

# 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 4881891 EMAIL DIRITTECONSUMI@MDC.IT STAMPA SOCIETÀ  
TIPOGRAFICA ITALIA A.R.L. FINITO DI STAMPARE IL 28/1/2012

## L'EDITORIALE

di ANTONIO LONGO - PRESIDENTE MDC

Ha toccato tematiche fondamentali della vita quotidiana dei consumatori il progetto finanziato dal Ministero dello Sviluppo Economico con i proventi delle multe Antitrust alle aziende sleali e realizzato da 5 associazioni dei consumatori, con il **Movimento Difesa del Cittadino** a far da capofila. Dopo "Occhi aperti!", il progetto su strumenti creditizi, garanzie post vendita e pratiche commerciali scorrette, con "Guarda che ti riguarda!" abbiamo aiutato i cittadini a informarsi e tutelarsi meglio di fronte a telefonate indesiderate e pratiche commerciali sleali, a far valere i propri diritti in materia di credito al consumo, garanzie post-vendita e servizi turistici.

Temi, insomma, sempre e purtroppo di grande attualità per il consumatore. Pensiamo alla vicenda Aiazzone e alle migliaia di famiglie che non hanno ricevuto i mobili già pagati in tutto o in parte dalla nota azienda, che faceva grande pubblicità puntando a prezzi molto bassi. Pensiamo a chi prenota una vacanza "da sogno" e poi si ritrova in locali fatiscenti o in villaggi turistici che non hanno le caratteristiche pubblicizzate. Pensiamo alle telefonate indesiderate che ci disturbano a qualsiasi ora del giorno proponendoci cambi di gestore di telefonia o contratti di energia. Pensiamo a quante volte ci troviamo di fronte a pubblicità palesemente ingannevoli oppure a quanti commercianti fanno orecchie di mercante quando un consumatore cerca di far valere i propri diritti in materia di garanzie post vendita.

Oltre al **Numero Verde 800.913514** attivo dal lunedì al venerdì dalle 9.30 alle 13.30, i cittadini si sono potuti rivolgere direttamente a uno degli oltre cento sportelli di MDC sul territorio e usufruire gratuitamente della "Guida Guarda che ti riguarda! Credito al consumo e servizi finanziari a distanza". Per approfondire ulteriormente le loro conoscenze sul tema, sempre nel sito del progetto, i cittadini hanno potuto ascoltare le puntate radiofoniche di "Guarda che ti riguarda! Radio consumatori".

Guide, sportelli di assistenza, spot, rubriche radiofoniche, convegni e campagne informative sono stati gli strumenti che abbiamo messo in campo per far sì che i cittadini acquisissero

## SEMINARIO SUL CREDITO AL CONSUMO "NUOVE PROBLEMATICHE E NUOVE TUTELE"



GUARDA  
CHE TI  
RIGUARDA!  
CREDITO AL CONSUMO  
SERVIZI FINANZIARI

PAG. 2

maggior consapevolezza su questi temi e potessero esercitare al meglio i propri diritti. Si è svolto inoltre, a conclusione del progetto, il seminario sul Credito al consumo "Nuove problematiche, nuove tutele" a cui hanno parteci-

pato i presidenti delle associazioni dei consumatori coinvolti nel progetto, esperti del settore e studenti dell'Università degli studi Roma Tre, dove l'incontro ha avuto luogo.

### SPORTELLI PRONTO SALDI 2012



PAG. 4

### ETICHETTATURA, NEI MERCATI REGIONALI BANCHI FUORI NORMA



PAG. 5/6

## SEMINARIO SUL CREDITO AL CONSUMO “NUOVE PROBLEMATICHE E NUOVE TUTELE”

di FRANCESCO LUONGO

**N**ell'ambito del progetto **Guarda che ti riguarda**, ho riflettuto sul contesto in cui viene a deporsi il recepimento nazionale della Direttiva comunitaria 2008/48/CE sul credito al consumo. Un mercato finanziario importante il cui giro di affari nell'area UE per il 2011 è stato pari a circa 600 miliardi di euro.

