

DIRITTI & CONSUMI

MENSILE DEL MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO

DIRETTORE RESPONSABILE ANTONIO LONGO **REDAZIONE** D. NATASHA TURANO, SILVIA BIASOTTO, FRANCESCA MARRAS, LIVIA ZOLLO, FRANCESCO LUONGO **PROGETTO GRAFICO** LUNA PINI **SEDE E REDAZIONE** VIALE CARLO FELICE, 103 00185 ROMA TEL. 06 4881891 **E-MAIL** dirittieconsumi@mdc.it **STAMPA** SOCIETA' TIPOGRAFICA ITALIA A.R.L. FINITO DI STAMPARE IL 28/12/2015

L' EDITORIALE

di Antonio Longo - Presidente MDC

Da oltre 13 anni il Movimento Difesa del Cittadino (MDC) è impegnato nella tutela del consumatore nel settore alimentare, informandolo e dotandolo degli strumenti necessari a riconoscere le truffe e tutelarsi.

L'alimentazione è infatti un terreno molto delicato, entra in gioco la salute nostra e quella dei nostri figli, molto fanno gli organi preposti al controllo per impedire che cibi pericolosi arrivino sulle nostre tavole, tuttavia anche il consumatore, se ben informato, può fare molto effettuando acquisti oculati e consapevoli.

È in particolare il web a costituire una nuova e grande sfida, sempre più consumatori preferiscono rivolgersi a questo canale di vendita per questioni di tempo e/o risparmio e non fa eccezione l'alimentare. Cesti di vini e prodotti tipici saranno tra i regali più scelti da mettere sotto l'albero anche quest'anno.

I consumatori si orientano sul web per la scelta, confrontano e leggono le recensioni anche per alberghi e ristoranti.

Proprio questo tema è stato al centro della nuova indagine realizzata dalla nostra associazione in collaborazione con la testata online Frodialimentari.it e il Corpo Forestale. Il consiglio è quello di non fidarsi ciecamente di tutto quello che viene presentato in maniera perfetta e sapere che, come per il negozio fisico, anche per l'online esistono regole precise per la vendita dei prodotti. Dal nostro monitoraggio è tuttavia emerso che sono ancora moltissime le irregolarità, soprattutto per quel che riguarda l'etichettatura e l'esercizio del diritto di recesso da parte del consumatore. Dunque attenzione e piccoli accorgimenti possono consentire di sfruttare in sicurezza il web e far buoni affari senza il rischio di cadere in vere e proprie truffe.

Regali online: poche regole per acquistare in sicurezza cibo di qualità!

Comodo, veloce ed economico. L'e-commerce ha tanti vantaggi per il consumatore, che proprio in questi giorni che anticipano le festività natalizie può desiderare di acquistare alimenti e prodotti tipici in vista del cenone o proprio per i regali ad amici e parenti. Non mancano i rischi che potrebbero annullare i benefici di aver acquistato online. Il Movimento Difesa del Cittadino e la testata [Frodialimentari](http://Frodialimentari.it) ricordano pochi e preziosi consigli per comprare sul web con consapevolezza. /continua a pag. 2



continua a pag. 2

Regali online: poche regole per acquistare in sicurezza cibo di qualità!

di Silvia Biasotto

Comodo, veloce ed economico. L'e-commerce ha tanti vantaggi per il consumatore, che proprio in questi giorni che anticipano le festività natalizie può desiderare di acquistare alimenti e prodotti tipici in vista del cenone o proprio per i regali ad amici e parenti. Non mancano i rischi che potrebbero annullare i benefici di aver acquistato online. Il Movimento Difesa del Cittadino e la testata Frodialimentari ricordano pochi e preziosi consigli per comprare sul web con consapevolezza.

