

Bilanciamo MDC

Bilancio Sociale 2009-2011

Iniziativa "Bilanciamo MDC" finanziata dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali
ai sensi della lett. d) della L. 383/2000 - Direttiva annualità 2010

Indice

Lettera agli stakeholder	5
Nota introduttiva e metodologica	6
L'Identità di MDC	7
Informazioni generali sull'associazione	8
La mission	9
Cosa facciamo	9
Gli ambiti di intervento	11
Storia dell'associazione	13
Analisi degli stakeholder	17
Mapa degli stakeholder	18
Stakeholder interni	19
I soci	20
Le sedi locali	21
Gli organi statutari	24
Lo staff nazionale	28
Il personale	29
Stakeholder esterni	31
Il mondo dell'associazionismo	32
Le Istituzioni pubbliche	38
Il mondo delle imprese	42
Le aspettative degli stakeholder verso MDC	46

Relazione Sociale 2009-2011	49
Servizi a rete	51
Sicurezza alimentare e ambiente	67
Solidarietà sociale, salute e servizio civile	75
Banche, poste e assicurazioni	87
Contraffazione, prezzi e tariffe	103
Minori	111
Turismo e trasporti	117
Formazione	121
Comunicazione, editoria e web	125
Altri ambiti di attività	131
MDC sul territorio	137
I servizi per i cittadini	138
Attività progettuali	141
Dossier	153
Altre iniziative rilevanti a livello locale e interregionale	156
Dimensione economica	157
Risorse raccolte	158
Utilizzo delle risorse	164
Prospettive future	167
Il punto di vista degli stakeholder	168
La riflessione interna	170

Carissimi lettrici e lettori,

il 2012 è per la nostra associazione un anno speciale: **venticinque anni fa**, il 6 aprile 1987, con una conferenza stampa in cui veniva presentato il “Manifesto del cittadino”, iniziavamo la nostra avventura al fianco dei cittadini-consumatori.

Carlo Caracciolo, Giovanni Valentini, Pierre Carniti, Antonio Giolitti, Sabino Cassese e altri cittadini attivi sentirono la necessità di rispondere all’appello del Direttore della rivista Micromega Giorgio Ruffolo, che aveva pubblicato un articolo intitolato **Aux armes les citoyens!** che suonava come un vero e proprio atto d’accusa nei confronti di “una burocrazia sempre più autoreferenziale e inefficiente”. Il Movimento nasce per “promuovere la difesa dei diritti, della libertà e della dignità dei cittadini”. In venticinque anni di storia questo ambizioso obiettivo ci ha spinto a dar vita a idee, progetti, campagne e battaglie per essere protagonisti attivi dei tanti cambiamenti che hanno coinvolto i cittadini.

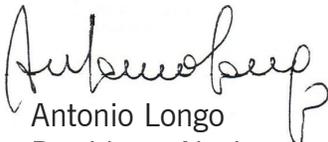
Oggi, con lo stesso spirito dei fondatori, continuiamo ad occuparci di loro ma siamo consapevoli che, in un mondo dove tutto cambia a grande velocità, è necessario riflettere sulla *mission* per ridefinire gli obiettivi futuri. Una bella opportunità per fare questo percorso è rappresentata dal Bilancio Sociale, che presentiamo a tutti voi per la prima volta. Questa operazione complessa ci è stata facilitata dal sostegno finanziario del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

La crescita costante del numero di sedi e sportelli negli ultimi anni, ci impone di trasmettere una maggiore e sempre più chiara consapevolezza dell’identità dell’associazione. MDC è un organismo vivente, un sistema di risorse umane che lavorano in sinergia. Per questo ha bisogno di essere mosso da un’unica energia, parlare lo stesso linguaggio dal centro alla periferia. Allo stesso tempo il numero crescente delle attività a tutela dei cittadini, **i progetti sempre più numerosi**, i contatti frequenti con le istituzioni e le grandi imprese di servizi ci spingono a organizzare meglio le nostre risposte, adattandole continuamente alle esigenze e alle aspettative dei cittadini.

Con questo spirito abbiamo redatto il Bilancio Sociale, un’imperdibile occasione di verifica e riorganizzazione interna e **non uno strumento di comunicazione autoreferenziale**. Questo documento è una riflessione sul percorso degli ultimi tre anni e ci permette di fare una valutazione sulle attività realizzate, sull’efficienza-efficacia delle nostre strutture centrali e territoriali, sull’utilizzo delle risorse finanziarie pubbliche e private ottenute, di aprire un confronto sugli obiettivi futuri alla luce dei risultati conseguiti e delle criticità rilevate. Siamo convinti che questo strumento ci consentirà di migliorare l’organizzazione della nostra Associazione e di comunicare meglio le battaglie che conduciamo.

La stesura del Bilancio Sociale ha permesso di raccontarci, di scrivere e riscrivere la “carta di identità associativa” sulla quale potrete leggere chi siamo, quanti siamo, quanto costano i servizi che realizziamo e quali risultati otteniamo.

Un grazie particolare va a tutti Voi che condividete il nostro lavoro e i nostri valori e, come in questa occasione, ci permettete di migliorare!


Antonio Longo
Presidente Nazionale

Il presente documento rappresenta il primo Bilancio Sociale che il Movimento Difesa del Cittadino realizza ed ha come oggetto di rendicontazione il triennio appena trascorso (2009-2011).

Gli **standard di rendicontazione sociale** su cui è basata la sua predisposizione sono le principali *linee guida* per il non profit diffuse a livello nazionale. In particolare si è fatto riferimento alle “Linee Guida per la Redazione del Bilancio Sociale delle Organizzazioni non profit” emanate dall’*Agenzia per il Terzo Settore* nel febbraio 2010, rielaborate in modo da adeguarle alle specificità organizzative e al contesto normativo e sociale in cui opera MDC, in quanto associazione di tutela dei cittadini e dei consumatori. Il percorso di costruzione del Bilancio Sociale è stato realizzato nell’ambito del **progetto Bilanciamo MDC** finanziato dal Ministero delle Politiche Sociali. Il coordinamento complessivo del progetto è stato garantito da una figura interna, con il supporto di un consulente esterno esperto in rendicontazione sociale¹.

Per il lavoro di redazione del Bilancio Sociale si è intrapreso un **percorso formativo interno**, in cui è stato coinvolto lo staff della sede nazionale (in 6 incontri e 1 focus group realizzati tra ottobre e dicembre 2011), accompagnato dal consulente esperto e impostato secondo la metodologia del lavoro di gruppo, per costruire in maniera partecipata il Bilancio Sociale e condividerne le tecniche e gli strumenti necessari per realizzare in maniera autonoma i bilanci sociali dell’associazione negli anni futuri.

Nella formazione sono state coinvolte anche le sedi locali attraverso 3 incontri formativi a Roma (Area Centro), Bologna (Area Nord) e Napoli (Area Sud e Isole).

In questa prima edizione del Bilancio Sociale è stato anche avviato un processo di **coinvolgimento degli stakeholder**, sia interni che esterni.

Per quanto riguarda gli stakeholder interni è stato privilegiato il dialogo con le sedi locali, cui sono state richieste alcune informazioni su aspetti organizzativi, servizi offerti e attività progettuali realizzate. Per facilitare il lavoro di raccolta dei dati è stato predisposto un questionario compilabile on line.

Il dialogo con gli stakeholder esterni è stato attivato attraverso una consultazione tramite questionario, cui hanno aderito 20 referenti di altrettante organizzazioni, istituzioni, imprese e associazioni di imprese². Ad essi è stato chiesto di esprimere la propria opinione su quale tipo di informazioni devono essere contenute nel BS, quali sono le loro aspettative verso MDC e verso le Associazioni di Consumatori e quali ritengono debbano essere gli impegni del consumerismo rispetto alle esigenze future degli utenti e dei consumatori.

La diffusione del Bilancio Sociale triennale, sarà garantita tra l’altro attraverso una pubblicazione cartacea del Bilancio Sociale integrale (distribuita alle sedi locali, agli stakeholder e nella conferenza stampa di presentazione) e di un suo estratto da distribuire ai cittadini.

Per contatti in relazione al Bilancio Sociale:

Marco Dal Poz

tel. 06.4881891

e-mail: marcodalpoz@mdc.it

¹ Marco Dal Poz, coordinatore interno; Giulio Croce esperto di rendicontazione sociale (Associazione Parsec di Roma).