La situazione economica generale è ben nota ormai anche ai più distratti lettori di stampa free press. Le stime del Pil per il 2012 si attestano ad un -1,7%, l'Italia è tecnicamente in recessione avendo registrato il segno meno per 2 trimestri consecutivi (-0,2% nel terzo trimestre - 0,7% nel quarto trimestre 2011). Il calo dei consumi in termini reali è previsto del 4,5% nel triennio 2011-2013. Persino gli acquisti di generi alimentari risultano in netto calo con le famiglie che, rispetto al 2007, spendono il 9,6% in meno ed un reddito disponibile che segna un -7,8% negli ultimi 5 anni.

Sono state proprio le associazioni dei consumatori le sole paladine di molte migliaia di risparmiatori truffati che si è riusciti a risarcire in tutto o in parte, a dispetto dei compiti di vigilanza e tutela che l'Ordinamento affida a Banca d'Italia e Consob. Ad aggravare questo quadro, che definire fosco è eufemistico, la grave crisi occupazionale, soprattutto dei giovani. Le due finanziarie di Tremonti durante il panico da spread della scorsa estate e l'ulteriore manovra correttiva di Monti, andranno a regime nel 2014 con un conto a carico dei contribuenti di almeno 81 miliardi di euro; 49 miliardi dei quali nel solo 2012 e di questi ben il 74 % saranno ad esclusivo carico delle famiglie.

A marzo scatteranno le addizionali Irpef per le Regioni ed i 300 Comuni, l'Irap locale oltre a tributi minori. Vi saranno anche rincari per i rifiuti e a Giugno si pagherà la prima rata della neonata Imu. In questo scenario dovrebbe svilupparsi la nuova normativa di tutela che, a questo punto, più che il credito al consumo salvaguarderà il debito dei consumatori. L'unico segmento ancora reattivo del mercato del credito non a caso resta quello dei prestiti personali derivanti dalle più svariate necessità con un + 5,8%. Ma oltre l'attuale congiun-

tura negativa dobbiamo interrogarci sulle altre non meno importanti ragioni dello scarso appeal del mercato dei finanziamenti in Italia. Certo un primo importante elemento di riflessione è rappresentato dalla circostanza **attestata dalla Banca d'Italia** in una audizione al Senato, secondo cui i tassi del credito al consumo italiani sono tra i più elevati delle eurozona, con le carte revolving al 17%, le cessioni del quinto dello stipendio al 14%, i citati prestiti personali al 11,3% ed i finanziamenti finalizzati a specifici acquisti al 11%. Altra doverosa considerazione, a ben sei mesi dall'emanazione dei D.lgs n. 161/10 e n. 248/10, è ancora la scarsa trasparenza delle offerte sia nei locali delle finanziarie che nei loro siti web. **L'UE ha monitorato ben 500 siti web** che offrivano finanziamenti rilevando che ben il 73% non era in regola con le disposizioni sulla trasparenza.

Absolutamente negativo anche il dato italiano che ha visto dei 15 siti verificati solo 3 in regola con un risultato che ci pone ultimi in Europa. Altro fattore indicativo del persistere di pratiche commerciali scorrette in danno dei consumatori sempre sul fronte caldo della trasparenza dell'offerta sono le sanzioni dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ai sensi del Codice del Consumo.

Solo nell'ultimo trimestre del 2011 il l'AGCM ha irrogato multe per 140 mila euro a piccoli mediatori ed anche a finanziarie di importanti gruppi bancari per violazioni inerenti la chiara indicazione del Taeg o la qualità di mediatore e non di erogatore del soggetto che proponeva il finanziamento. Un consumatore non adeguatamente informato sui contenuti effettivi ed i costi reali del contratto vive l'esperienza del finanziamento come un vero e proprio incubo e ciò in danno del buon andamento del mercato.

Ecco perchè le nuove disposizioni, previste negli articoli dal 121 a 126 del **Tub**, trovano la loro ratio fondamentale nell'affermazione dei principi di una chiara informazione precontrattuale e della massima correttezza e buona fede nell'esecuzione del contratto, già riaffermati con forza anche dalla giurisprudenza di legittimità delle **Sezioni unite della Corte di Cassazione**.