- 1** Acquista con consapevolezza, leggi tutte le informazioni nelle etichette online: dal 13 dicembre 2015 tutti i siti web che vendono alimenti devono informare online il consumatore di tutte le informazioni obbligatorie presenti in etichetta, prima che avvenga la procedura di acquisto. Ad esempio, se sto comprando un sugo pronto piuttosto che un barattolo di miele, devo essere in grado di sapere il venditore e i suoi riferimenti, l'elenco degli ingredienti con evidenziata la presenza di allergeni, l'origine della materia prima per i prodotti per i quali è obbligatoria.
- 2** Sito trasparente, acquisto sicuro: l'e-commerce presenta molti vantaggi per il consumatore, ma per usufruirne pienamente è essenziale acquistare consapevolmente. Verifica sempre che sia chiaro con chi si sta negoziando e che il proprietario del sito sia identificato così come i suoi contatti; assicurati che sia possibile comunicare (via mail o telefono) con il proprietario del sito; controlla che le Condizioni di vendita siano chiaramente spiegate all'utente e in particolare le modalità di esercizio del reclamo e del recesso (ovvero del diritto di ripensamento da esercitare entro 14 giorni dalla ricezione del bene); se siete connessi in wi-fi assicuratevi sia protetta e contrattate solo con siti il cui indirizzo inizi con https e in cui sia presente il simbolo di un lucchetto.
- 3** Tutela i tuoi dati: attenzione a fornire i tuoi dati senza esserti assicurato che il sito sia sicuro, protetto e trasparente, verifica che sia presente una informativa sulla privacy e che i dati forniti siano solo quelli necessari all'acquisto del bene che stato comprando.
- 4** I segreti per risparmiare: prima di acquistare un determinato prodotto, confronta il prezzo presso un punto vendita così da poter verificare la reale possibilità di un guadagno; ricorda di mettere nel "conto" anche le spese di spedizione ed eventuali assicurazioni; spesso per i prodotti provenienti dai Paesi asiatici sono previsti dazi doganali; diffida di prezzi troppo bassi, soprattutto se si è di fronte a prodotti di qualità o a denominazioni di origine.



I dolci di Natale, acquisto consapevole e di qualità

Le festività natalizie stanno per arrivare e con esse tutte le prelibatezze che accompagnano la cena della Vigilia, il pranzo di Natale, la cena di San Silvestro e non solo. Già da tempo pandori, panettoni, torroni sono presenti negli scaffali di negozi e supermercati e protagonisti delle pubblicità. Dal 29 gennaio 2006 i consumatori hanno una garanzia in più per la qualità dei prodotti dolciari (non solo natalizi) che acquistano. Il decreto 22 luglio 2005, adottato congiuntamente dal Ministero delle Attività produttive e delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, stabilisce definizione, forma, composizione e processi produttivi che, ad esempio, un panettone deve avere per essere chiamato "Panettone".

Proprio per questa specialità, il decreto parla di prodotto dolciario da forno a pasta morbida, ottenuto per fermentazione naturale da pasta acida, a base rotonda con crosta superiore screpolata e tagliata in modo caratteristico, di struttura soffice ad alveolatura allungata e aroma tipico di lievitazione a pasta acida. Gli ingredienti obbligatori sono: farina di frumento; zucchero; uova di gallina di categoria "A" o tuorlo d'uovo, o entrambi, in quantità tali da garantire non meno del 4% in tuorlo; 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.

Regole precise sono stabilite anche per il Pandoro, definito un prodotto dolciario da forno a pasta morbida, ottenuto per fermentazione naturale da pasta acida, di forma a tronco di cono con sezione a stella ottagonale e con superficie esterna non crostosa,

una struttura soffice e setosa ad alveolatura minuta ed uniforme ed aroma caratteristico di burro e vaniglia. Gli ingredienti obbligatori sono: farina di frumento; zucchero; uova di gallina di categoria "A" o tuorlo d'uovo, o entrambi, in quantità tali da garantire non meno del 4% in tuorlo; burro in quantità non inferiore al 20%; lievito naturale costituito da pasta acida; aromi di vaniglia o vanillina; sale.

Per le versioni "speciali e arricchite", ad esempio panettoni e pandori farciti o glassati, la legge stabilisce che per vantare la denominazione dovranno contenere almeno il 50% dell'impasto base. Devono figurare in etichetta, accanto alla denominazione riservata, tutte le variazioni che ne determinano la specialità.

Il decreto regola anche altri dolci come la colomba, il savoiardo e l'amaretto. Ma non il natalizio torrone. In questo bisogna parlare di denominazione "commerciale". Esistono, però, numerosi riconoscimenti come prodotto tradizionale. Ricordiamo ad esempio in Piemonte il Torrone alle nocciole; in Abruzzo il Torrone tenero al cioccolato di Sulmona e di guardiagrele; in Calabria troviamo infine il Torroncino, il Torrone di arachidi con zucchero e il Torrone gelato. Ma è il Torrone di Cremona il più tradizionale e il più conosciuto. Negli ingredienti troviamo il miele, le uova, le mandorle o le nocciole. Ciò che lo caratterizza di più è però la lavorazione rigorosamente tramandata nel tempo. Ce ne sono di vari tipi: dal classico, a quello ricoperto di cioccolato o aromatizzato al caffè o arancia.