² Si ringraziano per la disponibilità: Pietro Giordano (Adiconsum), Mario Finzi (Assoutenti), Mara Colla (Confconsumatori), Pietro Praderi (Lega Consumatori), Teresa Martino (Arci Servizio Civile Roma), Rossella Muroni (Legambiente), Margherita Caroli (Asl di Brindisi), Francesca Romana Ferri (AGCM), Enrico Maria Cotugno (AGCOM), Antonia Martelli (CNCU – Ministero Sviluppo Economico), Mauro Ugolini (Intesa Sanpaolo), Marina Migliorato (Enel), Romolo Giacani (Poste Italiane), Agata Carosi (Telecom Italia), Emanuela Angori (UniCredit), Leone Vitali (Vodafone), Luigi Mechilli (Wind), Giustino Trincia (ABI), Giacomo Carbonari (ANIA), Cristina Castellani (Consiglio Nazionale del Notariato).

L'identità di MDC

Informazioni generali sull'associazione

Dati anagrafici

Denominazione	MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO – MDC
Logo	
Tipo di associazione	Associazione di tutela dei diritti dei cittadini, consumatori e utenti
Data di costituzione	13.11.1987: nascita del Comitato "Movimento di Difesa del Cittadino" 17.02.1990: trasformazione in Associazione "Movimento Difesa del Cittadino"
Riconoscimenti istituzionali	<ul style="list-style-type: none"> - Associazione di promozione sociale riconosciuta dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, iscritta nel Registro Nazionale al n. 114 con Decreto del 16.03.2006 - Associazione che svolge attività nel campo della lotta alle discriminazioni, iscritta al n. 244 nel Registro UNAR istituito presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento per le Pari Opportunità - Membro dal 31.10.2000 del CNCU (Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti) istituito presso il Ministero dello Sviluppo Economico
CF	97055270587
Legale rappresentante	Antonio Longo

Sedi, contatti e canali informativi

Sede legale e operativa	Via Quintino Sella, 41 – 00187 Roma
Recapiti telefonici	06.4881891
Fax	06.42013163
E-mail	info@mdc.it
Sito internet	www.mdc.it
Pagina facebook	movimentodifesadelcittadino
Pagina twitter	mdcnazionale
Web TV	su youtube: cittadiniintv

La mission

Il **Movimento Difesa del Cittadino (MDC)** è un'Associazione di tutela dei diritti dei cittadini, consumatori e utenti, indipendente da partiti e sindacati.

E' nato nel 1987 con l'obiettivo di promuovere la tutela dei diritti dei cittadini, informandoli e dotandoli di strumenti giuridici di autodifesa, prestando assistenza e tutela tramite esperti.

Il Movimento promuove e persegue con ogni mezzo legittimo, anche attraverso il ricorso allo strumento giudiziario, le seguenti finalità:

- la tutela dei diritti e degli interessi delle persone nei confronti delle Pubbliche Amministrazioni;
- la difesa del consumatore-utente nei rapporti con le Aziende pubbliche o private produttrici, distributrici ed erogatrici di beni e servizi, la difesa dell'interesse individuale e collettivo alla trasparenza, correttezza, equità dei contratti, nonché all'economicità dell'offerta;
- la difesa e la tutela dei diritti e degli interessi individuali e collettivi dei consumatori e utenti, risparmiatori, investitori o contribuenti che acquistino o comunque fruiscono di prodotti e servizi bancari, creditizi, finanziari, assicurativi e postali;
- il corretto rapporto tra cittadini e giustizia;
- il pluralismo, l'obiettività e la trasparenza dell'informazione al pubblico e della comunicazione, anche pubblicitaria comunque resa, finalizzata alla promozione, distribuzione e vendita di beni e servizi;
- l'accesso e la fruizione sicura per i cittadini di tutte le tecnologie di trasmissione e comunicazione dati, audio e video esistenti e dei relativi contenuti;
- la tutela e la salute delle persone e del rispetto dei diritti del malato e della sua famiglia;
- la tutela di bambini, anziani, disabili e persone economicamente svantaggiate;
- il miglioramento della qualità della vita e della protezione dell'ambiente e la tutela della salute dei cittadini da ogni forma di inquinamento;
- la tutela e la valorizzazione del paesaggio, dei beni culturali, architettonici e di interesse artistico;
- la sicurezza alimentare, la tutela dei consumatori dalle frodi e la difesa e promozione dei prodotti tipici locali come patrimonio biologico e culturale;
- la promozione e la divulgazione della cultura attraverso attività di progettazione, di studio, ed iniziative attinenti i diritti dei cittadini e degli utenti;
- il rispetto delle diversità di etnia, religione, identità sessuale.

Cosa facciamo

Il Movimento, per realizzare gli obiettivi statutari:

- promuove iniziative di studio e ricerca;
- elabora e propone norme per la tutela dei diritti dei cittadini;
- pubblica organi periodici di informazione, attiva siti telematici e realizza strumenti multimediali;
- promuove ed esercita azioni nelle sedi giudiziarie civili, amministrative e penali e dinanzi alle Autorità di garanzia, ai sensi della vigente legislazione: in particolare tutela in tutte le sedi giudiziarie i diritti e gli interessi dei cittadini quali consumatori, risparmiatori, utenti e contribuenti agendo, resistendo o intervenendo nei giudizi civili, amministrativi, tributari sia a titolo individuale che nell'interesse collettivo;
- interviene nei procedimenti amministrativi;
- partecipa o stipula convenzioni per assicurare servizi ai soci ed ai consumatori e per rafforzare la propria base associativa;
- promuove la formazione delle proprie strutture territoriali.

Nello specifico le attività ordinarie dell'Associazione sono le seguenti:

Assistenza e tutela

L'Associazione tramite le sedi locali e gli esperti presenti sul territorio assiste i cittadini nella risoluzione delle controversie nei settori e sulle tematiche tipiche del consumerismo: con i gestori dei servizi di pubblica utilità (acqua, luce, gas, telefono, trasporti), con il condominio, con la pubblica amministrazione, con assicurazioni, banche e poste. E' quindi possibile effettuare pratiche di reclamo o extragiudiziali (conciliazione o ricorso al giudice di pace). L'Associazione tende ad evitare, se possibile, il ricorso alla giustizia ordinaria ma in alcuni casi i cittadini possono essere assistiti ugualmente. Ci si può rivolgere alle sedi del Movimento anche semplicemente per richiedere informazioni.

Progetti e campagne informative

Parte importante dell'attività associativa è rappresentata dai progetti e dalle campagne informative realizzate in partnership con istituzioni o imprese. L'associazione ritiene fondamentale l'informazione come strumento per migliorare le capacità di autotutela del cittadino-consumatore e renderlo maggiormente consapevole. L'azione di comunicazione che viene realizzata tramite i progetti consente di supportare l'attività di lobbying e di fornire strumenti utili di autotutela ai consumatori.

Attività di comunicazione

L'Associazione ha un'intensa attività di comunicazione e promuove la sua attività tramite comunicati stampa, conferenze e convegni. Pubblica periodici cartacei e telematici destinati ai soci e agli altri stakeholder. Ha un sito web istituzionale ed è presente nei social network.

Conciliazione extragiudiziale

La Conciliazione è un metodo di giustizia alternativa a quella ordinaria, che prescinde dall'intervento del giudice. Nella Conciliazione le parti in lite giungono ad una soluzione concordata e per entrambe soddisfacente, grazie all'assistenza e alla mediazione di un esperto qualificato (il Conciliatore) nominato dalle Associazioni dei Consumatori. Il ruolo del Conciliatore è di particolare rilevanza e delicatezza: egli suggerisce proposte risolutive non vincolanti, che le parti in conflitto liberamente accettano o rifiutano ed è, quindi, grazie alla sua abilità e professionalità che si giunge alla composizione della lite.

Lobbying

MDC come le altre Associazioni di Consumatori, tutela gli interessi dei cittadini, consumatori/utenti e attiva iniziative per modificare o proporre interventi legislativi o regolatori presso le istituzioni pubbliche e le Authority nonché presso le aziende di servizi per modificare comportamenti scorretti o proporre di virtuosi. La rappresentanza degli interessi è un elemento fondamentale di un sistema politico democratico. Tutti gli individui e tutte le organizzazioni (private o pubbliche) portano con sé degli interessi (che possono essere più o meno diffusi). Laddove questi interessi si organizzano si parla di gruppi di interesse; quando i gruppi di interesse entrano nell'arena politica, al fine di influenzare le decisioni pubbliche, parliamo di gruppi di pressione, o lobby.