E' il caso delle tante linee di credito "revolving" e relative carte, che consentono di effettuare spese nei limiti di un fido accordato rimborsabili ratealmente con l'addebito di interessi, sollecitate illecitamente nell'ambito di prestiti finalizzati all'acquisto di beni.

Sono tanti in Italia coloro che sono entrati in un negozio per comprare un telefono cellulare, un frigorifero o un televisore a rate, ma che, oltre al finanziamento, hanno portato a casa una costosissima carta di credito revolving ed annesso conto corrente con interessi altissimi ed indeterminati sugli eventuali prelievi.

Chi ha informato il consumatore all'interno dell'esercizio commerciale su cosa stesse firmando o cosa fosse una linea di credito revolving? Chi ha fornito indicazioni sulle conseguenze di quella piccola crocetta sul modulo prestampato con i soliti caratteri microscopici? La risposta è semplice: il commesso o, al più, lo stesso commerciante che forse ha lucrato una provvigione sul contratto e non certo un Agente in attività finanziaria abilitato ed iscritto **nell'albo tenuto dall'Ufficio italiano cambi**, oggi confluito dalla Banca d'Italia peraltro liberamente consultabile su internet.

Alle denunce scaturite da tale "deregulation" sul credito revolving ne è seguita una inchiesta giudiziaria da parte della Procura della Repubblica di Trani nei confronti della American Express Europe Ltd per usura.

Riusciranno le nuove garanzie previste dalla riforma e che così faticosamente si vanno attuando nella UE a ridare fiducia al mercato? Basteranno i nuovi obblighi di trasparenza? Certo l'indicazione del Taeg (Tasso annuo effettivo globale) dovrebbe essere ormai un dato di garanzia acquisito, anche se le recenti pronunce dell'Antitrust mettono in dubbio anche questo.

E' stata la stessa UE a stabilire le specifiche **"Informazioni europee di base sul credito ai consumatori"** da rendere note in sede di offerta al pubblico e le modalità di valutazione del cosiddetto "merito creditizio" del consumatore facendo riferimento alle banche dati private come la Crif.



La forma del contratto è libera ma lo stesso dovrà essere sempre stipulato per iscritto con una serie di informazioni specifiche rese obbligatorie dalla Banca d'Italia che ha anche sancito la nullità delle clausole che prevedono il rinvio agli usi per la determinazione di tassi d'interesse e ogni altro prezzo nonché di ogni condizione più sfavorevole al cliente rispetto a quelle pubblicizzate.

La modifica unilaterale del contratto deve es-

sere prevista espressamente ed è lecita solo in presenza di un giustificato motivo da comunicare con un preavviso di 2 mesi ferma restando la facoltà del consumatore di recedere, diritto riconosciuto in ogni caso nel termine di 14 giorni dalla stipula del contratto.

Concludo con un cenno alla norma che dovrebbe salvaguardare i consumatori nella ipotesi purtroppo sovente in cui il venditore si renda inadempiente rispetto al prodotto o al

servizio acquistato tramite il finanziamento.

In questo caso il D.lgs 141/10 ha previsto la possibilità per il consumatore di ottenere l'annullamento del contratto di finanziamento, ma solo dopo che il primo abbia inviato al secondo una formale costituzione in mora con finalità di sollecito alla prestazione entro un termine minimo di 15 giorni.

# SPORTELLLO PRONTO SALDI 2012

## ECCO I CONSIGLI DI MDC PER ORIENTARSI NEGLI ACQUISTI

A CURA DI NATASHA TURANO

Come ogni anno, 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, dopo un 2011 di 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. Attenzione, però: con i saldi si possano fare ottimi affari, ma è necessario prestare la dovuta attenzione se non si vuole incappare in clamorose fregature.