Vigilia e Cenone, come acquistare i prodotti ittici delle feste

La tradizione vuole che la cena della Vigilia del 24 dicembre e spesso il Cenone di Capodanno siano rigorosamente a base di pesce. E' importante fare attenzione all'acquisto di prodotti ittici perché proprio quando la domanda aumenta, cresce anche la possibilità di incappare in possibili frodi. E' essenziale, quindi, che il consumatore si rivolga solo ai venditori di fiducia e che rispettano le normative di sicurezza alimentare. Importante è anche imparare a distinguere il pesce fresco da quello non fresco. Come? L'odore deve essere gradevole, il corpo rigido e arcuato, l'occhio in fuori con cornea trasparente e pupilla nera e le branchie

rosee o rosso sangue prive di muco. Infine, attenzione all'etichetta del pesce fresco.

Tra i prodotti ittici conservati segnaliamo il **salmone affumicato** e il **caviale**. In questo caso, per il salmone, verifica che l'affumicatura sia naturale e non mediante l'aggiunta dell'"aroma fumo". Per il caviale invece è necessario guardare alla presenza di coloranti. Spesso si tratta di uova non di caviale, ma di uova colorate appositamente per confondere il consumatore che, senza leggere attentamente la lista degli ingredienti, compra un prodotto per un altro.

Etichetta dei prodotti ittici, le informazioni obbligatorie

- Prezzo al chilo ;
- Denominazione commerciale della specie e stato fisico (fresco, congelato, ecc.); denominazione scientifica (salvo deroga poster);
- Origine (denominazione scritta della sottozona o divisione compresa nelle zone di pesca della FAO; attenzione che per le zone FAO 27 e 37 si riportano anche la divisione oppure la sottozona)
- Metodo di produzione (pescato o allevato);
- Categorie degli attrezzi di pesca (lampare, reti da posta derivanti, lenze a mano...).

Cibo, web e consumatori, i fenomeni dell'e-commerce e delle recensioni online

di D. Natasha Turano

La nuova frontiera della spesa online è ancora piena di insidie dato che i maggiori portali di e-commerce di alimenti non rispettano alcune importanti norme europee. Di questo tema ha indagato una ricerca condotta da MDC - Movimento di Difesa del Cittadino insieme a Frodialimentari.it, con la collaborazione del Corpo Forestale dello Stato, e i cui risultati sono stati presentati nel corso di un convegno tenutosi presso la sede del Corpo Forestale il 30 novembre a Roma.

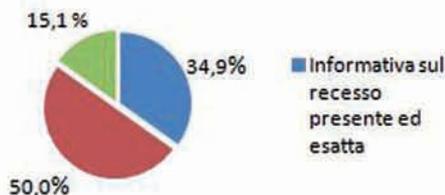
I PORTALI DI E-COMMERCE: ETICHETTE NON IN REGOLA E DIRITTO DI RECESSO NEGATO

Se è vero che anche il commercio on line deve rispettare la normativa del consumo sul diritto di recesso, etichettatura controllata e affidabilità dell' esercente, la ricerca ha svelato che più della metà dei maggiori portali di e-commerce non rispetta la normativa, con importanti conseguenze nella tutela e sicurezza del consumatore.

Sono stati monitorati **106 siti web** specializzati nella vendita online di prodotti alimentari. Questi siti sono stati scelti poiché risultano essere quelli maggiormente frequentati dai consumatori, come si è dedotto analizzando le "parole chiave" più utilizzate sui motori di ricerca dai consumatori e seguendo le indicazioni dei maggiori siti di aggregazione di informazioni sul settore.

