In particolare la miscela è un insieme di più oli d'oliva (sia extra vergini che vergini), per i quali la normativa comunitaria (Reg. Ce n. 182/2009) ha stabilito le seguenti dizioni: "Miscela di oli di oliva comunitari" (miscela di oli provenienti da Paesi dell'Ue, generalmente Spagna, Grecia e Portogallo); "Miscela di oli di oliva non comunitari" (miscela di oli provenienti da Paesi extracomunitari, quali Tunisia, Marocco o Siria) oppure "Miscela di oli di oliva comunitari e non comunitari (miscela di oli provenienti da Paesi comunitari e extracomunitari). Da ciò si evince che è consentito utilizzare la dicitura "prodotto in Italia" solo se le olive sono prodotte al 100% in Italia e molite in un frantoio localizzati su territorio nazionale.

#### DIECI CONSIGLI...

1. Diffida dalle etichette con scritte minuscole e poco chiare, soprattutto sull'origine dei prodotti;



2. Ricorda che le etichette più corrette sono quelle che garantiscono le migliori condizioni di conoscenza di un prodotto;

3. Per i prodotti alimentari esteri, ricorda che per essere commercializzati in Italia devono essere osservate le stesse regole, l'etichettatura deve essere in lingua italiana e deve essere bene individuato l'importatore e/o lo stabilimento di lavorazione nazionale;

4. Per i prodotti senza etichetta (es. vendita ai banchi di pesce, carni) il venditore è comunque tenuto ad esporre indicazioni obbligatorie;

5. Fondamentale è il controllo della data di scadenza, delle indicazioni sulle modalità di conservazione e del termine di consumo dall'apertura del prodotto confezionato;

6. Per orientarsi sulla genuinità dei prodotti, puoi avvalerti del sistema dei marchi di qualità previsti dall'Unione Europea (D.O.P., I.G.P., S.T.G. e Biologico). Ricorda che gli alimenti "geneticamente modificati" sono riconoscibili per l'indicazione in etichetta o nell'elenco degli ingredienti.

7. Accertati che le confezioni e gli imballaggi siano integri. Verifica che lo scatolame non presenti parti gonfie, schiacciate o ammassate;

8. Sii sempre molto cauto negli acquisti on-line e nelle vendite "porta a porta";

9. Non dimenticare le norme generali di igiene per la sicurezza alimentare della famiglia. Diffida dei luoghi di vendita che non appaiono salubri e sono trascurati nell'ordine e nella pulizia;

10. Instaurare un rapporto di fiducia con un fornitore affidabile, soprattutto quando si acquista il prodotto all'ingrosso; diffidare dalle confezioni anonime prive della corretta etichettatura e tenere sempre presente il rapporto qualità - prezzo.

### NUMERO VERDE ANTIFRODI 800.020.320

Il Comando Carabinieri Politiche Agricole e Alimentari confida molto nella collaborazione dei cittadini. Il consumatore può contribuire in maniera determinante all'operato del Reparto, intanto nella quotidianità, prestando attenzione all'acquisto dei prodotti agroalimentari, attuando il cosiddetto "acquisto informato e consapevole". A riguardo, può essere utile consultare il sito istituzionale del Reparto ([www.Carabinieri.it/Internet/Cittadino/Consigli/Tematici/](http://www.Carabinieri.it/Internet/Cittadino/Consigli/Tematici/)), nel quale sono presenti utili consigli per meglio orientare il consumatore negli acquisti. In ogni caso, quando ci sono irregolarità o dubbi, il cittadino non ha che da rivolgersi al nostro Numero Verde 800.020.320 anche solo per ricevere un consiglio, e nei casi più urgenti al 112 o ad una delle oltre 4600 Stazioni Carabinieri.

# MDC NEWS

## MDC GENOVA

**CARBONE IN PORTO. MDC SCRIVE AL MINISTRO DEI TRASPORTI E AL MINISTRO DELL'AMBIENTE**

Il **Movimento Difesa del Cittadino (MDC)** di Genova, sollecitato dagli abitanti della zona che da anni subiscono il forte inquinamento anche da parte delle navi ferme in porto, ha denunciato una mancanza del Governo nel non aver emanato il **Decreto di attuazione "di settore"**, applicando la Legge quadro n. 447/95. Questa norma stabilisce infatti il contenimento, in via amministrativa, dell'inquinamento atmosferico provocato dalle navi ormeggiate nei porti, in particolare quando effettuano le operazioni di carico-scarico delle merci.

La presenza di queste polveri nel porto, non solo è causa di inquinamento ambientale, ma rappresenta un vero e proprio rischio per la salute dei lavoratori e dei cittadini. Le navi sono infatti responsabili di circa il 20% dell'inquinamento dell'aria da prodotti della combustione. Tale percentuale è destinata ad aumentare con l'aumento dei traffici marittimi e ciò spiega l'urgenza avvertita a livello internazionale di una normativa che limiti tale inquinamento ed i danni alla salute, scientificamente dimostrati, che da esso derivano.