Il **Movimento Difesa del Cittadino (MDC)** consiglia ai consumatori di prestare massima attenzione se non si vuole incappare in clamorose fregature e apre lo **Sportello "Pronto Saldi 2012"** che offre consulenza e informazione: si può scrivere una mail a [info@mdc.it](mailto: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. **Ma quest'anno debuttano gli orari liberalizzati, a seguito della liberalizzazione voluta dalla manovra del Governo Monti. Tutti i negozi (compresi grandi magazzini e centri commerciali) potranno restare aperti senza limiti di orario. L'effetto della manovra di Mario Monti. Questa importante innovazione potrebbe però essere rallentata dalle resistenze delle categorie e degli Anti locali, che hanno novanta giorni di tempo per adeguarsi. Roma e Napoli però hanno dato l'esempio è la libertà di orario è già in vigore.**

Per il corretto acquisto degli articoli in saldo il **Movimento Difesa del Cittadino (MDC)** consiglia ai consumatori di tener presente:

### 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).

### 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.

### 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.

### PUBBLICITA', 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.

### 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.



# ETICHETTATURA, NEI MERCATI RIONALI BANCHI FUORI NORMA

## INDAGINE 2011 MDC SU ORTOFRUTTA E PRODOTTI ITTICI

A CURA DI SILVIA BIASOTTO

“Sono ancora troppi i banchi nei mercati rionali che non rispettano la normativa in materia di etichettatura. Ricordiamo che per il consumatore l’etichetta è la carta di identità del prodotto ed è quindi essenziale che questa sia sempre presente, anche nei mercati rionali – ha detto **Silvia Biasotto** del Dipartimento Sicurezza Alimentare del Movimento Difesa del Cittadino - In particolare, è grave notare come proprio una informazione importante come l’origine sia poco diffusa. La conoscenza del consumatore della provenienza dei prodotti è fondamentale per informare lo stesso in caso di emergenze alimentari, per combattere l’omologazione degli alimenti e la delocalizzazione delle attività e perché il cittadino ha diritto alla massima informazione chiara e trasparente”.

In particolare, i banchi in regola sono il 24% del campione esaminato nel caso del settore ortofrutticolo e 43% per il settore ittico. Tra le informazioni meno presenti in etichetta vi è proprio l’origine del prodotto, indicata solo nel 39% dei casi per l’ortofrutta e 51% per i prodotti ittici. E’ quanto emerge dal **Rapporto sull’etichettatura di ortofrutta e prodotti ittici nei mercati rionali 2011** redatto dal Movimento Difesa del Cittadino.

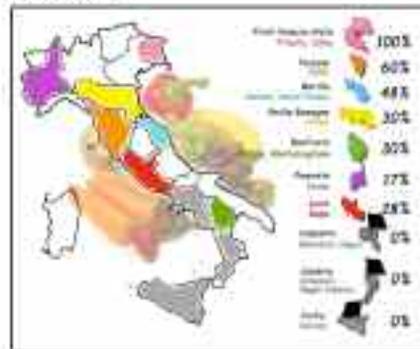
L’associazione, con la collaborazione delle sedi locali, ha visitato i mercati rionali nelle città delle seguenti regioni italiane: Basilicata; Calabria; Campania; Emilia-Romagna; Friuli Venezia Giulia; Lazio; Marche; Piemonte; Sicilia; Toscana. In totale sono stati rilevati 547 banchi: 373 per l’ortofrutta e 174 per i prodotti ittici.

Per il comparto ortofrutta sono ben tre le regioni che conquistano la cd “maglia nera” in materia di etichettatura dell’ortofrutta nei mercati rionali: Calabria, Campania e Sicilia. La performance migliore è invece stata sperimentata dal Friuli Venezia Giulia dove tutto il campione rispettava in pieno la normativa. Seguono la Toscana (60%) e le Marche (48%). Il dato è particolarmente insoddisfacente per quanto riguarda l’informazione relativa all’origine. In media solo il 39% del campione esponeva l’indicazione della provenienza di frutta e verdura.

Per quanto riguarda il settore ittico Calabria (Catanzaro; Reggio Calabria) e Sicilia (Palermo) sono le due regioni a cui spetta il triste primato in materia di etichettatura dei prodotti ittici. In Friuli Venezia Giulia invece tutti i venditori rilevati esponevano le 4 informazioni considerate nella indagine. Buone le performance delle Marche (68%) e della Basilicata (64%). Come per gli anni precedenti, le informazioni più diffuse sono la denominazione commerciale della specie, indicata nell’89% dei casi, e il prezzo presente nell’86% delle rilevazioni. Seguono la zona di cattura o di allevamento presente nel 47% dei banchi rilevati e il metodo di produzione con una percentuale di presenza del 51%.