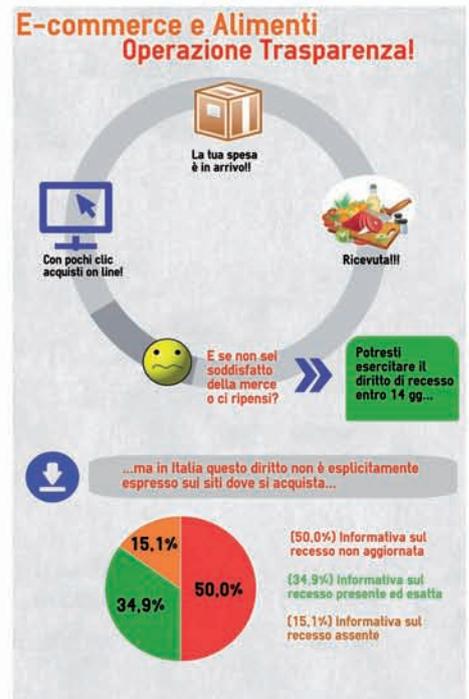
Dall'indagine condotta risulta che il **51 per cento dei portali analizzati non rispetta il Reg. 1169 in materia di etichettatura**, in quanto questi portali danno informazioni carenti e non complete sugli ingredienti dei prodotti. E questo ha una ricaduta anche in termini di sicurezza: difficilmente chi è allergico potrà quindi sapere della presenza o meno di allergeni prima di comprare un prodotto online.

Anche per l'importante diritto di recesso ci sono gravi carenze e illegalità: è questo quanto emerge dal focus **"Operazione Trasparenza!"**, realizzato da MDC e Frodialimentari.it, che ha messo in evidenza come l'**esercizio del diritto di recesso**, che è stato prolungato nel 2014 dal D.lgs 21/14 da 10 a 14 giorni, costituisce l'elemento di irregolarità nel 65% dei portali monitorati. In particolare nella metà dei casi esaminati risulta essere non aggiornato e nel 15% del tutto assente.



Questo fenomeno è molto preoccupante poiché il consumatore spesso non è consapevole della possibilità di poter ripensare alla validità di un acquisto e inoltre, anche all'interno della percentuale del 34,9% dei siti a norma, solo in due casi è stata rilevata la presenza di un modulo corredato da un indirizzo a cui spedire la richiesta di ripensamento.

"Lo sviluppo delle nuove tecnologie e l'uso di massa che ne consegue - dichiara Antonio Longo, Presidente del Movimento Difesa del Cittadino - rende la tutela del consumatore "digitale" una priorità per il legislatore e per noi associazioni dei consumatori. Al cittadino va garantita trasparenza e informazione per superare quel gap informativo che lo pone in una situazione di svantaggio nei casi dei contratti a distanza come l'e-commerce. Per questo - spiega Longo - abbiamo voluto indagare sulla comunicazione all'utente della facoltà di esercitare il diritto di recesso quando si acquista cibo online e sulla possibilità di conoscere tutte le informazioni presenti nelle etichette dei cibi preconfezionati".



E-commerce e Alimenti Operazione Trasparenza!

Lo sapevi che se acquisti un alimento online, secondo il Reg. 1169, devono essere indicati chiaramente gli ingredienti presenti?



RISTORAZIONE E RECENSIONI ONLINE

Anche nella ristorazione il web ha un ruolo chiave oggi: le recensioni online sono usate sempre di più per scegliere le strutture, ma il 34% dei recensori ammette di non dire il vero.

Dai risultati del sondaggio online **“Cibo e recensioni online: vere o false?”** emerge che il 58% dei recensori è costituito da uomini, al contrario delle donne che sono per lo più attente a leggerle prima di andare in una struttura. Il 67% preferisce il web, mentre solo il 18% utilizza il libro messo a disposizione dagli esercenti per firme e commenti e tra questi il 57% recensisce abitualmente.

Il 45% degli intervistati dichiara di fare recensioni vere, ma è un 34% ad ammettere di scrivere il falso. Questo dato, unito al 7% di chi afferma che non sempre scrive in maniera obiettiva, mostra che non sempre quello che leggiamo è vero. Il perché per il 19% va ricercato nella conoscenza diretta del titolare e per il 15% nella ricezione di una mail/sms di un conoscente che invitava alla recensione.

Complessivamente gli intervistati dichiarano però di non lasciarsi troppo influenzare, il 49% dice di essere rimasto soddisfatto della struttura scelta dopo la lettura delle recensioni, il 14% ha vissuto una esperienza che supera quanto recensito, il 22% non è rimasto soddisfatto in quanto era falso quanto letto nella recensione e infine l'11% non è rimasto soddisfatto a prescindere.