Qualche giorno prima della denuncia di MDC, il pubblico ministero della procura di Genova ha disposto il sequestro preventivo del 70% della superficie del Terminal Rinfuse del porto di Genova. L'indagine, nata da una segnalazione inviata dal-

l'ufficio Ambiente e Territorio della Provincia, l'ente cui compete il monitoraggio dell'aria anche all'interno del porto, è stata portata avanti dai tecnici che avevano riscontrato all'interno e nell'area circostante il Terminal Rinfuse, una quantità di polveri di carbone superiori ai livelli consentiti. Da qui la relazione inviata alla procura e il successivo sequestro.

Alla luce di questo, e prendendo atto del mancato intervento del Governo, valutando la situazione grave e di estrema importanza, l'MDC

Genova, attraverso l'avvocato Gian Paolo Bellone, ha ritenuto opportuno inviare una lettera al **Ministro dei Trasporti Corrado Passera** e al **Ministro dell'Ambiente Corrado Clini**, contenente la richiesta di emanazione del Decreto al fine di contenere entro limiti accettabili i livelli di inquinamento prodotti nel porto e garantire una maggiore tutela della salute pubblica.



## CLASS ACTION

L'**azione di Classe**, più nota nel diritto anglosassone come "**class action**", è una **azione legale collettiva** di un **gruppo di utenti o consumatori** per la difesa dei propri diritti soggettivi nei confronti di una impresa o di un ente.

In Italia l'azione di classe è stata introdotta con il nuovo art. 140-bis del codice del consumo entrato in vigore il 1 gennaio 2010, che prevede la possibilità per una pluralità di consumatori, di aderire ad un'azione collettiva per ottenere un risarcimento del danno.

Alcuni punti dell'art. 140 bis del Codice del Consumo al riguardo:

*punto 5:*

La domanda di class action si propone **con atto di citazione notificato anche all'ufficio del pubblico ministero presso il tribunale adito**, il quale può intervenire limitatamente al giudizio di ammissibilità.

*punto 6:*

All'esito della prima udienza (quando si terrà! N.d.r ) il tribunale **decide con ordinanza sull'ammissibilità della domanda**, ma può sospendere il giudizio quando sui fatti rilevanti ai fini del decidere è in corso un'istruttoria davanti a un'autorità indipendente ovvero un giudizio davanti al giudice amministrativo. **La domanda è dichiarata inammissibile quando è manifestamente infondata.**

## MDC CIVITAVECCHIA

IL POLO PER L'ALTERNATIVA SMENTISCE LA CLASS ACTION ALLA REPLICA DEL MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO

Dopo che la stampa ha titolato "Class Action contro la RAI" in seguito ai disservizi che il passaggio al digitale terrestre ha causato in Toscana, il Polo per l'Alternativa finalmente spiega pubblicamente che **non ha mai avuto intenzione di promuovere una Class Action contro la Rai**.

Lo spegnimento del ripetitore di Monte Paradiso ha infatti causato la scomparsa dei canali Rai in molte abitazioni dei civitavecchiesi. Di lì la raccolta di firme avviata dal Polo per l'Alternativa per ottenere il rimborso del Canone RAI, che ha dapprima parlato della possibilità di intraprendere una class action e poi di una richiesta di risarcimento danni al Corecom. Il **Movimento Difesa del Cittadino di Civitavecchia** ha subito sottolineato che la class action è una vera e propria causa da intentarsi in Tribunale e non al Corecom e inoltre che la partecipazione determina per i cittadini la rinuncia a ogni azione restitutoria o risarcitoria individuale, cosa che invece non è stata chiaramente spiegata.

Infatti la "Class Action" altro non è che una causa civile vera e propria, pur se collettiva, e quindi non è né una procedura semplice, né tantomeno una procedura rapida. Se impostata poi sulla mancata fruizione del servizio RAI potrebbe presentare anche qualche dubbio di ammissibilità.

L'associazione ha dunque iniziato a chiedersi quale iniziativa effettivamente sia stata fatta intraprendere a 1000 concittadini: "Un Reclamo collettivo? Una mera raccolta firme per protesta? Non ci è dato saperlo".

"I doveri statuari di informazione ai cittadini - spiega MDC Civitavecchia - ci impongono poi di sottolineare il contenuto dell'art. 141 bis, para 3, comma 2 del Codice del Consumo che spiega come *L'adesione (alla "class action") comporta rinuncia a ogni azione restitutoria o risarcitoria individuale fondata sul medesimo titolo*. In sintesi, se i cittadini aderiscono ad una class-action rinunciano a qualsiasi altra azione di tutela! Non possono nemmeno più presentare in proprio un reclamo, consegnandosi "mani e piedi" a chi ha organizzato l'azione collettiva. **Prima di aderire**

ad azioni collettive, quindi, consigliamo sempre di aver ben chiari i termini in cui viene proposta l'azione legale".