Attività consultiva

Le Associazioni, secondo il Codice del Consumo, possono esprimere pareri, ove richiesto, sugli schemi di atti normativi che riguardino i diritti e gli interessi dei consumatori e degli utenti e formulare proposte in materia di tutela dei consumatori e degli utenti, anche in riferimento ai programmi e alle politiche comunitarie. MDC, come le altre Associazioni, è coinvolta e partecipa ad audizioni richieste dalle Autorità di regolamentazione del mercato, dalle categorie economiche e sociali e dalle pubbliche amministrazioni.

Ricorsi e segnalazioni alle Authority

MDC propone ricorsi e/o segnalazioni alle Autorità di regolazione (Antitrust, Autorità per l'Energia e Autorità per le Comunicazioni) per contrastare le anomalie del mercato, consentendo al regolatore di avviare procedimenti di verifica ed eventuale sanzione verso i soggetti imprenditoriali che abbiano violato norme, alterato la libera concorrenza o applicato pratiche commerciali scorrette.

Azione giudiziale

Le associazioni nazionali dei consumatori e degli utenti riconosciute sono legittimate ad agire in giudizio, ai sensi dell'art. 140 del Codice del Consumo, a tutela degli interessi collettivi dei consumatori e degli utenti. Con la loro azione possono richiedere al tribunale:

- a) di inibire gli atti e i comportamenti lesivi degli interessi dei consumatori e degli utenti;
- b) di adottare le misure idonee a correggere o eliminare gli effetti dannosi delle violazioni accertate;
- c) di ordinare la pubblicazione del provvedimento su uno o più quotidiani a diffusione nazionale oppure locale nei casi in cui la pubblicità del provvedimento può contribuire a correggere o eliminare gli effetti delle violazioni accertate.

Secondo l'art. 140 bis le Associazioni possono promuovere azioni di classe a tutela degli interessi collettivi.

Studi e ricerche

MDC promuove studi, ricerche e conferenze sui problemi del consumo e sui diritti dei consumatori e degli utenti ed il controllo della qualità e della sicurezza dei prodotti e dei servizi.

Gli ambiti di intervento

Servizi a rete

Questo ambito di intervento è tra i più ampi e comprende l'energia e le telecomunicazioni. Gli interventi che l'Associazione realizza riguardano la difesa del consumatore-utente nei rapporti con le Aziende, pubbliche o private, produttrici, distributrici ed erogatrici di beni e servizi. MDC, oltre ad assistere i cittadini promuove azioni di lobbying, di confronto con le istituzioni e le imprese, nonché istanze di reclamo/segnalazione alle autorità di regolazione per comportamenti scorretti e di alterazione dei mercati.

Sicurezza alimentare e ambiente

In questo settore MDC può considerarsi tra le Associazioni di Consumatori più impegnate e più autorevoli. In particolare la sicurezza alimentare e l'educazione al consumo consapevole degli alimenti rappresentano tematiche sulle quali l'Associazione ha focalizzato da molti anni la sua attività. Gli interventi realizzati in questi ambiti perseguono l'obiettivo principale di educare i cittadini ad un'alimentazione consapevole e responsabile, al rispetto dell'ambiente e alla promozione dello sviluppo sostenibile.

Solidarietà sociale, salute e servizio civile

Gli interventi che l'Associazione realizza in questi ambiti perseguono l'obiettivo principale di tutelare i cittadini più svantaggiati in particolare immigrati, anziani, malati e minori. L'azione prevalente riguarda comunque tematiche legate alla mission dell'associazione e quindi l'attenzione è spesso focalizzata sulla tutela dei diritti dei consumatori. Dal 2011 MDC, nella sua attività, si avvale della collaborazione dei volontari in servizio civile e dal 2009 presenta regolarmente progetti di servizio civile nazionale.

Banche, poste e assicurazioni

Quest'area di intervento dell'Associazione è tra le più ampie: gli interventi spaziano dall'attività di tutela a quella di lobbying, passando per il confronto diretto con gli stakeholder per promuovere buone pratiche, modificare prassi e contratti. Importante è anche l'attività progettuale di informazione in partnership con alcuni di essi.

Contraffazione, prezzi e tariffe

Gli interventi che l'Associazione realizza in questi ambiti perseguono l'obiettivo principale di denunciare l'aumento ingiustificato di prezzi e tariffe, le speculazioni e la falsificazione/contraffazione di prodotti. Rientra in questo contesto anche l'applicazione di eccessiva tassazione da parte degli enti pubblici.

Minori

A questo ambito di attività si dedica un settore specifico denominato MDC Junior, nato nel 2005 per informare e fornire ai ragazzi e alle famiglie, alcuni strumenti utili a rapportarsi con il mondo dei consumi e delle istituzioni. MDC-Junior è attivo nella ricerca, attraverso la raccolta di atti e documenti relativi all'infanzia ed all'adolescenza, nel monitoraggio dei fenomeni socio-culturali considerati più a rischio per bambini e giovani (tendenze di consumo, rapporto con le nuove tecnologie, mode alimentari) e nell'informazione, attraverso la pubblicazione di dossier e la realizzazione di iniziative e campagne dedicate alle scuole, ai docenti ed alle famiglie.

Turismo e trasporti

Gli interventi che l'Associazione realizza in questi ambiti hanno l'obiettivo di tutelare il turista e l'utente dei servizi di trasporto pubblico e privato. Oltre al supporto legale realizzato tramite gli esperti presso le sedi locali, MDC attiva periodicamente numeri verdi per l'assistenza ai turisti e pubblica dossier e vademecum informativi.

Altri ambiti di attività

- Formazione;
- Casa e condominio;
- Fisco e previdenza;
- Giustizia;
- Privacy, informatica e web;
- Pubblica amministrazione, servizi pubblici locali, pianificazione del territorio e urbanistica;
- Politiche europee.

Storia dell'associazione

1987

Il 13 novembre nasce a Roma il Comitato Movimento di Difesa del Cittadino. Presidente On. Vincenzo Mattina.

1988

Campagna per l'approvazione della Legge 15/1968 sull'autocertificazione. Collaborazione con la rubrica "Diogene, al servizio del cittadino" del TG2 Rai, curata da Antonio Lubrano.

1990

Il Movimento di Difesa del Cittadino da Comitato diventa Associazione. A fianco del Presidente Mattina, Marina Migliorato viene eletta Segretario Nazionale.

1991

Istituzione del Premio "Faccia di Bronzo".

1993

Franco Venni, nuovo Presidente.

1994

Marina Migliorato, nuovo Presidente. Ingresso di MDC al "Forum per la tecnologia dell'informazione".

1995

Parte la campagna Mutui in ECU.

1996

Nasce il periodico del Movimento "Diritti del Cittadino". Prosegue l'impegno per la semplificazione amministrativa: parte la campagna "SOS Antiburocrazia". Il Movimento aderisce al Forum del Terzo Settore.

1997

MDC accreditato tra le associazioni consumeriste dell'Unione Europea.

Marina Migliorato, rappresentata MDC nel Consiglio Consultivo degli Utenti presso il Garante della Radiodiffusione e l'Editoria.

Nasce la Segreteria Nazionale del Movimento.

MDC è impegnato in questi anni nella promozione della tutela della salute della donna: in particolare collabora con altri coordinamenti di associazioni femminili europee per promuovere la campagna di prevenzione dei tumori al seno, svolta col Comune di Roma sull'intero territorio europeo.

1998

Antonio Longo diventa il nuovo Presidente.

Partono due storiche campagne: "Il pulmino del cittadino" e "Caccia alle leggi inutili".

L'associazione diventa una Onlus.

Il Parlamento approva la nuova legge sui consumatori: legge 30 luglio 1998, n° 281 e nasce il CNCU (Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti).

1999

Nasce Consumers' Forum, MDC ne entra a far parte.

2000

Il Movimento entra nel CNCU, Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti.

Nasce l'organo di stampa mensile ufficiale del Movimento con il nome "Diritti&Consumi" e una pubblicazione settimanale con il nome "MDCNews". Riattivazione del sito web dell'associazione www.mdc.it

2001

Il Movimento aderisce al CEC, Centro Europeo Consumatori.

2002

Creazione e partecipazione alla "Coalizione dei Consumatori", nata dalla convergenza politica con altre 7 associazioni.