Non sono dello stesso avviso molti chef e ristoratori: se per il 34% la recensione online risulta essere un ottimo strumento se veritiero, per il 29,5% le recensioni online possono essere un'arma a doppio taglio, infatti molti hanno lamentato la ricezione di mail in cui si offriva come servizio quello, previo compenso, di recensioni sulle strutture, dall'altro alcuni clienti utilizzano questo strumento per chiedere sconti e agevolazioni “minacciando” la struttura di scrivere recensioni negative sia sul servizio che sulla cucina.

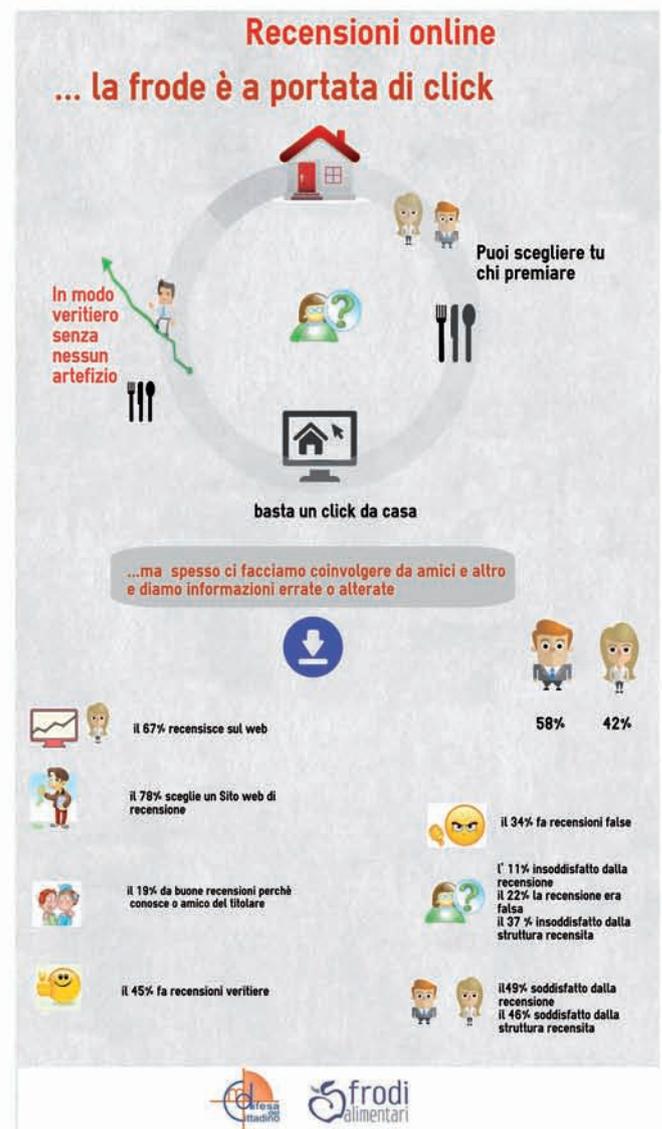
“Gli italiani anche se affascinati dal web - dichiara Anna Zollo, responsabile della testata frodialimentari.it - non sono ancora pronti a utilizzare tale strumento per gli acquisti. I dati evidenziano forti anomalie e come le frodi siano direttamente proporzionali all'utilizzo del cyberspazio. Le recensioni online – spiega sempre la Zollo - se non maggiormente controllate possono diventare un boomerang sia per le imprese che per i consumatori, così come per i siti di recensioni stessi, che dovrebbero nel loro interesse controllare maggiormente il livello di qualità delle informazioni diffuse”.

RISCHI E TUTELE PER IL MADE IN ITALY

“In piena globalizzazione, con la disponibilità delle materie prime agricole a basso costo, anche se di dubbia origine, la falsificazione alimentare diventa molto più complessa da scovare – dichiara il Corpo Forestale dello Stato - perché si basa essenzialmente sullo sfruttamento illecito della reputazione di una “denominazione di origine protetta” (dop) e/o di una “indicazione geografica protetta” (Igp) o un falso “Made in Italy” per i mercati internazionali.