### I BANCHI IN REGOLA NELLE REGIONI – 2011

Ortofrutta



Prodotti Ittici



### LE ETICHETTE NEI MERCATI RIONALI

Ma come devono essere le etichette di questi prodotti nei mercati rionali?

Per il pesce fresco (indipendentemente dal metodo di commercializzazione dal grande ipermercato al singolo banco del mercatino di quartiere)

- DENOMINAZIONE COMMERCIALE DELLA SPECIE
- METODO DI PRODUZIONE
- ZONA DI CATTURA PER IL PESCATO E PAESE DI PROVENIENZA PER L'ALLEVATO
- PREZZO DI VENDITA

Per il pesce congelato:

OLTRE LE INDICAZIONI PRECEDENTI...

- SE COPERTO DA GLASSATURA, LA PERCENTUALE DELLA GLASSATURA PERCHÉ CONSIDERATA TARA
- DENOMINAZIONE COMMERCIALE DELLA SPECIE
- METODO DI PRODUZIONE
- ZONA DI CATTURA PER IL PESCATO E PAESE DI PROVENIENZA PER L'ALLEVATO
- PREZZO DI VENDITA

Per l’ortofrutta fresca è obbligatorio indicare nelle etichette le seguenti informazioni

- VARIETA' (tipologia del prodotto)
- ORIGINE DEL PRODOTTO (Stato o regione o

comune)

- CATEGORIA (Extra, I e II)
- PREZZO DI VENDITA

### CONSIGLI PER LA SPESA

Andare a fare la spesa sta diventando sempre di più un’arte. Ci sono delle accortezze che valgono in generale per tutti i tipi di alimenti e altre specifiche. Nel caso dei prodotti ittici è importante sia leggere le etichette (per il fresco, congelato e surgelato) che, nel caso del fresco, allenare i nostri sensi per poter effettuare una spesa consapevole. Il ministero per le Politiche Agricole, Alimentari e Forestali ha messo a punto una “Piccola guida di identificazione del pesce fresco”:

	Pesce fresco	Pesce non fresco
<b>Odore</b>	tenuo, marino, gradevole	acre, sgradevole
<b>Aspetto Generale</b>	brillante, metallico iridescente	morto, senza riflessi
<b>Corpo</b>	rigido, arcuato	flaccido, molle
<b>Squame</b>	aderenti	non aderenti
<b>Pelle</b>	colori vivi, cangianti	colori spenti
<b>Occhio</b>	in fuori cornea trasparente pupilla nera	infossato nell'orbita cornea lattiginosa pupilla grigia
<b>Branchie</b>	roseo o rosso sangue prive di muco	giallastre mucolattiginose
<b>Carni</b>	compatte, elastiche bianche o rosee	molli, friabili con bordo giallastro
<b>Costole e colonna</b>	aderenti alla parete addominale e ai muscoli dorsali	non aderenti alla parete addominale e ai muscoli dorsali

Fonte: ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali

Come per il pesce, per ogni singolo frutto e ortaggio esistono dei consigli ad hoc. In linea generale, però, è bene sapere alcune **importanti informazioni**:

- **Leggere le etichette: secondo il Regolamento CE 2002/1996** è obbligatorio indicare nelle etichette dell'ortofrutta fresca tre informazioni: la **varietà** (tipologia del prodotto: pere william, conference, abate...), l'**origine del prodotto** (Stato o regione o comune), e la **categoria** (Extra, I e II).
- Scegliere sempre **prodotti freschi**, riconoscibili dalla consistenza del prodotto, dalla presenza o meno di ammaccature e da tracce di colore scuro soprattutto sui gambi di alcuni frutti e ortaggi.
- Preferire **frutta e verdura di stagione** perchè hanno tempi di maturazione naturali; perchè hanno prezzi più convenienti.
- Preferire **prodotti locali** perchè garantiscono maggiore freschezza e minore impatto ambientale, visto che hanno percorso meno chilometri di altri dal campo al venditore.
- Una volta portata a casa la spesa, **lavare accuratamente la frutta e la verdura**, soprattutto se vengono consumate crude.
- Preferire la conservazione in **frigorifero** di frutta e verdura nell'apposito cassetto dell'elettrodomestico.

