

DIRITTI & CONSUMI

MENSILE DEL MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO

DIRETTORE RESPONSABILE ANTONIO LONGO **REDAZIONE** D. NATASHA TURANO, SILVIA BIASOTTO, MARCO DAL POZ, LIVIA ZOLLO
PROGETTO GRAFICO LUNA PINI **SEDE E REDAZIONE** VIA QUINTINO SELLA, 41 00187 ROMA TEL. 06 4881891 **E-MAIL** dirittieconsumi@mdc.it
STAMPA SOCIETA' TIPOGRAFICA ITALIA A.R.L. FINITO DI STAMPARE IL 28/03/2014 **HANNO COLLABORATO A QUESTO NUMERO**
ELENA FRANCI, ANDREA GHISELLI

L' EDITORIALE

di Antonio Longo - Presidente MDC

Prima di decidere se siete a favore o contro il sistema delle etichette-semaforo, ponetevi tre domande: Mars, Nestlé, Pepsi....vi fidereste di indicazioni nutrizionali fornite da queste sigle? Tra 25 grammi di parmigiano reggiano e una confezione di Filadelfia light, credete che questa più salutare per la dieta di un bambino? Accettereste lezioni di educazione alimentare da chi ha fatto scoppiare lo scandalo di "mucca pazza"?

Se avete risposto sì alle tre domande, allora siete pronti ad accettare le etichette-semaforo. Mars, Nestlé e Pepsi sono tra le sigle che hanno abbracciato subito il sistema lanciato un anno fa dal Governo inglese e accettato con entusiasmo dalle principali catene commerciali, come Tesco. E dietro la proposta del "semaforo" c'è un clamoroso (voluto?) errore di fondo: il colore rosso che segnala l'alimento pericoloso viene determinato dal calcolo di grassi, zucchero e sale contenuti in 100 grammi di prodotto. Ma chi mangerebbe 100 grammi di parmigiano o condirebbe un'insalata con 100 cc di olio d'oliva? Così vengono colorati di rosso-pericolo quegli alimenti che invece costituiscono la base di ogni dieta sana, come quella mediterranea; vengono colpiti prodotti come i formaggi vanto della tradizione contadina, che la sapienza millenaria ha creato, favorendo invece col verde-light quei prodotti della trasformazione industriale che sono di dubbia composizione o di pessimo gusto. La dieta mediterranea per i soloni di Oltremarica diventa a rischio, dopo aver ottenuto il massimo riconoscimento della salubrità dall'Unesco!

Diventa grottesco poi lo sfruttamento dell'obesità infantile, vero dramma in aumento in tutti i Paesi sviluppati, soprattutto anglosassoni, ma anche in molte regioni italiane. In realtà agli inglesi della dieta dei bambini obesi importa molto poco. Come poco, anzi nulla importò al governo di Sua Maestà Thatcher della salute dei suoi sudditi e di tutti gli europei quando nascose al mondo per mesi la tragedia delle mucche pazze, provocando più di 200 morti innocenti per i quali nessuno ha pagato e sconvolgendo per anni le abitudini alimentari di tutta l'Europa.

La Gran Bretagna non aveva alcun controllo veterinario e il suo governo era preoccupato solo delle conseguenze commerciali

ETICHETTA NUTRIZIONALE, il Regno Unito adotta il sistema semaforo. Come funziona e come si interpreta



pag. 2

che ci sarebbero state dopo la rivelazione al mondo dei gravissimi casi di encefalopatia spongiforme causati dagli animali infetti.

La logica del semaforo non dice nulla sulla quantità da mangiare o da evitare, non tiene conto se chi mangia è un bambino di 5 anni o un adulto di 30, una donna incinta o un atleta, un diabetico o un iperteso. E' come dire che prendere il sole fa male o fa bene, senza specificare il tempo di esposizione, in quali ore del giorno, eventuali controindicazioni legate all'età o alla sensibilità dell'epidermide o alla presenza di allergie. Insomma non c'è alcun metodo scientifico dietro questi tre colori.