Il valore di questo nuovo fenomeno illegale è in crescita, ed è stimato attualmente intorno ad alcune decine di miliardi di euro l'anno; esso cresce soprattutto perché, essendo la legislazione europea attuale tutta orientata a garantire il consumatore dal punto di vista della sicurezza alimentare, **“le pene per chi delinque senza arrecare danno alla salute umana sono lievi e non hanno alcun effetto deterrente . Spiega ancora il Corpo Forestale dello Stato - ragion per cui il mercato nazionale e soprattutto quello internazionale è invaso dai tarocchi italiani”**

L'enogastronomia è un tratto distintivo dello stile italiano, uno dei fattori di successo e di identificazione del Made in Italy: per questo i prodotti di cibo italiano sono spesso oggetto di sofisticazioni alimentari. La **lotta alla contraffazione nel settore agroalimentare** è quindi ormai di interesse internazionale, per questo, negli ultimi tre anni il **Corpo forestale dello Stato** ha promosso la costituzione in ambito Interpol di una vera e propria **rete denominata "Opson"**, che ad oggi è costituita da 29 Paesi ed ha lo scopo di creare una sinergia operativa mirata alla prevenzione e repressione di questo tipo di reati”.



MDC in piazza a marciare per il clima

di Silvia Biasotto

161 i Paesi che si sono impegnati per un clima migliore con cambiamenti concreti per abbattere le emissioni di CO₂. Nel momento in cui scriviamo **la Cop21, la conferenza dell'Onu sul clima di Parigi** non si è ancora conclusa. Quel che sappiamo è che la volontà della cittadinanza a porre fine al riscaldamento globale è grande e sentita. La grande adesione alla **Marcia per il Clima di Roma** e alle tante manifestazioni che ci sono state in giro per l'Italia ne è una testimonianza.



In piazza, nella Capitale, c'era anche il **Movimento Difesa del Cittadino**. Il cittadino può fare la sua parte con tante piccole azioni quotidiane. MDC è infatti partner del progetto europeo Ecolife, campagna per la promozione di stili di vita ecologici rivolta proprio ai cittadini.

EcoLife fornisce infatti indicazioni sui livelli di emissioni climalteranti prodotti dalle nostre azioni di ogni giorno, proponendo di volta in volta comportamenti alternativi sostenibili. E, oltre al potenziale di riduzione delle emissioni associato a ogni comportamento virtuoso, informa i cittadini del risparmio economico che deriva da ogni scelta e dei vantaggi sociali che ne conseguono.

Siena per il Clima, Ecolife presente con la Local Community MDC Siena

Domenica 29 novembre, in piazza contro i cambiamenti climatici anche la città di Siena con la manifestazione **“Siena per il Clima”**. I cittadini e le principali associazioni ambientaliste senesi si sono unite alla grande mobilitazione planetaria organizzata in vista della **Conferenza Mondiale per il Clima dell'ONU (COP21) di Parigi** sul nuovo piano per fermare un clima ormai impazzito e limitare il riscaldamento globale al di sotto di 2°C.

Con questa iniziativa la città si è unita alla marcia mondiale per il Clima organizzando una pedalata cittadina, un trekking urbano, un colorito corteo e una grande foto coreografica in Piazza del Campo. Qui la **Local Community EcoLife MDC Siena** in particolare ha presieduto un gazebo informativo allestito dove è stato distribuito il materiale informativo del progetto e sono stati somministrati i questionari di sottoscrizione di azioni sostenibili ai cittadini.

Ecolife è l'iniziativa, partita ad ottobre 2013 con durata triennale, che rientra nel programma di **co-finanziamento LIFE+ Informazione e Comunicazione dell'Unione Europea**. È frutto delle idee e del lavoro di cinque soggetti provenienti da mondi contigui quali l'ambiente, la consulenza tecnico scientifica, l'informazione e il supporto ai cittadini: **Legambiente, AzzeroCO₂, Deep Blue, ACLI e Movimento Difesa del Cittadino**.



“Il futuro dell’etichetta energetica”: tavola rotonda e presentazione del Dossier “Etichetta Furbetta” a Roma

di Francesca Marras

Il 17 novembre, presso la sede GSE (Gestore Servizi Energetici) di Roma, si è svolto il seminario - tavola rotonda “Il futuro dell’etichetta energetica”, con oggetto la normativa attuale e futura in tema di etichettatura energetica in Europa e in Italia. Durante l’incontro è stato presentato il Dossier “Etichetta furbetta”, l’indagine svolta da Legambiente, in collaborazione con Movimento Difesa del Cittadino (MDC), sulla corretta applicazione della direttiva in tema di etichetta energetica da parte dei negozi italiani - fisici e online - che vendono prodotti quali frigoriferi, congelatori, cantinette per vino, televisori, lavatrici, lavastoviglie, cappe aspiranti.