### PRODOTTI ITTICI E SOSTENIBILITÀ: LE SPECIE PIÙ DIFFUSE NEI MERCATI RIONALI

Acciuga, sgombro, merluzzo bianco, branzino e sardine sono le specie più diffuse nei mercati

rionali rilevati nella 10 regioni oggetto dell'indagine del Movimento Difesa del Cittadino. Ai primi due posti troviamo due pesci azzurri come l'acciuga presente nel 66% dei casi e lo sgombro rilevato nel 58% dei casi. Tra le specie meno diffuse il tonno (pinna gialla e rosso), probabilmente perché fuori stagione anche se non mancano i casi di importazione.

Come sostenuto dalla stessa **Commissione Europea** "i nostri pescherecci realizzano volumi di catture superiori alle possibilità di riproduzione sicura della popolazione ittica, esaurendo in tal modo i singoli stock e ponendo a rischio l'ecosistema marino. Con l'attuale sovrasfruttamento di due terzi degli stock dell'Atlantico settentrionale, l'industria della pesca si trova a fare i conti con catture ridotte e un futuro incerto. **È giunto il momento di rendere la pesca ecologicamente, economicamente e socialmente sostenibile**".

Tante le possibili soluzioni al problema e tra queste il ruolo del consumatore che può imparare a variare la propria dieta **evitando di acquistare sempre le stesse specie ittiche, prediligere quelle meno sovrappesate e rispettando la stagionalità del pesce**. Per questo il Movimento Difesa del Cittadino ha voluto quest'anno rilevare anche le specie offerte nei mercati rionali al fine di creare una database che consenta nel tempo di valutare le specie ittiche più diffuse. **Il ruolo dei venditori è molto importante** in termini di informazione al consumatore anche riguardo la sostenibilità delle specie ittiche e in termini di offerta di una ampia e sostenibile varietà di prodotti ittici.

Specie ittica (solo pescato)	% di presenza
Acciuga	66
Sgombro	58
Merluzzo bianco	56
Branzino	55
Sardina	53
Cefalo	51
Pesce spada	48
Orata	42
Nasello	34
Occhiata	22
Pesce sciabola	20
Sugarello	17
Tonno Pinna gialla	13
Tonno rosso	9

Fonte: MDC

In questo contesto è positivo notare come sia ampia l'offerta di specie ittiche derivanti da stock al momento considerati sostenibili come l'acciuga, lo sgombro e il cefalo. Vale inoltre la pena ricordare che nel 2009, è stato approvato il **Regolamento Ue n.710/2009**, che stabilisce le modalità di applicazione del **Regolamento Ue n. 834/2007** del Consiglio per quanto riguarda l'introduzione di modalità di applicazione relative alla produzione di animali e di alghe marine dell'acquacoltura biologica.



# MINORI. BABY FOOD, DALLA FIMP DUBBI E ANALISI. IL COMMENTO DI MDC E IBFAN ITALIA

A CURA DI SILVIA BIASOTTO

**E'** di soli tre mesi fa la netta presa di posizione della Federazione Italiana Medici Pediatri (FIMP) a favore dei cibi industriali per l'infanzia, considerati più sicuri rispetto ai cibi allo stato naturale. Questa presa di posizione era accompagnata da una locandina presentata dalla FIMP durante l'ultimo congresso, poster nel quale gli alimenti specifici per l'infanzia erano dati per sicuri.

Oggi la FIMP cambia idea: attraverso un comunicato stampa afferma che "La Federazione Italiana dei Medici Pediatri con la collaborazione dell'Università Federico II di Napoli nelle scorse settimane ha sviluppato un'analisi sistematica di cibi e prodotti alimentari indirizzati all'infanzia per verificare le effettive composizioni alimentari. L'analisi ha confermato quanto emerso all'interno della Scuola di Nutrizione in merito alla presenza di micotossine e altre sostanze al di sopra delle percentuali previste."