Il Beuc, l'organizzazione europea dove è presente per l'Italia Altroconsumo, ha sposato le tesi inglesi. Non stupisce più di tanto, considerando che spesso le posizioni vincenti nel Beuc sono quelle anglosassoni. Non perchè siano meglio motivate, ma per i rapporti di forza interna. Il fatto è che si tratta di una multinazionale dell'editoria consumerista, tecnicamente preparata ma con molte componenti del tutto avulse dalla realtà quotidiana delle famiglie e delle persone, perchè non presenti sul territorio, con un call center e alcune riviste che ripetono nei vari Paesi gli stessi test. I consumatori italiani devono reagire e farsi sentire anche a Bruxelles. L'obesità infantile è un problema troppo serio per farlo risolvere con un semaforo a governi di Paesi che in questi decenni hanno mostrato di essere sensibili soprattutto al colore dei soldi.

Etichetta nutrizionale, il Regno Unito adotta il sistema semaforo. Come funziona e come si interpreta

di Elena Franci

Etichetta semaforo rosso, giallo e verde i colori per contraddistinguere il valore delle indicazioni nutrizionali dei prodotti alimentari. Il governo di Londra, nel giugno del 2013, ha infatti pubblicato Le Linee Guida (leggi sotto) su come devono essere elaborate le etichette nutrizionali da riportare nella parte anteriore delle confezioni. Seguendo l'obbligo introdotto con il Reg. UE 1169/2011 di dichiarare le informazioni sui nutrienti per la maggior parte degli alimenti elaborati, il Regno Unito ritiene che il nuovo sistema agevoli i consumatori a scegliere e mantenere un controllo sulla quantità e qualità di cibo nel corso della giornata.

Ma perché "l'etichetta semaforo"?

Si tratta di un grafico solitamente strutturato in orizzontale, nel quale deve essere riportato: il valore energetico, i grassi, i grassi saturi, gli zuccheri e il sale. Ovviamente in aggiunta alla tabella nutrizionale inserita nella parte posteriore della confezione indicante tutti i valori nutrizionali espressi solitamente per 100 g. di prodotto.



di Andrea Ghiselli
Dirigente di ricerca Cra-Nut (Centro di Ricerca per gli Alimenti e la Nutrizione)

Il sistema di etichettatura tramite semaforo ripropone l'antico metodo di additare gli alimenti sì e quelli no. Lo Stato fa il capoclasse e separa sulla lavagna i buoni dai cattivi dando un pessimo esempio di educazione. Ma questo piace sia ai nuovi "Savonarola", che vedono nella fustigazione della carne la salvezza dall'obesità, sia ai consumatori che finalmente si tolgono di dosso la pesante responsabilità delle scelte consapevoli. Però è la definitiva sconfitta dell'educazione alimentare, perché il "sì o no", "rosso o verde", non include un dubbio ma solo cieca obbedienza e la scelta finisce nel momento stesso in cui si fa. Diverso invece il "sì...ma", che invece ricorda costantemente al consumatore che può concedersi anche una coccola, purché l'alimentazione nel suo complesso sia adeguata e non la singola scelta e purché abbia uno stile di vita sufficientemente attivo. Solo in questo modo si sottolinea e si suggerisce quale sia la strategia migliore per guadagnare salute: non certo col semaforo. Viene messo bollino rosso infatti su quegli alimenti il cui contenuto di grassi, zuccheri o sale superi un certo livello percentuale, senza tenere conto della porzione e della frequenza di consumo. Bollino rosso quindi, anzi due sulla bottiglia dell'olio: uno per i troppi grassi (superano infatti il 17,5%) e uno per i troppi saturi (superano il 5%) e addirittura tre sulle confezioni di parmigiano (troppi grassi, troppi saturi e troppo sale). Ma chi consuma 100 grammi di olio o 100 di parmigiano? Nelle noci confezionate ci si aspetta il doppio bollino rosso, in barba a tutti gli studi scientifici che dimostrano quanto sia salutare il loro consumo.