La ricerca che ha dato vita al Dossier è stata realizzata all’interno del progetto “Marketwatch”, co-finanziato dalla Commissione Europea, che si inserisce nel programma europeo “Intelligent Energy for Europe”. Al progetto hanno aderito sedici realtà della società civile, che, insieme alle istituzioni, monitorano la corretta applicazione della normativa sull’etichetta energetica nei negozi fisici e online dei Paesi europei, la veridicità dell’etichetta applicata al prodotto e le dichiarazioni dei produttori.

Legambiente e MDC hanno monitorato 12 punti vendita fisici e 12 negozi online, con particolare riguardo a negozi di mobili e pezzi d’arredamento e supermercati.

Sono 4637 i prodotti controllati durante l’indagine - 2704 in vendita nei negozi fisici e 1933 nei negozi online - da cui risulta che il 43% non è stato etichettato correttamente. In particolare i dati evidenziano la criticità della “categoria online”, che mostra una non conformità del 77%, nonostante risalga già al 1 gennaio 2015 la norma che obbliga i produttori a rendere visibile l’etichetta energetica accanto alla foto del prodotto. Inoltre dall’indagine emerge che, dei 12 punti vendita online monitorati, 8 appartengono a grandi catene che però applicano correttamente la norma nei negozi fisici. Vi è dunque una discrepanza tra le informazioni fornite nei negozi fisici e quelle fornite online e, in conseguenza, una differenza di trattamento tra i clienti che acquistano il prodotto fisicamente e gli acquirenti online.

Lazio, Toscana e Veneto tra le regioni più critiche in merito alla corretta

risultano il settore di mobili e pezzi d’arredo (il 53% dei prodotti non è conforme alla normativa) e i supermercati (il 77% dei prodotti non è stato etichettato), mentre nel settore elettronica ed elettrodomestici emerge che aspirapolvere e televisori sono le categorie che presentano una percentuale più alta di prodotti commercializzati senza etichetta (rispettivamente il 32% e il 28%). Virtuosa la categoria delle lavastoviglie, con solo il 2% dei prodotti senza etichetta.

Alla luce di questi dati, Davide Sabbadin (Legambiente) ha descritto le criticità maggiori che sono state riscontrate durante l’indagine: la difficoltà nel reperire le etichette da applicare e le fiche in formato digitale per i rivenditori online, la scarsa conoscenza del dettaglio normativo, la mancata applicazione delle norme da parte delle grandi aziende, la discrepanza tra l’etichettatura dei prodotti nei negozi fisici e online che appartengono allo stesso venditore, il problema relativo ai cosiddetti “negozi bazar”. Un esempio di “negozio bazar” è Amazon, secondo cui la responsabilità di applicare l’etichetta energetica ai prodotti spetta alle aziende che vendono tramite Amazon, mentre Amazon dovrebbe rispondere solo dei prodotti venduti a nome proprio.

Ruolo importante in ambito di controllo e monitoraggio spetta in larga parte alla società civile, come dimostrato anche dal lavoro svolto da Legambiente e MDC per la realizzazione del Dossier. “La trasparenza e l’informazione sono la bandiera delle associazioni di tutela dei diritti dei consumatori, dei diritti civili, di tutela ambientale ed è per questo che come Movimento Difesa del Cittadino abbiamo aderito entusiasticamente a questo progetto”, dichiara Francesco Luongo, vicepresidente del Movimento Difesa del Cittadino, che sostiene l’importanza di “valorizzare e sollecitare ancora di più il mondo istituzionale, ma anche delle imprese” attraverso la presentazione del Dossier.

È un momento importante per l’evoluzione della normativa in materia di etichettatura energetica in Europa; si trova, infatti, in fase di esame il nuovo Regolamento n. (COM)2015 341 definitivo sull’etichettatura energetica, che sostituirà l’attuale Direttiva 2010/30/UE.