2003

MDC partecipa alla creazione di Consumatori Indipendenti, con altre 4 associazioni: Cittadinanzattiva, Confconsumatori, MC, UNC.

MDC partecipa ai tavoli di lavoro con Abi, Poste Italiane, Telecom, Ania, Autorità dell'Energia, Autorità delle comunicazioni, INDICOD.

2004

Partono i progetti "Salute&Gusto" e "Help Consumatori".

Nasce l'Agenzia Help Consumatori (www.helpconsumatori.it).

Viene realizzato il primo Rapporto sulla sicurezza alimentare "Truffe a Tavola".

2005

V Congresso: nasce lo staff legale nazionale di MDC.

Nasce il Dipartimento Junior dell'Associazione.

2006

MDC, insieme alle Regioni Sicilia e Liguria, fonda “Consumed”, una rete di organizzazioni del Mediterraneo che lavorano per la tutela dei diritti dei consumatori.

L'Associazione è riconosciuta Associazione di Promozione Sociale.

2007

MDC è associazione capofila del progetto “Più Concorrenza più Diritti”.

L'Associazione è presente ai tavoli di lavoro di grandi aziende e istituzioni: Consumer Lab (Monte dei Paschi), Poste Italiane, Telecom, Enel, Wind, H3G, Vodafone, Trenitalia, Intesa Sanpaolo, UniCredit Group, Enac, Consiglio Nazionale dell'Ordine degli Psicologi, Consiglio Nazionale del Notariato.

2008

Vanno on line il restyling del sito istituzionale www.mdc.it e il sito dedicato ai piccoli cittadini www.mdcjunior.it.

Aprono gli “Sportelli Arcobaleno” per assistere e tutelare i consumatori immigrati. Parte “Periscope” progetto europeo sull'obesità infantile. MDC è sempre più presente nell'informare i cittadini sul risparmio energetico e per lo sviluppo sostenibile (“In marcia per il clima”, “Le giornate del sole”, “A scuola di Energia”).

2009

MDC si batte per i diritti civili sostenendo la battaglia di Peppino Englaro sull'accanimento terapeutico nei confronti della figlia Eluana.

Parte “Cittadini d'Argento” per promuovere la cittadinanza attiva tra i consumatori più anziani.

Vengono lanciate la newsletter telematica “Mdcnews” e la web tv “Cittadini in TV”.

L'Associazione si batte per la modifica delle norme sulla Class Action.

2010

MDC cambia sede: da Via Piemonte si sposta in Via Quintino Sella.

Si arricchiscono gli accordi di conciliazione: protocollo con Vodafone.

MDC aderisce a Casper insieme a Codacons, Adoc, UNC per combattere le speculazioni.

Al via la newsletter telematica “Salute&Gusto”.

Antonio Longo è nominato dal Governo componente del Comitato Economico e Sociale Europeo e confermato Presidente dell'Associazione.

2011

Parte “Io non voglio il falso”, campagna per combattere la contraffazione promossa dal Ministero dello Sviluppo Economico.

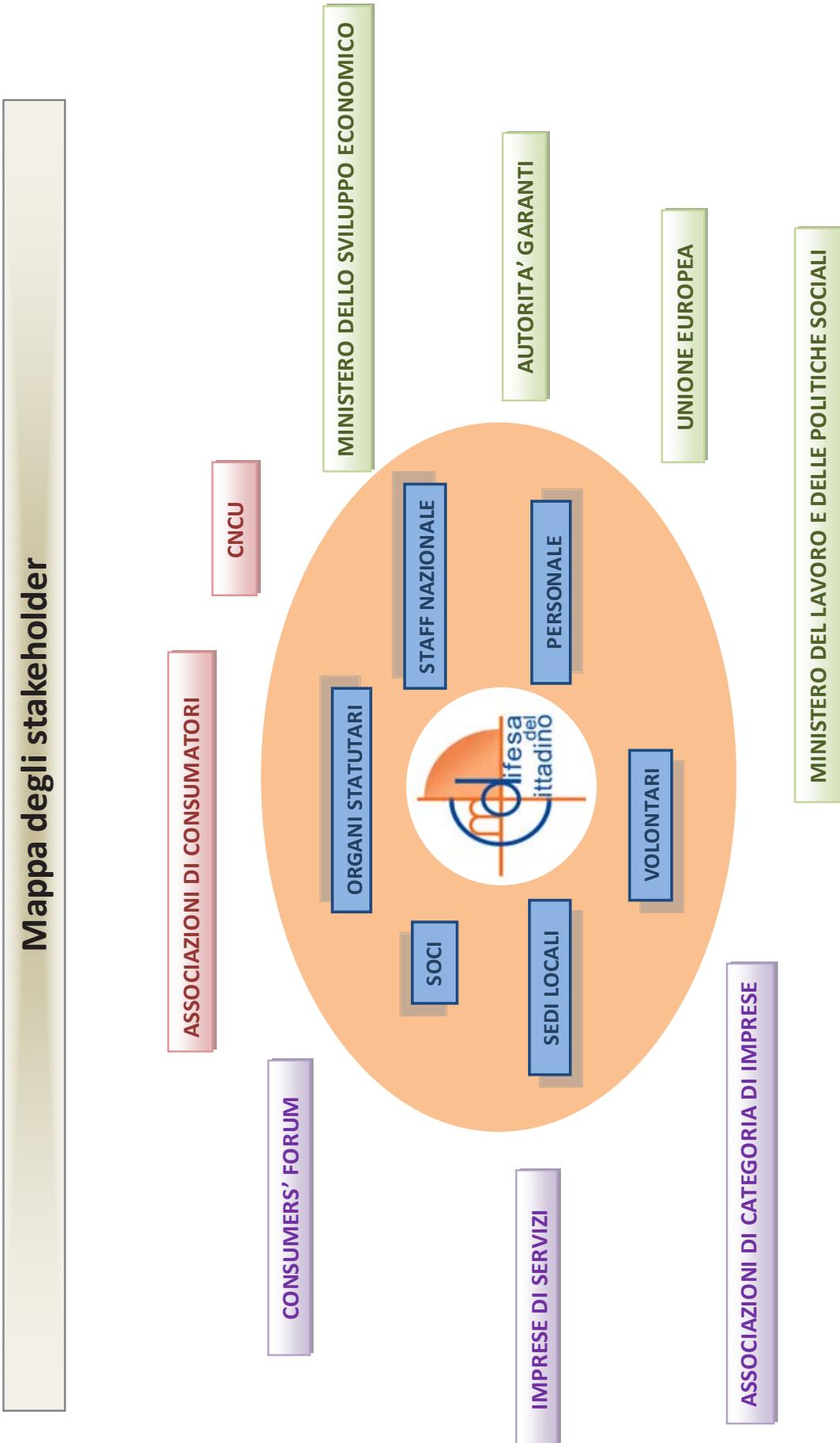
MDC si batte nella campagna referendaria contro il ritorno al nucleare.

Esce l'VIII Rapporto “Italia a tavola” sulla sicurezza alimentare.

MDC entra nel registro nazionale delle associazioni che svolgono attività nel campo della lotta alle discriminazioni.

Primo progetto di Servizio Civile con 4 volontarie.

Analisi degli stakeholder



Stakeholder interni

I soci

Il tesseramento rappresenta il primo momento di adesione ad un'associazione e di sottoscrizione del progetto associativo.

Tutti hanno facoltà di iscriversi al Movimento e il diritto di portare il proprio contributo volontario, secondo disponibilità e capacità, alle scelte ed alle attività del Movimento. Tutti i soci maggiorenni possono essere eletti negli organismi dirigenti e in quelli di garanzia, di qualsiasi istanza o livello dell'associazione.

Le prestazioni dei soci non sono retribuite, sono però rimborsabili le spese sostenute e documentate di coloro che prestano opera necessaria per il funzionamento degli organi centrali e periferici.

L'iscrizione comporta l'accettazione delle norme statutarie ed il versamento della quota associativa annuale, stabilita dalla Direzione Nazionale.

Sono previste diverse quote associative:

1. La quota associativa per il socio ordinario che è di 1 euro.
2. La quota associativa per il socio sostenitore che è di 25 euro.
3. Il socio convenzionato. È possibile attivare accordi e convenzioni con associazioni ed altre realtà collettive che condividono le finalità e i principi di MDC (convenzione con Legambiente, Uisp, Cral).