Insomma se si vuole veramente fare prevenzione e lottare contro il dilagare dell'obesità non servono i semafori, ma un'adeguata educazione del consumatore. Il sistema attuale di etichettatura basato sulle GDA può essere migliorato ma è certamente migliore perché invece del sì o del no permette il "sì ma". La lettura dell'etichetta permette infatti di sapere quanto la porzione di alimento che si sta consumando incide sul fabbisogno giornaliero e ci dà l'informazione di quanto spazio ci rimane. Se proprio abbiamo voglia di mettere semafori, mettiamoli su sedie e divani, televisori e telecomandi.

I colori rosso, giallo e verde assumono una funzione "semaforo" perché indicano la maggiore o minore presenza dei nutrienti. Il valore energetico rimane neutro mentre gli altri valori saranno caratterizzati dai colori rosso maggior presenza, giallo intermedio e verde minor presenza secondo le seguenti indicazioni:

grassi totali
Alto: più di 17,5 g di grassi per 100 g
Low: 3 g di grassi o meno per 100g
grassi saturi
Alto: più di 5 g di grassi saturi per 100 g
Basso: 1,5 g di grassi saturi o meno per 100g
zuccheri
Alto: più di 22,5 g di zuccheri totali per 100g
Low: 5 g di zuccheri totali o meno per 100g
sale
Alto: più di 1,5 g di sale per 100g (o 0,6 g di sodio)
Basso: 0.3g di sale o meno per 100g (o 0,1 g di sodio)

I valori devono inoltre essere espressi in percentuale secondo i "reference intake" ovvero una porzione dell'alimento ben riconoscibile dal consumatore, es una fetta di torta. Ciò perché,

sostiene il governo di Londra, il consumatore riceverà immediatamente informazioni utili su come un alimento o una particolare sostanza nutritiva si inserirà.

MDC: aprire il dibattito europeo e contro l'obesità vietare la pubblicità del junk food

di Silvia Biasotto

Basterebbe elencare e spiegare le molteplici proprietà nutrizionali e salutistiche dell'olio extra vergine di oliva e immaginare la relativa etichetta semaforo autorizzata dal Ministero della Salute del Regno Unito (con un bel bollino rosso sotto la voce grassi e calorie) per capire quanto la logica di questa etichettatura sia assurda. Chiediamoci poi come mai siano state proprio alcune delle maggiori aziende produttrici di snack, come Mars, Pepsi e Nestlé, a collaborare con i ministeri per la messa a punto di questa modalità di informazione al consumatore.

Nei giorni scorsi la Conferenza delle Regioni ha chiesto al Governo di intervenire presso le Istituzioni comunitarie per la sospensione del sistema di etichettatura a semaforo. Immediata la risposta del Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali, Maurizio Martina che ha detto come "già in occasione del prossimo Consiglio dei Ministri europei dell'Agricoltura e della Pesca ho intenzione di coinvolgere su questo tema anche gli altri Paesi che hanno già espresso contrarietà, per ribadire la necessità di sospendere l'utilizzo di uno strumento che potrebbe andare a ledere anche alcune tra le nostre tradizionali eccellenze alimentari, in modo particolare i prodotti a denominazione di origine. Il rischio, infatti, è che vengano date ai consumatori informazioni approssimative e fuorvianti sulle caratteristiche e le peculiarità dei prodotti agroalimentari, con conseguenze dannose anche per le nostre aziende". Come Movimento Difesa del Cittadino non possiamo fare altro che supportare il nostro attuale Governo, perché è necessario aprire una discussione a livello europeo che abbia come priorità le necessità dei consumatori in termini di salute e di trasparenza e in secondo luogo le tantissime produzioni di qualità dei nostri territori che potrebbero subire conseguenze negative da questo tipo di etichettatura.