Il Tribunale di Roma aveva già respinto una class action contro la RAI motivando che: *"Gli abbonati, non sono né parte del contratto di servizio pubblico, né terzi beneficiari di tale contratto, con la conseguenza che non possono recriminare alcunché nell'ipotesi in cui la Rai si renda inadempiente alle obbligazioni assunte con tale contratto"*. Su tale sentenza è pendente un appello che, ci auguriamo, ribalterà tale decisione ma, al momento, la situazione resta immutata.

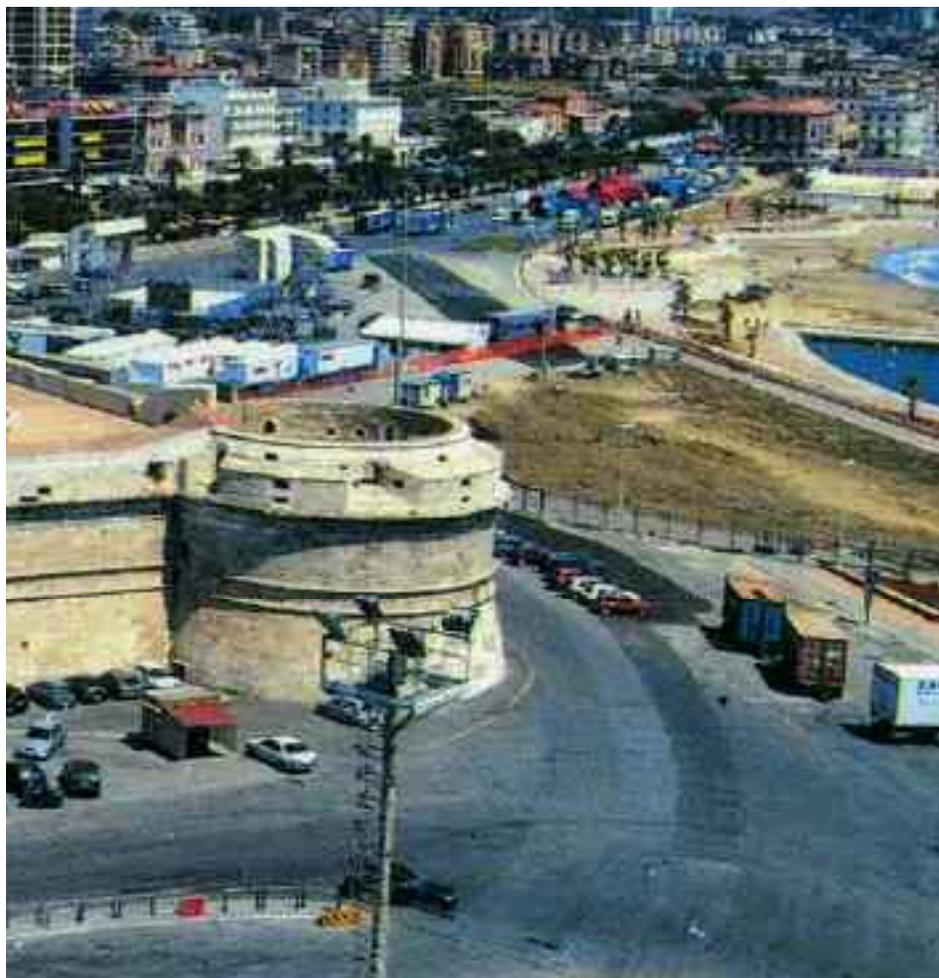
Secondo l'Mdc l'unico soggetto a cui potersi rivolgere in questa situazione è il Ministero dello Sviluppo Economico, dal momento che è il firmatario, per conto dello Stato italiano, del contratto di servizio pubblico con la Rai. Lungi dall'associazione, quindi, difendere il comportamento indegno della RAI che ha lasciato un'in-

tera città priva del servizio pubblico, ma proporre ardite class action non avvicina alla soluzione del problema.

Così è arrivata la risposta del Polo per l'Alternativa: l'intento non era assolutamente quello di intraprendere una class action.

Si domanda quindi l'Mdc di Civitavecchia "erano tutti gli altri (cittadini compresi) ad aver frainteso? Come pensa il Polo per l'Alternativa di ottenere i "risarcimenti danni" per i quali 1000 cittadini hanno firmato?".

Ribadendo di non aver nulla contro il Polo per l'Alternativa, questo l'appello di Mdc: **come le associazioni dei consumatori rimangono al di fuori della competizione politica, la "politica" non illuda i consumatori parlando di risarcimenti danni senza spiegare come si pensa di ottenerli**.



**Movimento Difesa del Cittadino**  
Via Quintino Sella 41 00187 Roma  
Tel. 06/4881891 – Fax 06/42013163  
[info@mdc.it](mailto:info@mdc.it) – [www.mdc.it](http://www.mdc.it)

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.