Il periodo annuale di tesseramento inizia il 1° Gennaio e termina il 31 Dicembre dell'anno (anno solare). La tessera ha la validità di 12 mesi. L'iscrizione al Movimento può essere fatta anche per via telematica.

NUMERO SOCI PER REGIONE			
Regione	2009	2010	2011
ABRUZZO	1.088	717	553
BASILICATA	418	385	426
CALABRIA	1.335	1.231	1.873
CAMPANIA	8.875	5.644	6.460
EMILIA ROMAGNA	2.061	1.693	1.642
FRIULI V. GIULIA	642	480	454
LAZIO	2.223	2.158	5.551
LIGURIA	1.009	1.022	1.090
LOMBARDIA	5.006	4.652	4.096
MARCHE	1.063	964	906
MOLISE	82	128	137
PIEMONTE	1.511	1.416	1.106
PUGLIA	3.518	3.350	3.158
SARDEGNA	0	168	160
SICILIA	3.440	2.498	1.445
TOSCANA	1.952	1.599	1.837
UMBRIA	456	599	483
VENETO	2.257	1.930	1.730
Totale	36.936	30.634	33.107

Le sedi locali

MDC mira a garantire la massima presenza sul territorio nazionale attraverso le proprie sedi locali, che costituiscono le basi associative del Movimento.

Le sedi locali sono quelle associazioni costituite localmente che adottino la medesima denominazione (con l'aggiunta dell'indicazione della località o area territoriale) e che introducano nel loro Statuto una norma di recepimento delle finalità e degli scopi espressi nello Statuto Nazionale. Tali associazioni sono autonome, per quanto concerne il loro ambito territoriale, nel rispetto dello Statuto e delle direttive nazionali e regionali.

La domanda di costituzione di sedi locali o di affiliazione al Movimento deve essere approvata dalla Segreteria Nazionale, sentito il parere del Direttivo regionale e del Responsabile provinciale. Ogni sede territoriale per aderire all'Associazione nazionale contribuisce con una quota di adesione annuale denominata *quota di affiliazione*. L'importo della quota varia in base al numero dei residenti nel territorio della sede.

Possono anche essere aperti Sportelli di assistenza, che fanno riferimento alle sedi locali.

Per garantire capacità di rappresentanza nei confronti delle istituzioni locali, il Movimento prevede una struttura associativa a base provinciale: tutte le sedi locali devono fare riferimento organizzativo alle sedi provinciali, soprattutto per quanto concerne la rappresentanza e l'accreditamento nei confronti delle istituzioni provinciali e locali.

Attualmente l'Associazione è presente sul territorio nazionale in **18 regioni**, con 121 punti di contatto con i cittadini: **65 sedi** locali operative e **56 sportelli territoriali**.

In 14 regioni (Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Emilia Romagna, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte, Puglia, Sicilia, Toscana, Umbria) MDC ha ottenuto l'accreditamento regionale e fa parte delle Consulte dei Consumatori istituite dalle leggi regionali vigenti. Dove c'è l'accreditamento le sedi possono partecipare a bandi regionali per realizzare progetti di informazione e assistenza ai consumatori

ABRUZZO	Responsabile
MDC Abruzzo – coord. regionale	Marco Golato
MDC Ortona (CH)	Luigi Cerini
MDC Pescara	Moreno Mimmo Bonafortuna
BASILICATA	Responsabile
MDC Montescaglioso (MT) – coord. regionale	Maria Michela Bitondo
MDC Potenza	Antonello Andriuolo
CALABRIA	Responsabile
MDC Catanzaro – coord. regionale	Antonio Della Valle
MDC Cosenza	Giorgio Durante
MDC Crotone	Laura Parretta
MDC Reggio Calabria	Giuseppe Tedesco
MDC Vibo Valentia	Francesco Maria Pititto

CAMPANIA	Responsabile
MDC San Giorgio a Cremano (NA) - coord. regionale	Eugenio Diffidenti
MDC Avellino	Generoso Testa
MDC Battipaglia (SA)	Francesco Anzalone
MDC Benevento	Francesco Luongo
MDC Caserta	Paolo Colombo
MDC Piano di Sorrento (NA)	Marco Marrone
MDC Posillipo (NA)	Luca Di Martino
MDC Salerno	Giuseppe Nuvoli
MDC Sannio Valle Telesina (BN)	Giovanni Festa
EMILIA ROMAGNA	Responsabile
MDC Parma – coord. regionale	Michele Saldina
MDC Ferrara	Gianni Ricciuti
MDC Reggio Emilia	Massimo Becchi
FRIULI VENEZIA GIULIA	Responsabile
MDC Udine	Raimondo Gabriele Englaro
LAZIO	Responsabile
MDC Lazio - coord. regionale	Livia Zollo
MDC Civitavecchia (RM)	Massimiliano Astarita
MDC Roma Ovest	Camillo Bernardini
MDC Roma Nord	Marilena Panariello
LIGURIA	Responsabile
MDC Liguria e MDC Genova – coord. regionale	Salvatore Franco - Vittorio Bigliuzzi
MDC Arma di Taggia (IM)	Egle Taggiasco
MDC Ceriale (SV)	Antonio Rinaldi
MDC La Spezia	Roberta Fiorella
LOMBARDIA	Responsabile
MDC Lombardia – coord. regionale	Lucia Moreschi
MDC Bergamo	Franco Calegari
MDC Cremona	Luca Avino
MDC Monza	Bianca Luongo
MDC Varese	Maria Teresa Vaccaro

MARCHE	Responsabile
MDC Marche e MDC Ancona - coord. regionale	Stefania Pasimeni - Sandro Sordoni
MDC Ascoli Piceno	Valeria Manni
MDC Macerata	Gianfranco Borgani
MOLISE	Responsabile
MDC Ururi (CB) – coord. regionale	Donato Frate
MDC Campobasso	Vittorio Ziccardi
MDC Isernia	Achille Di Lello
PIEMONTE	Responsabile
MDC Torino – coord. regionale	Antonio Longo*
MDC Morozzo (CN)	Luciana Fornasari
*pro tempore in attesa dell'elezione del nuovo presidente locale	
PUGLIA	Responsabile
MDC Puglia e MDC Lecce – coord. regionale	Luigi Mariano – M. R. Carnevali
MDC Brindisi	Aniello Valente
MDC Foggia	Ettore Lizzi
MDC Taranto	Lorenzo Iacobbi
SICILIA	Responsabile
MDC Palermo – coord. regionale	Giuseppe Messina
MDC Augusta (SR)	Giuseppe Scarpato
MDC Brolo (ME)	Fausto Ridolfo
MDC Catania	Carmelo Cinnirella
MDC Enna	Paolo Di Venti
MDC Marsala (TP)	Giuseppe Gandolfo
MDC Modica (RG)	Giovanna Tona
SARDEGNA	Responsabile
MDC Cagliari	Marianna Ladogana

TOSCANA		Responsabile
MDC Pistoia – coord. regionale		Desirée Diddi
MDC Empoli (FI)		Filippo Vivaldi
MDC Firenze		Barbara Gualtieri
MDC Lucca		Riccardo Lorenzi
MDC Rispescia (GR)		Roberto Vannetti
MDC Siena		Elena Franci
UMBRIA		Responsabile
MDC Perugia – coord. regionale		Cristina Rosetti
MDC Terni		Cristina Rosetti
VENETO		Responsabile
MDC Vicenza		Silvia Venzo

Gli organi statutari

L'Assemblea Nazionale

Ruolo e funzioni statutarie

L'Assemblea Nazionale è il massimo organismo dirigente del Movimento. Ha il compito di discutere, definire e approvare il progetto associativo; di approvare le proposte di modifica dello Statuto Nazionale; di provvedere al rinnovo delle cariche elettive. In particolare elegge il Presidente Nazionale, i membri della Segreteria e della Direzione Nazionale, il Consiglio Nazionale e il Collegio dei probiviri.

Composizione

Ne fanno parte i delegati delle sedi territoriali eletti dalle rispettive assemblee. Tutti i soci maggiorenni hanno diritto di voto per l'elezione dei delegati della propria sede territoriale.

I componenti non hanno indennità di carica.