Se il nostro obiettivo è quello di combattere il fenomeno dell'obesità e tutelare la salute dei cittadini europei allora perché non vietare la pubblicità di tutti quei prodotti non solo con alti livelli di grassi, sale e zuccheri ma anche poveri di sostanze nutritive?

8 MARZO: MDC E CODACONS IN PIAZZA PER LE PARI OPPORTUNITA'

di D.Natasha Turano

Una giornata per festeggiare non solo l'importanza della donna, come figura e colonna portante della famiglia, ma una giornata per ricordare soprattutto che la donna è importante tutto l'anno e deve essere protagonista e colonna portante anche in una società che spesso tende a metterla da parte.

In occasione della festa della donna, le Associazioni dei Consumatori **Movimento Difesa del Cittadino (MDC)** e **Codacons**, sono scese in piazza per promuovere la **Giornata Nazionale delle Pari Opportunità**, un'occasione per informare le donne dei loro diritti e promuovere la parità di genere nell'accesso alle professioni, alle carriere, alla rappresentanza.



La Giornata è stata realizzata nell'ambito del progetto **"Dalle pari opportunità alla partecipazione protagonista"**, finanziato dal **Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali**, che si propone di rafforzare il ruolo della donna nel tessuto sociale garantendone una maggiore presenza e partecipazione.

Nelle principali piazze italiane sono stati allestiti stand dove esperti delle associazioni hanno distribuito i materiali del progetto, il segnalibro dedicato e risposto alle domande dei cittadini. Molta la partecipazione e la curiosità suscitata dall'iniziativa in un momento così importante e delicato per le donne come emerge ogni giorno dalle notizie d'attualità sulle pagine di giornali e tg.

Le piazze toccate dall'evento sono state: Ancona, Aosta, Benevento, Catanzaro, Cosenza, Forlì, Genova, L'Aquila, Milano, Perugia, Pistoia, Pordenone, Potenza, Roma, Salerno, Teramo, Torino, Trepuzzi (Lecce), Treviso.

In queste stesse città gli esperti delle associazioni, responsabili degli sportelli **"Donna Protagonista"** dedicati al progetto e sempre attivi fino alla sua conclusione, hanno coinvolto cittadini e istituzioni per sensibilizzare l'opinione pubblica a procedere a un cambiamento che riguarda tutti e che investe molto più che una semplice differenza di genere. Destinatari del progetto non sono infatti solo le donne, alle prese con un mercato del lavoro e una società poco accessibili e pieni di ostacoli, ma anche gli uomini e soprattutto i giovani al fine di combattere l'**idea probabilmente ancora stereotipata del ruolo femminile** nel nostro Paese.



In Italia infatti le donne sono una maggioranza trattata da minoranza, nelle istituzioni, nella politica, nella società civile. Nel contesto europeo l'Italia è agli ultimi posti per tasso di occupazione femminile e rappresentanza politica. Secondo gli ultimi dati Istat sono 80mila le mamme che hanno dichiarato di essere state licenziate o di essere state messe in condizione di dimettersi a causa della maternità.

La parità di genere è un obiettivo da raggiungere a tutti i livelli, una maggiore presenza delle donne nel tessuto sociale non può che costituire un'opportunità di rafforzamento della democrazia e del Paese stesso.



Sono tante le attività messe in campo dalle due associazioni proprio per far conoscere le agevolazioni e gli strumenti di tutela alle donne, ancora poco consapevoli dei loro diritti. Tra questi la banca dati legislativa www.opportunitadonna.org, accessibile anche attraverso una web app che è possibile scaricare gratuitamente su cellulare e tablet, che consente con una ricerca semplice e intuitiva di consultare tutte le leggi nazionali e regionali, tutti gli incentivi e le facilitazioni, a favore dell'occupazione femminile.

Gli esperti in piazza si sono occupati anche di raccogliere racconti relativi a **situazioni discriminatorie di genere** sul piano lavorativo e sociale al

fine di elaborare una proposta alle Istituzioni evidenziando i ritardi nel recepimento di molte normative e promuovere un effettivo **protagonismo paritario delle donne**.