"Abbiamo voluto fare questa verifica scientifica con l'obiettivo di valutare l'eventuale presenza di componenti dannose per la salute dei più piccoli, che ci è stata puntualmente confermata, in modo da poterli salvaguardare nel momento più delicato del loro sviluppo, l'età pediatrica - ha commentato il presidente Giuseppe Mele della Federazione - I primi 3 anni sono infatti fondamentali per la salute del bambino ed è quindi decisivo per le famiglie disporre di alimenti sicuri".

"E' importante una attività di controllo di tutta la gamma di prodotti destinati ai bambini, tra cui il baby food. Che si tratti di prodotti freschi convenzionali, biologici o industriali, la sicurezza alimentare è un prerequisito di tutti gli alimenti". Questo il commento del Movimento Difesa del Cittadino (MDC) che prende atto del cambiamento di rotta da parte della FIMP riguardo il baby food.

In merito alle micotossine, MDC ha ricordato che secondo il rapporto sulla sicurezza alimentare, Italia a tavola 2011 di MDC e Legambiente, queste rappresentano il principale contaminante chimico segnalato dal Sistema di allerta rapido europeo, anche se in diminuzione rispetto alle segnalazioni dell'anno precedente. Solo nel 2010 si sono contate 676 notifiche presenti in frutta secca, snack, erbe e spezie. Alla luce di quanto dichiarato dalla FIMP nella nota del 16 febbraio,

in qualità di rappresentanti dei consumatori attendiamo la pubblicazione dei risultati anche a seguito dell'esame del Ministero della Salute.

- che le istituzioni stabiliscano per i contaminanti alimentari limiti di legge più rigorosi per tutti i cibi, così da tutelare sia i bambini più piccoli dal primo

## I PRINCIPALI CONTAMINATI - Allerte Europee

Contaminanti	Notifiche	
	2009	2010
Micotossine	678	676
Salmonella	314	338
Residui di fitofarmaci	172	282
Additivi e coloranti	206	201
Metalli pesanti	182	136
Migrazioni	181	229
Listeria	78	102
OGM non autorizzati	104	75
Allergeni non dichiarati in etichetta	97	67
Novel food non autorizzati	12	29
Diossine	14	21

Fonte: Ministero della Salute

Cosa devono fare le mamme e i papà che negli ultimi mesi hanno seguito i consigli della FIMP? E adesso, alla luce delle nuove analisi, come devono comportarsi? Si chiedono invece l'IBFAN Italia e Baby Consumers ponendo il problema del disorientamento dei genitori di fronte alle affermazioni e successive smentite da parte dei pediatri FIMP. Per questo dall'associazione arriva una provocazione: una cartolina d'auguri indirizzata alla Federazione, alla Plasmon, all'Associazione Italiana Industrie Prodotti Alimentari (AIIPA) e al Ministero della Salute per ribadire a tutti che i genitori vogliono decidere da soli sull'alimentazione dei propri figli e chiedere alle istituzioni:

- di ricevere dai professionisti della salute informazioni coerenti ed indipendenti da interessi commerciali;

momento in cui iniziano a consumare cibi solidi, sia i bambini più grandi e gli adulti.



# MDC NEWS

## MDC GENOVA

### INQUINAMENTO ACUSTICO



È compito dei Comuni rilevare e controllare le emissioni sonore prodotte da motocicli e ciclomotori e altri veicoli endotermici, facendo ricadere questi adempimenti ai corpi di **Polizia Municipale**, cosa che di fatto però non succede quasi mai nel nostro paese. A stabilire tale obbligo non è solo la **Legge quadro nazionale 447/95**, che impone a tutti i Comuni l'aggiornamento dei regolamenti di Igiene e sanità o di Polizia Municipale in materia, ma anche il **D.P.R. n. 142/04**, sul quale è contemplato l'obbligo già esistente di applicare integralmente l'**art. 80 del Codice della Strada "Revisioni"** per mitigare le emissioni di fumo e rumore provocate dai veicoli "taroccati".