L'Assemblea ordinaria si svolge una volta ogni tre anni: l'ultima si è riunita il 17 novembre 2010

Livello di partecipazione all'Assemblea ordinaria del 2010

Partecipanti	n.	%
In proprio	50	56,2
Per delega	30	33,7
Totale partecipanti	80	89,9
Totale membri	89	100

Progetto associativo approvato dall'Assemblea Nazionale

Nell'ultima Assemblea Nazionale i delegati hanno approvato la relazione del Presidente che definiva tra gli obiettivi strategici il consolidamento della presenza in tutte le province e il mantenimento dell'eccellenza in settori nei quali l'associazione ha conquistato negli anni una posizione di leadership tra le associazioni, come la sicurezza alimentare, la tutela dei minori, l'informazione ai consumatori con l'utilizzo delle nuove tecnologie (social network e web tv).

Assemblea straordinaria

Su richiesta della Direzione Nazionale o di almeno un terzo dei consiglieri nazionali, il Presidente convoca l'Assemblea straordinaria. Ne fanno parte i delegati eletti per l'ultima Assemblea ordinaria, salvo per le sedi territoriali nate dopo l'ultima Assemblea ordinaria che provvederanno ad eleggere i delegati. Nel periodo di riferimento del Bilancio Sociale (2009-2011) non sono state convocate Assemblee straordinarie.

Il Consiglio Nazionale

Ruolo e funzioni statutarie

Il Consiglio Nazionale è l'organismo di rappresentanza delle diverse componenti culturali e territoriali presenti nel Movimento. Il Consiglio Nazionale ha il compito di:

- assicurare il necessario raccordo tra le sedi territoriali e la sede nazionale del Movimento;
- realizzare i fini statutarie;
- approvare il bilancio annuale preventivo e consuntivo.

Composizione

I membri del Consiglio Nazionale sono eletti, tra i soci, dall'Assemblea e durano in carica per tre anni. Non ricevono indennità di carica. I componenti attuali sono 65.

Ne fanno parte:

Andriuolo Antonello, Anzalone Francesco, Astarita Massimiliano, Avino Luca, Becchi Massimo, Bernardini Camillo, Bitondo Maria Michela, Borgani Gianfranco, Bonafortuna Moreno, Cappello Mattia, Cerini Luigi, Cinnirella Carmelo, Colombo Paolo, Carnevali Maria Rosaria, Della Valle Enrico, Di Lello Achille, Di Martino Luca, Diddi Desireè, Diffidenti Eugenio, Di Venti Paolo, Durante Giorgio, Englaro Raimondo Gabriele, Festa Giovanni, Fiorella Roberta, Fornasari Luciana, Franci Elena, Frate Donato, Franco Salvatore, Gandolfo Giuseppe, Golato Marco, Gualtieri Barbara, Iacobbi Lorenzo, Ladogana Marianna, Lizzi Ettore, Lorenzi Riccardo, Luongo Francesco, Mariano Luigi, Manni Valeria, Marrone Marco, Messina Giuseppe, Moreschi Lucia, Nicolai Graziella, Nuvoli Peppino, Olivi Bruno, Panariello Marilena, Pasimeni Stefania, Pititto Francesco, Ricciuti Gianni, Ridolfo Fausto, Rinaldi Antonio, Rosetti Cristina, Saldina Michele, Scarpato Giuseppe, Taggiasco Egle, Tedesco Giuseppe, Testa Generoso, Tona Giovanna, Vaccaro Maria Teresa, Valente Aniello, Vannetti Roberto, Venzo Silvia, Vivaldi Filippo, Ziccardi Vittorio, Zollo Livia.

Il Consiglio Nazionale deve essere convocato dal Presidente Nazionale almeno una volta ogni 6 mesi o su richiesta di 1/3 dei Consiglieri.

Effettivo funzionamento e livello di partecipazione

Riunioni svolte nel periodo 2009-2011: 4

N. medio partecipanti: 35 (54%)

La Direzione Nazionale

Ruolo e funzioni statutarie

La Direzione Nazionale ha il compito di applicare le decisioni del Consiglio Nazionale e di nominare il Direttore delle testate edite dal Movimento.

Composizione

I membri sono eletti dall'Assemblea Nazionale. Possono partecipare alle riunioni i responsabili nazionali di settore e della Segreteria Nazionale su invito del Presidente. I componenti sono 20 e non hanno indennità di carica.

Ne fanno parte:

Lucia Moreschi, Silvia Venzo, Michele Saldina, Raimondo Gabriele Englaro, Desireè Diddi, Micaela Girardi, Cristina Rosetti, Livia Zollo, Vittorio Ziccardi, Marco Golato, Eugenio Diffidenti, Luigi Mariano, Maria Michela Bitondo, Enrico Della Valle, Giuseppe Messina, Marianna Ladogana, Francesco Luongo, Antonio Longo.

Nel periodo oggetto di rendicontazione la Direzione è stata convocata unitamente all'Assemblea Nazionale.

La Segreteria Nazionale

Ruolo e funzioni statutarie

La Segreteria Nazionale è l'organo esecutivo del Movimento.

Ha il compito di:

- adottare direttive, provvedimenti e iniziative necessarie al raggiungimento degli scopi sociali;
- applicare le decisioni della Direzione Nazionale e del Consiglio nazionale;
- controllare l'applicazione ed il rispetto dello Statuto e delle norme organizzative dell'associazione;
- designare i rappresentanti del Movimento in altri organismi;
- predisporre il bilancio annuale.

La Segreteria Nazionale si riunisce almeno una volta al mese.

Composizione

Fanno parte della Segreteria Nazionale il Presidente e i membri eletti dall'Assemblea. I componenti non hanno indennità di carica.

MEMBRI DELLA SEGRETERIA NAZIONALE al 2011

Nome e cognome	In carica dal	Mandati svolti
Antonio Longo	12/09/1998	5
Micaela Girardi	16/12/2007	2
Lucia Moreschi	16/12/2007	2
Francesco Luongo	16/12/2007	2
Luigi Mariano	18/02/2005	3
Giuseppe Messina	16/12/2007	2
Cristina Rosetti	27/11/2010	1

La Segreteria Nazionale si è riunita in occasione di ogni Consiglio Nazionale e tutte le volte che se ne è ravvisata la necessità da parte del Presidente o dei membri della Segreteria stessa. Dal 2010 è stato attivato un servizio di audio conferenza che ha agevolato i contatti senza la necessità di una presenza fisica presso la sede nazionale.

Il Presidente Nazionale

Dal 1998 a rappresentare l'Associazione è **Antonio Longo**, giornalista professionista, dottore in Scienze Politiche specializzato in Sociologia della comunicazione.

Ruolo e funzioni statutarie

Il Presidente Nazionale ha la rappresentanza politica, legale e processuale del Movimento. In particolare: convoca gli organi del Movimento e ne assicura il regolare funzionamento; adotta tutti i provvedimenti e le iniziative necessari per il raggiungimento degli scopi sociali; ha mandato di agire, intervenire e resistere sia in giudizio che nei procedimenti innanzi alle Autorità indipendenti di controllo e vigilanza. Il Presidente non ha indennità di carica.

Incarichi e designazioni

Antonio Longo è membro del Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti (CNCU) presso il Ministero dello sviluppo economico. E' membro del Comitato direttivo di Legambiente.

E' stato rappresentante dei consumatori nel Comitato "Italia Digitale", nominato nel 2006 dal ministro Gentiloni.

Nel Luglio 2010 è stato nominato dal Governo italiano consigliere del Comitato Economico e Sociale Europeo (CESE). Dal 1996 al 2000 è stato esperto dello stesso Comitato.

Dirige le testate dell'Associazione: il mensile "Diritti&Consumi" e il bisettimanale "Mdcnews". Ha fondato "Help consumatori", la prima agenzia italiana sui consumi, di cui è attualmente il Direttore.

Dal 2003 al 2006 è stato Presidente di Consumers'Forum, organismo in cui sono presenti associazioni di consumatori, grandi aziende di servizi, associazioni d'impresa e Unioncamere.

Il Collegio dei Probiviri

Ruolo e funzioni statutarie

Il Collegio dei Probiviri è il massimo organo giudicante e consultivo del Movimento. Giudica in particolare:

- sui ricorsi contro lo scioglimento di organi sociali e contro la decadenza di essi deliberata dai competenti organi;
- sui conflitti di competenza tra gli organi del Movimento;
- sui ricorsi contro provvedimenti disciplinari, adottati dal Consiglio Nazionale.

In sede consultiva il Collegio dei Probiviri si pronuncia sulle questioni che il Presidente Nazionale, il Consiglio Nazionale e la Direzione Nazionale deferiscono al suo parere. I probiviri possono partecipare senza diritto di voto al Consiglio Nazionale.