Ricordiamo ai cittadini che gli sportelli "Donna Protagonista" dedicati al progetto sono sempre attivi, per informazioni su orari e riferimenti basta collegarsi ai siti www.difesadelcittadino.it e www.codacons.it oppure alla pagina **facebook** e **twitter** "Donna protagonista".



Obiettivo Europa: Antitrust sanziona l'agenzia turistica per pratica commerciale scorretta su segnalazione di MDC

di D.Natasha Turano

Buoni vacanza che di buono non avevano proprio nulla, se non omissione di informazione ai consumatori e modalità inconsapevoli di adesione a un contratto a distanza per poi essere citati in tribunale per mancato pagamento.

L'Antitrust ha finalmente condannato l'agenzia **Obiettivo Europa**, responsabile della truffa dei buoni vacanza a danno di ignari cittadini, alla sanzione pecuniaria di 5000 € per pratica commerciale scorretta.

A segnalare la truffa all'Autorità il **Movimento Difesa del Cittadino (MDC)** e altre associazioni dei Consumatori come **Adi-consum**, **Lega Consumatori** e **Unione Nazionale Consumatori**.

L'Autorità ha avviato il procedimento nel mese di settembre quando, in seguito ai numerosi casi giunti alle sedi di **Perugia e Ascoli Piceno**, anche **MDC** ha segnalato la condotta scorretta dell'agenzia che dal 2010 al 2013 ha frodato moltissime persone. Secondo la denuncia mossa da **MDC**, la società **Obiettivo Europa**, specializzata nella diffusione di prodotti editoriali e conosciuta come agenzia di viaggio e turismo, avrebbe contattato per telefono i consumatori in possesso di partita Iva per illustrare i propri pacchetti turistici. Durante la telefonata si menzionava la successiva visita di un loro agente dietro la rassicurazione del carattere assolutamente pubblicitario e non vincolante dell'offerta.

La realtà tuttavia era ben diversa: il cittadino riceveva un kit contenente materiale pubblicitario, una lettera e alcuni "buoni vacanza", presupponendo la stipula di un **contratto a distanza**. In alcuni casi, come quello denunciato ad Ascoli, la spedizione non sarebbe stata preceduta nemmeno da una telefonata. Da qui il tormento per i cittadini, citati in giudizio e raggiunti da continui solleciti, al fine di indurli al pagamento dei servizi non richiesti di **somme variabili da 245 a 392 euro**.

Sono tantissime le lettere pervenute dal mese di dicembre 2010 al mese di gennaio 2013 a cittadini inconsapevoli. I voucher consegnati non riportano alcun tipo di informazione circa le caratteristiche, le località e le strutture dove trascorrere la vacanza, né indicazioni circa l'identità del professionista e le condizioni economiche di fruizione dei buoni.

L'Antitrust, coadiuvata dal **Nucleo Speciale Tutela Mercati della Guardia di Finanza**, al termine il procedimento a carico della società, ha così accertato la responsabilità di Obiettivo Europa e fissato a trenta giorni il tempo utile per pagare la sanzione.

In particolare l'Autorità ha evidenziato ben due pratiche scorrette a danno dei consumatori:

- *diffusione di informazioni commerciali ingannevoli attraverso attività di telemarketing e il servizio postale per sollecitare i consumatori all'accettazione di "buoni vacanza" asseritamente "senza impegno";*

- *invio di insistenti solleciti di pagamento per servizi turistici non richiesti consapevolmente, anche a mezzo di citazione in giudizio dinanzi al Giudice di Pace non competente territorialmente.*

Risultano essere state spedite circa **300 notificazioni di atti di citazione** in giudizio dinanzi al Giudice di Pace, ma in realtà emerge che non siano mai stati iscritti a ruolo a causa della mancata richiesta della società di recupero crediti.