Il **Movimento Difesa del Cittadino di Genova**, attraverso il responsabile Ufficio Vertenze di MDC e **Legambiente Liguria Gianpaolo Bellone**, ha inviato una lettera il giorno 1 febbraio 2012 in cui sollecitava il Ministro dei trasporti Corrado Passera ed il Ministro dell'ambiente Corrado Clini ad emanare il decreto attuativo previsto dall'art. 80,

comma 6 del decreto legislativo 30 aprile 1992, riguardante il "Nuovo codice della strada". Il Movimento Difesa del Cittadino ha pertanto sollecitato i due Ministri ad emanare il **Decreto Attuativo** in modo che gli Agenti della Polizia Stradale e gli Agenti della Polizia Locale (di cui fanno parte i Vigili Urbani), possano adempiere al proprio compito istituzionale senza altri ritardi e remore.

"Il rumore, l'inquinamento acustico, - dichiara **Vittorio Bigliuzzi, presidente MDC Liguria** - sta diventando una vera e propria piaga ed emergenza per la salute fisica e psichica degli abitanti di grandi e piccole città. In Italia da alcuni anni vi sono leggi specifiche, ma sconosciute ai più e non applicate dalle stesse autorità preposte all'osservanza e al controllo. L'Ufficio Vertenze di MDC sta scoprendo una serie di "ritardi" e "dimenticanze" nel completamento di alcune leggi in vigore, specie di tipo ambientale. I nostri legislatori fanno "belle" leggi, ma spesso non le rendono "operative"; gli organi operativi e di controllo non sollecitano; la cosiddetta "società civile" non "controlla" se si attuano le leggi".

In proposito, si ricordano le principali omissioni: a) mancato adeguamento del Regolamento di Igiene e Sanità o di Polizia Municipale, previsto dalla Legge 447/95 al p.2 dell'art.6;

b) mancata attuazione della procedura di controllo e "rilevazione delle emissioni prodotte dai veicoli" prevista dall'art. 6 Legge 447/95 (p.1, lettera f), in applicazione del Codice della Strada (D.Leg.vo 285/92);

c) mancata applicazione dell'art. 9, D.P.R. 142/04 (Disciplina delle emissioni sonore prodotte dalle infrastrutture stradali) e contemporanea mancata applicazione del Codice della Strada al p.5 dell'art.80 "Revisioni" ove è prevista la possibilità

di sottoporre a controllo veicoli presso gli Uffici Provinciali della Motorizzazione".

## MDC PARMA

### BLOCCO TRENI: ESPOSTO ALLA PROCURA

L'Mdc di Parma chiede il risarcimento degli utenti.

Il **Movimento Difesa del Cittadino di Parma** ha offerto agli utenti del servizio ferroviario, che in seguito alla soppressione dei treni hanno subito nei giorni di maltempo ripetuti disagi, assistenza gratuita per l'inoltro dei reclami. "E' comprensibile che il gelo e le forti nevicate, specie in Romagna - dichiara Michele Saldina - abbiano causato ritardi e cancellazioni dei treni a lunga percorrenza, ma è assurdo che la linea Parma-Bologna, sia rimasta chiusa al transito, solo in una direzione, per quasi tre ore".

Infatti giovedì 9 febbraio, in una giornata senza precipitazioni, dalle ore 8.58 (treno soppresso) alle ore 11.30 (treno delle 10.58, in ritardo di circa 30 minuti), i viaggiatori presenti nella stazione di Parma, sono rimasti nel sottopassaggio al freddo. Ciò che sorprende oltre all'assenza di autobus sostitutivi sulla tratta, è aver appreso da alcuni dipendenti di Trenitalia, che la responsabilità principale, non sarebbe tanto da imputarsi all'emergenza maltempo, quanto alla mancanza di careniture, nel sottofondo dei nuovi veicoli. Per questo, l'**Mdc Parma** ha chiesto alla Procura della Repubblica di Parma nonché all'Assessorato alla Mobilità della Regione Emilia-Romagna, di **accertare l'adeguatezza o meno del materiale rotabile**, al fine anche di risarcire, in caso di responsabilità, i cittadini-utenti-contribuenti.



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