Composizione

Il Collegio è eletto dall'Assemblea Nazionale ed è composto da tre membri effettivi che eleggono il Presidente nel loro ambito e non possono ricoprire cariche sociali. I componenti non hanno indennità di carica. Ne fanno parte: Marco Fratoddi, Massimo Teppati e Marco Dal Poz.

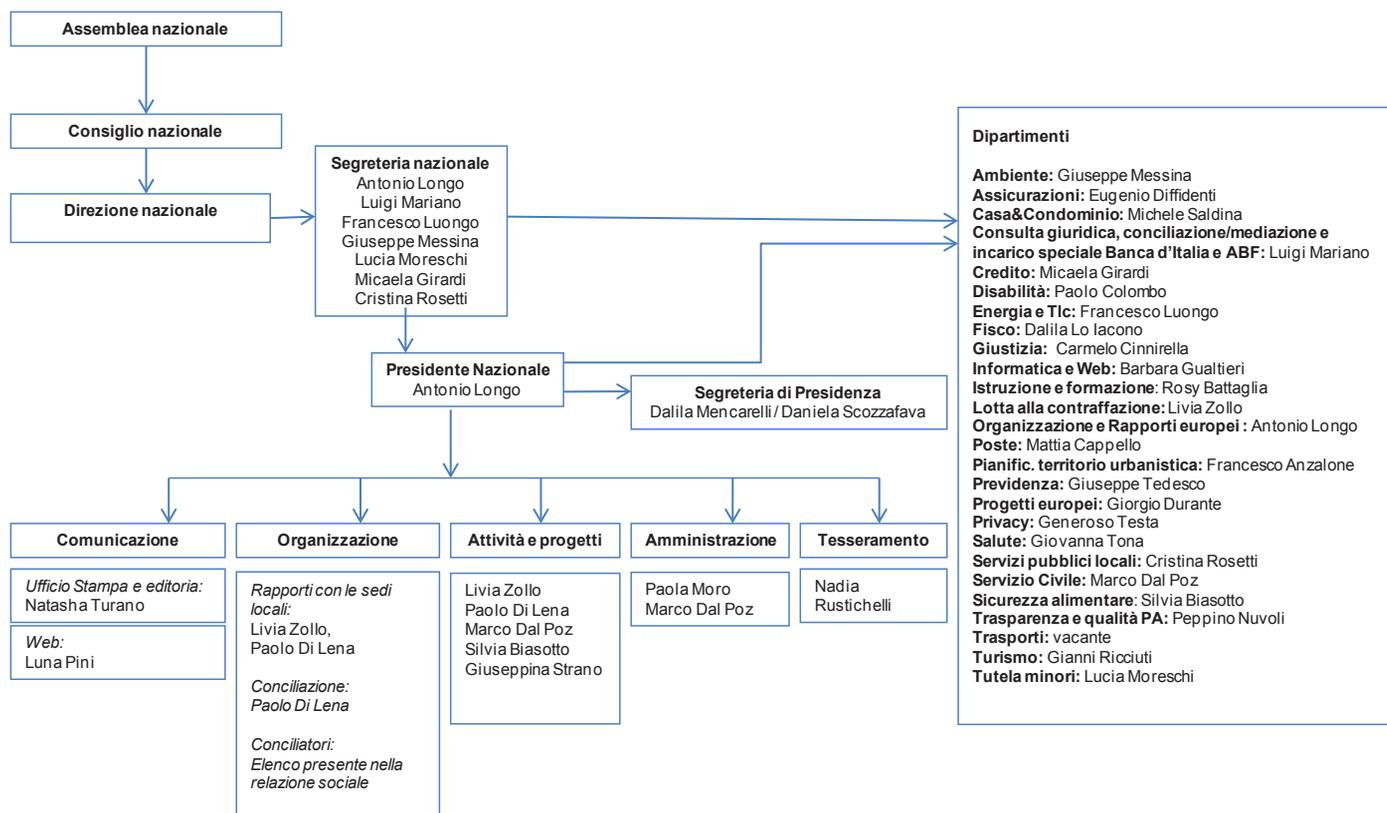
Nel periodo oggetto di rendicontazione il Collegio non è mai stato convocato.

Lo staff nazionale

Lo staff della sede nazionale è composto da 12 persone (dipendenti, collaboratori e volontari) che svolgono la propria funzione nelle seguenti aree: **Comunicazione, Organizzazione, Attività e Progetti, Amministrazione e Tesseramento.**

Per svolgere al meglio il suo lavoro, MDC è suddivisa in dipartimenti che curano le attività associative e si occupano di tematiche specifiche.

ORGANIGRAMMA



Il personale

Personale retribuito della sede nazionale

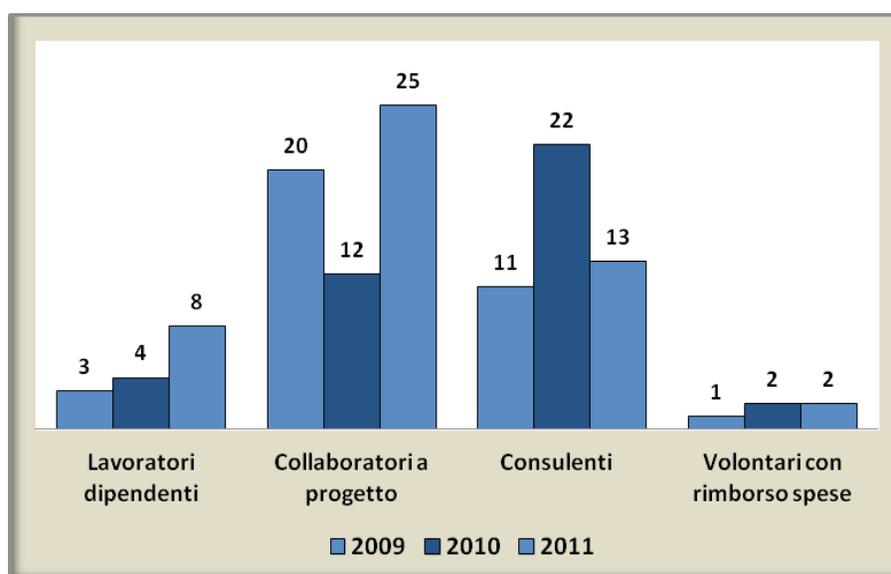
Il personale impiegato nelle attività della sede nazionale è costituito da due principali tipologie di lavoratori: un gruppo di dipendenti con contratto a tempo indeterminato o determinato e un insieme di altre figure professionali contrattualizzate a co.pro. o come consulenti per la realizzazione dei singoli progetti.

TIPOLOGIA DI CONTRATTO	2009			2010			2011		
	M	F	Tot	M	F	Tot	M	F	Tot
Contratti a tempo indeterminato	0	3	3	1	3	4	1	3	4
Contratti a tempo determinato	0	0	0	0	0	0	2 p.t.*	2 p.t.	4 p.t.
Lavoratori dipendenti	0	3	3	1	3	4	3	5	8
Collaboratori a progetto	5	15	20	4	8	12	8	17	25
Consulenti**	6	5	11	6	16	22	5	8	13
Volontari con rimborso spese	0	1	1	0	2	2	0	2	2
TOTALE	11	27	38	12	32	44	17	35	52

* p.t. = part time

** partite iva e collab. occas. di lavoro autonomo

L'andamento dei rapporti contrattuali nel triennio passa da una sola unità (a tempo indeterminato) a inizio 2009, a 3 alla fine dello stesso anno e a ben 8 unità di lavoratori dipendenti nel 2011. Di queste 8 unità 4 sono a tempo indeterminato e 4 a tempo determinato; del personale a tempo determinato una sola unità è in forza stabilmente presso la sede nazionale mentre le altre sono dislocate presso sportelli territoriali per esigenze di progetto.



Volontari del Servizio Civile Nazionale

Nel 2011 sono state inserite nelle attività associative 4 volontarie del servizio civile, attraverso la realizzazione del progetto Mondo Consumatori. Due di loro, al termine del periodo di servizio civile, sono state inserite con contratti di collaborazione.

Le volontarie hanno svolto attività di assistenza telefonica agli utenti, ufficio stampa e comunicazione e hanno collaborato su attività progettuali e sulla realizzazione di eventi, per un totale di 3.146 ore di servizio svolto.

Volontari nelle sedi locali

Da notare che nelle sedi locali sono 80 i volontari (compresi quelli del servizio civile) complessivamente coinvolti nelle attività.