A queste pratiche pertanto va applicato quanto stabilito dal Codice del Consumo e le tutele che esso riserva ai consumatori. L'Antitrust infatti, tenuto conto della gravità e della durata della violazione, ha disposto l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria del valore di 5.000 €, *in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai servizi turistici pubblicizzati dal professionista.*

"Siamo soddisfatti del lavoro svolto dall'Antitrust – ha commentato **MDC** – e ci auguriamo che le sanzioni costituiscano un deterrente per tutte le società "furbette" che non rispettano il **Codice del Consumo**. Le pratiche commerciali scorrette sono ancora un fenomeno troppo diffuso, invitiamo sempre i cittadini a rivolgersi alle associazioni per denunciarle e combatterle".

Spreco energetico: MDC aderisce al progetto MarketWatch!

di D.Natasha Turano

Si stima che ogni anno siano circa **100 i terawattora di energia sprecati per il consumo domestico in Europa** a causa dell'**inefficienza dei prodotti** sul mercato e della **cattiva condotta** di alcuni produttori e negozianti. Un maggiore consumo elettrico significa bollette più alte per tutti, carico inutile per le reti elettriche e maggiore instabilità climatica.

Anche il **Movimento Difesa del Cittadino (MDC)**, sempre in prima linea sui temi che riguardano la sostenibilità, i consumi dei cittadini e la tutela dell'ambiente, ha aderito alla **campagna europea MarketWatch**, nata con l'obiettivo di individuare prodotti non conformi e negozianti poco attenti, sensibilizzare cittadini e istituzioni e produrre azioni volte al risparmio energetico.

Nonostante l'attività di controllo delle Autorità Nazionali, la sorveglianza può variare molto da Paese a Paese e non sempre le **etichette energetiche**, che dovrebbero aiutare i cittadini a riconoscere i prodotti che aiutano a risparmiare energia, soldi, e dare una mano all'ambiente, sono sufficienti.

Il progetto, co-finanziato dal programma Intelligent Energy Europe dell'Unione Europea, è promosso da **11 realtà europee**, The Danish Consumers Council (DK), The Ecological Council (DK), Quercus (PT), ICRT (UK), EEB (BE), VZBV (DE), ANEC (BE), ECODES (ES), ECOS (BE), Energy Saving Trust (UK), Seven (CZ) e in Italia portato avanti da **Legambiente e Movimento Difesa del Cittadino**, in collaborazione con le autorità nazionali.

Attraverso una continuativa campagna di test sugli elettrodomestici venduti nel mercato tradizionale e online, MarketWatch vuole fare luce su produttori e rivenditori che non rispettano le direttive ed i regolamenti europei e che, in questo modo, stanno privando i consumatori dei risparmi che avrebbero potuto ottenere cambiando elettrodomestico.

Nel corso del progetto, ogni anno saranno portati a termine 110 visite in negozi fisici e altrettante in negozi online (660 in totale) e 100 test di base su elettrodomestici; a tutto ciò si aggiungono 20 test approfonditi, con risultati applicabili a tutti i 10 Paesi partecipanti. Obiettivo, verificare l'applicazione della normativa ed elaborare un **database di casi sospetti** che le autorità potranno utilizzare come punto di riferimento per combattere i comportamenti scorretti e tutelare i cittadini.

Le due **direttive sull'Ecodesign** e sull'**Etichetta Energetica** impongono ai prodotti dei precisi limiti di consumo energetico ed altri criteri ambientali. Il controllo sul mercato serve a creare una competizione corretta tra i produttori ed i rivenditori, che a sua volta si traduce in risparmio in bolletta per i consumatori.

Si stima che la sola Direttiva Ecodesign possa fare risparmiare agli europei circa 90 miliardi di euro all'anno al 2020, che si traducono in circa 280 euro per ogni famiglia. Il clima è l'altro grande beneficiario dall'applicazione corretta della norma, con una stima di 2 milioni di tonnellate di Co2 non emesse ogni anno.



Purtroppo la norma non è sempre correttamente applicata.