Sulla nuova normativa è intervenuto Antonio Polica (CESE); il Comitato

Sociale ed Economico Europeo trasmetterà, infatti, alla Commissione Europea un parere ufficiale sulla nuova normativa, che verrà presentato in plenaria a fine gennaio 2016. Gli elementi centrali della proposta sono un’azione di monitoraggio, accompagnata dalla creazione di una banca dati europea, e una revisione della scala energetica. Abbattere il sistema di classificazione attuale “A+, A++, A+++...D” e tornare al vecchio modello con una scala A-G, è, dunque, la nuova idea. A questa classificazione si aggiungerà una scala cromatica dal rosso al verde. Si propone, inoltre, di passare gradualmente al nuovo sistema di etichettatura, ha spiegato Polica: un periodo transitorio di sei mesi con la doppia etichetta, a cui far seguire l’obbligo di applicazione della nuova etichetta entro sette giorni. Ulteriore elemento di novità è l’inserimento di un regime sanzionatorio, ad oggi non considerato nel Regolamento. Importante ancora un meccanismo di coinvolgimento della società civile organizzata nelle decisioni sugli aspetti tecnici attraverso un forum e commissioni ad hoc per ogni singola categoria di prodotto immessa nel mercato.

Non menzionata dal Regolamento è la questione dei negozi online che rimane un elemento critico nel nuovo panorama dell’etichettatura energetica.

In conclusione una nota di Francesco Luongo, dal punto di vista di un’associazione legata storicamente ai temi ambientalisti e al mondo dei consumatori, che si sentono spesso spaesati di fronte ai cambiamenti del mercato. “L’esperienza consumerista ci dimostra come il disorientamento esiste in tutti i passaggi di tecnologia ed è causato dalla scarsa sensibilità istituzionale ma anche da un’abitudine del mondo industriale italiano a guardare il consumerismo e le associazioni dei consumatori sempre con un po’ di sospetto.” L’informazione rimane sempre un elemento fondamentale per i consumatori, rappresenta uno strumento per capire e per orientarsi in un mercato che muta continuamente. “La cosa importante – ha detto Luongo – è che ci sia questa informazione di base. La realtà è che con l’esperienza abbiamo capito che questa informazione di base può nascere soltanto da un connubio con il mondo dell’impresa che andiamo a sensibilizzare.”

MDC Siracusa

MDC e la Rete Centri Antiviolenza firmano protocollo d'intesa

Il Movimento Difesa del Cittadino di Siracusa e l'associazione e Centro Antiviolenza "Rete Centri Antiviolenza di Raffaella Mauceri" hanno firmato un protocollo d'intesa con l'obiettivo di favorire, secondo le rispettive competenze, un nuovo e diverso atteggiamento culturale rispetto alla violenza domestica nonché nuovi e diversi comportamenti individuali e collettivi per

prevenire e combattere le conseguenze negative sui livelli di salute prodotti da essa.

La sinergia avrà effetto concreto sulla società attraverso programmi di sensibilizzazione e prevenzione della violenza domestica ai danni delle donne e dei minori e saranno realizzati attraverso esperti veri e propri seminari informativi e progetti dedicati al tema.

MDC Treviso

III GIORNATA NAZIONALE PER LA LEGALITÀ

Mercoledì 25 novembre 2015 al Novotel di Mestre Confcommercio-Imprese per l'Italia ha promosso la III giornata di mobilitazione nazionale sul tema della Legalità. Presente anche Matteo Moschini, responsabile della sede MDC di Treviso.

La giornata ha evidenziato l'importanza di riflettere sulla legalità nel nostro Paese, per questo ha coinvolto tutti gli attori che possono essere protagonisti di questo cambiamento: ogni giorno imprenditori e le loro famiglie sono vittime di racket, usura, furti, rapine, taccheggi e tangenti.



Presenti, oltre ai vertici politici quali il Presidente On. Carlo Sangalli e il Vicepresidente del Consiglio On. Angelino Alfano, i vertici nazionali e provinciali delle Forze dell'Ordine, i Deputati e i Senatori e i Consiglieri Regionali delle circoscrizioni che incidono sulla Provincia.



Movimento Difesa del Cittadino
Viale Carlo Felice, 103 00185 Roma
Tel. 06/4881891 – Fax 06/42013163
info@mdc.it
www.difesadelcittadino.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.

L'iscrizione a MDC costa solo 1 euro!

Tieniti aggiornato su www.difesadelcittadino.it
e iscriviti alle newsletter MDC News e Salute&Gusto

Seguici su

Movimento Difesa del Cittadino   Difesa del Cittadino

Donaci il 5x1000, scrivi 97055270587