Il progetto quindi mira a creare risultati seri promuovendo una presa di coscienza da parte dei cittadini e dei Mass Media per mettere sotto pressione le aziende poco serie e grande rilevanza assumeranno le attività di comunicazione e informazione messe in campo dalle associazioni promotrici in tutti i Paesi dell'Unione Europea.

Per ulteriori informazioni basta visitare il sito della campagna www.market-watch.eu, il sito www.difesadelcittadino.it o quello delle associazioni partner del progetto.

MDC GENOVA **Salute e Diritti: MDC Genova Punto di informazione e assistenza ai cittadini sui servizi sanitari**

di Gabriella Morasso

La tutela della salute è compresa nell'articolo 32 della Costituzione Italiana: inizialmente, il concetto di salute era inteso in senso limitativo, cioè solo come assenza di malattie o di infermità, fisiche e psichiche. Nel tempo, e sfruttando la delibera dell'Organizzazione Mondiale della Sanità del 1977 (denominata "Salute per tutti", poi culminata nel 1984 con l'adozione, da parte degli Stati Membri, di strategie regionali di HFA, ossia Health For All), si è giunti ad una nozione molto più ampia di salute, come "stato di completo benessere fisico, mentale e sociale", quindi con riferimento al benessere del soggetto nell'ambiente salubre, alla fruibilità dei servizi minimi sufficienti per l'integrità fisica e sociale dell'ambiente, ecc.

Ogni persona ha il "diritto alla salute" cui, contemporaneamente, conseguono una serie di altri diritti quali: quello di essere curato, o, al contrario, di poter decidere di rifiutare le cure, il diritto di esercitare la libertà di cura (ovvero l'indipendenza dei cittadini nella scelta delle terapie) e il diritto al "consenso informato" ovvero l'obbligatorietà, per il medico, di fornire tutte le informazioni che si ritengono necessarie e utili affinché un paziente possa realmente scegliere un trattamento, in modo consapevole. Ogni individuo ha cioè il diritto di essere curato e di ricevere le opportune informazioni sulla natura e i possibili sviluppi del percorso terapeutico cui può essere sottoposto e delle eventuali terapie alternative. Tali informazioni devono essere le più esaurienti possibili, proprio al fine di garantire la libera e consapevole scelta da parte del paziente e, quindi, la stessa libertà personale sancita dalla Costituzione.

A questo fine è stato costituito un Punto di Informazione e Assistenza in tema di "SALUTE E DIRITTI", un servizio del Movimento Difesa del Cittadino di Genova che consente di avere informazioni su argomenti di salute e sulle modalità più idonee per una corretta prevenzione, rendendo disponibili, per tutti, i risultati della ricerca scientifica e della innovazione tecnologica. Viene fornita assistenza ai cittadini in tema di tutela del diritto alla salute (come per es. : il diritto alla privacy, ad ottenere informazioni su prestazioni e opzioni terapeutiche, a ricevere cure appropriate, il diritto al reclamo).

Attivo da Giovedì 6 Marzo 2014, il <<Punto Informativo>> **aiuta i cittadini ad ottenere i propri diritti** nel settore della salute presso la sede di Via Caffà 3-5 sc.B – 16129 Genova, tutti i Giovedì mattina, dalle ore 9,30 alle ore 12,30.

Chi intende porre quesiti in tema di Diritti e Salute può telefonare al numero 010/3623036 per prendere un appuntamento, o inviando una mail all'indirizzo genova@mdc.it.

Chiunque potrà sottoscrivere la quota associativa annuale al costo di solo €. 1,00. Ogni eventuale "apertura pratica", avrà il costo di €. 25,00, che andranno a supporto delle attività che MDC svolge a favore degli associati. L'attività di consulenza, infatti, verrà prestata a titolo volontario e gratuito da parte della referente Dott.ssa Gabriella Morasso, che, nel settore, ha esperienza trentennale come psicologa clinica, in ambito di Sanità Pubblica.

MDC ROMA NORD

Acqua: Allarme arsenico a Roma Nord, MDC valuta l'annullamento delle bollette

"I cittadini romani hanno necessità di trasparenza oltre che di una adeguata **garanzia e tutela della salute**. Occorre controllare in modo chiaro e tempestivo i livelli di superamento dei **limiti di arsenico nell'acqua** previsti dalla legge e darne immediata comunicazione agli utenti. E' necessario anche individuare le eventuali **responsabilità** e gli obblighi specifici in merito dell'**amministrazione capitolina** che è tenuta a comunicare, previa idonea valutazione, il rischio per la salute dei cittadini di Roma" è quanto affermano **Silvia Biasotto del Dipartimento Sicurezza alimentare e l'avvocato Francesca Giglio della sede Roma Nord del Movimento Difesa del Cittadino** in merito alla emergenza romana dell' acqua all'arsenico.

Cosa significa, come riporta il Comune sul proprio portale, che "Il provvedimento è stato adottato in base ad un principio di precauzione?"

E perché si fa sapere che da due anni sulle bollette delle proprie utenze è riportata la dicitura "acqua non potabile"? Di quanto sono stati superati i limiti di legge? Questi alcuni dei quesiti non chiari ai consumatori.

"L'ordinanza del Comune parla di divieto di utilizzo dell'acqua per il consumo umano, ovvero non solo quella destinata ad uso potabile, per la preparazione di cibi e bevande ma anche quella destinata ad altri usi domestici. Questo significa che si tratta di acqua non fruibile per tutte le attività domestiche. Pertanto MDC valuterà la possibilità di chiedere l'annullamento e lo storno delle bollette già emesse e da emettersi", annuncia l'avvocato.

Infine, l'associazione chiede che periodicamente i cittadini siano informati dei parametri qualitativi dell' acqua in bolletta anche sul sito web del Comune di Roma per garantire la più ampia diffusione.

MDC LAZIO

Pari opportunità: Mdc Lazio e Res Roma calcio femminile insieme per promuovere lo sport e la cultura di genere

Impegnarsi insieme nella promozione e la tutela dei diritti delle donne. E' quanto prevede la **convenzione che MDC Lazio e Res Roma Calcio femminile** hanno firmato proprio alla vigilia dell'8 marzo, la Festa delle Donne.

Particolare attenzione è rivolta ai temi della prevenzione e salvaguardia della salute e solidarietà, tutto per soddisfare la necessità di perseguire una migliore qualità di vita, una migliore convivenza sociale.

L'impegno si concentrerà sia nell'educazione di una corretta pratica sportiva con particolare riferimento alle fasce sociali deboli anche in età evolutiva attivando tutte le iniziative utili a **tutelare il diritto del cittadino e sia nella promozione dei valori legati alla cultura di genere e le pari opportunità.**

Il presidente Res Roma calcio femminile **Carlo Biasotto** "Per noi è un onore, oltre che un piacere, poter attuare tale sinergia con il Movimento Difesa del Cittadino del Lazio, movimento che da sempre seguiamo e sosteniamo. Metteremo a disposizione il nostro staff dirigenziale e tecnico, e tutte le nostre tesserate, per dar vita a manifestazioni che possano favorire la diffusione di quelli che sono i cardini fondamentali dell'associazione MDC, e siamo convinti che tale rapporto di collaborazione potrà favorire anche la cultura del nostro sport, troppo spesso valutato da una nazione **che soffre ancora di maschilismo**, secondo cui determinati mestieri ed hobby sono una lobby degli uomini. Insieme potremo fare molto e sono certo che a breve otterremo i risultati sperati."



Il presidente MDC Lazio **Livia Zollo** "La nostra associazione è ben lieta di lavorare in sinergia con questa bella e sana realtà sportiva. Mi auguro che possa favorire a diffondere una cultura di genere tra i cittadini in un momento molto importante per il ruolo e la presenza della donna nella scena politica interna".



Movimento Difesa del Cittadino
Via Quintino Sella 41 00187 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.