Stakeholder esterni

Le relazioni con MDC

Il mondo dell'associazionismo

MDC collabora con le principali associazioni nazionali di tutela dei diritti dei cittadini e dei consumatori. In particolare, oltre ad agire in partenariato tramite progetti comuni, condivide con esse la maggior parte dei protocolli di conciliazione con le imprese di servizi.

MDC è **Associazione di promozione sociale**, riconosciuta dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, ed è iscritta nel Registro UNAR delle **Associazioni che svolgono attività nel campo della lotta alle discriminazioni**, istituito presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento per le Pari Opportunità.

CNCU – Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti

Dal 31 ottobre del 2000 MDC è membro del CNCU. In rappresentanza dell'Associazione è membro del Consiglio il Presidente Nazionale **Antonio Longo**; membro supplente è **Lucia Moreschi**, componente della Segreteria Nazionale.

Cos'è? CNCU – Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti

Il Codice del Consumo, Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n.206, prevede che le Associazioni dei Consumatori, dotate dei necessari requisiti di rappresentatività e diffusione sul territorio, siano riconosciute e inserite in un apposito elenco istituito presso il Ministero per lo Sviluppo Economico.

Il CNCU, organismo rappresentativo delle associazioni dei consumatori e degli utenti a livello nazionale costituito presso il MISE, è composto dalle associazioni dei consumatori inserite nell'elenco e da un rappresentante designato dalla Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281. E' presieduto dal Ministro dello Sviluppo Economico o da un suo delegato. Il Consiglio è nominato con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, su proposta del Ministro, e dura in carica tre anni.

Ha poteri di esprimere pareri e segnalazioni su norme che riguardano i diritti e gli interessi dei consumatori e degli utenti, di formulare proposte, di approvare convenzioni o protocolli d'intesa, di promuovere studi e favorire l'accesso dei consumatori ai mezzi di risoluzione delle controversie.

Dal 2003 sono stati istituiti diversi gruppi di lavoro tecnici al fine di coadiuvare il Consiglio nel suo compito consultivo, approfondendo temi di particolare rilevanza per i consumatori.

Presenza dei membri di MDC nei Gruppi di lavoro del CNCU

Commercio, prezzi e tariffe, e-commerce: Cristina Rosetti

Servizi pubblici a rete: Francesco Luongo

Sicurezza dei prodotti: Lucia Moreschi

Credito e servizi finanziari: Micaela Girardi

Assicurazioni: Eugenio Diffidenti

Sicurezza alimentare: Silvia Biasotto

Conciliazione, accesso alla giustizia: Luigi Mariano

Trasporti e sicurezza stradale: vacante

Responsabilità sociale d'impresa: Giuseppe Messina

Salute: Giovanna Tona

Politiche UE: Antonio Longo

Task force Class Action: Luigi Mariano

Beni immobili: Michele Saldina

Trasparenza PA: Ornella Mannino

Appartenenza a reti associative

CASPER – Comitato contro le speculazioni e per il risparmio

E' una coalizione di Associazioni di Consumatori creata nel 2010, cui hanno aderito, oltre alla nostra Associazione, Adoc, Codacons, UNC. Casper realizza una serie di iniziative e proteste contro ogni genere di speculazione ingiustificata a danno dei consumatori.

EUROMED

MDC aderisce dal 2005 alla Piattaforma non governativa Euromed ed è la sola Associazione di Consumatori ad essere presente in questo importante network euro-mediterraneo.

Euromed è composta da un gruppo di attori della società civile (ONG, sindacati, gruppi formali e informali di associazioni) che rappresentano diversi paesi della regione Euro-mediterranea. La partnership si basa su legami storici ma anche sulla visione di un futuro comune attorno a valori universali, interessi economici o politici condivisi da entrambe le sponde del Mediterraneo. Euromed riflette il desiderio di capitalizzare e condividere esperienze di lavoro per promuovere i valori e i diritti umani universali nel contesto Euro-Mediterraneo.

Lo statuto è stato adottato dall'Assemblea generale il 1° aprile 2005 in Lussemburgo. In base ai valori espressi nel suo statuto, Euromed si propone di agire insieme per bilanciare, approfondire e rinnovare gli scambi tra le aziende della regione Euro-mediterranea e rafforzare la società civile promuovendo la partecipazione attiva al “processo di Barcellona”, che sostiene le “politiche di vicinato” dell'Unione europea.

La partecipazione ad Euromed ha dato vita all'iniziativa italiana Consumed promossa da MDC, Regione Liguria e Regione Sicilia.

CONSUMED

E' una rete di organizzazioni che lavorano per la tutela dei diritti dei consumatori e degli utenti nei Paesi del Mediterraneo, creata nel 2006 dalla collaborazione tra MDC, la Regione Sicilia e la Regione Liguria, per accompagnare il processo di costruzione di una zona di libero scambio con i Paesi del Mediterraneo. Grazie all'aiuto di tecnici della Commissione UE si è riusciti a creare un Comitato composto da Italia, Spagna, Libano, Cipro, Egitto, Tunisia e Malta. Per l'Italia si sono attivati anche l'Università degli Studi di Palermo e l'Università degli Studi di Genova.

GRUPPO CRC (*Convention on the Rights of the Child*)

MDC, con il Dipartimento Junior, fa parte dal 2001 del *Gruppo di Lavoro per la Convenzione sui diritti dell'infanzia e dell'adolescenza*, costituito da numerose associazioni che lavorano per la promozione e la tutela dei diritti dell'infanzia in Italia, e che ha assunto l'impegno di monitorare annualmente sull'attuazione della Convenzione e le raccomandazioni rivolte all'Italia.

IBFAN Italia

IBFAN Italia è un'associazione senza fini di lucro che fa parte del gruppo IBFAN (International Baby Food Action Network) e che si propone di promuovere miglioramenti duraturi nelle pratiche alimentari di neonati e bambini.

Coalizione “IN MARCIA PER IL CLIMA”

Racchiude le principali organizzazioni ambientaliste e un vasto schieramento di forze sociali impegnate per le fonti rinnovabili e la salvaguardia del clima. La Coalizione ha sostenuto nel 2010 l'iniziativa *100 Piazze per il clima – In marcia per le energie pulite e sicure*.

Task Force per un'“ITALIA LIBERA DA OGM”

E' una rete composta da 27 organizzazioni rappresentanti il mondo produttivo, del consumo e dell'ambiente, che si battono contro le coltivazioni di organismi geneticamente modificati.

Campagna annuale “SIAMO TUTTI PEDONI”

E' una campagna sulla sicurezza stradale realizzata ogni anno dal Centro Antartide di Bologna e dall'Osservatorio per l'educazione stradale e la sicurezza della Regione Emilia-Romagna, con il coinvolgimento di un numero elevato di associazioni su tutto il territorio nazionale.

ASSOCIAZIONI DI CONSUMATORI	Tipo e oggetto della relazione con MDC
ACU Associazione Consumatori Utenti	Partenariato in 5 progetti: Energia: Diritti a viva voce; Il Monte incontra le Associazioni; Consumer-Lab a casa Vostra; Sms Consumatori; Io non voglio il falso! Collaborazione nel Dossier: Indagine quali-quantitativa sulla percezione del fenomeno contraffazione da parte degli italiani
Adiconsum	Partenariato in 14 progetti: Energia: Diritti a viva voce; Guida ai diritti; Vi siete mai chiesti che fine fanno i pneumatici fuori uso?; Badanti informate famiglie; protette; Linea Terza Età – Insieme contro la povertà; Guadagniamo il futuro; Desk Consumatori; Prenditi cura del tuo denaro; Mettiamo in comune; l'educazione finanziaria; Il Monte incontra le Associazioni; Consumer-Lab a casa Vostra; Facile&Sicuro; Sms Consumatori; Io non voglio il falso! Collaborazione nei Dossier: <ul style="list-style-type: none"> - Monitoraggio dei contratti nel mercato di energia elettrica e gas; - Indagine quali-quantitativa sulla percezione del fenomeno contraffazione da parte degli italiani
ADOC Associazione per la Difesa e l'Orientamento dei Consumatori	Adesione comune a CASPER – Comitato contro le speculazioni e per il risparmio Partenariato in 10 progetti: Energia: Diritti a viva voce; Guida ai diritti; Aggiungi un paese a tavola...: la ricetta dell'integrazione; Desk Consumatori; Prenditi cura del tuo denaro; Mettiamo in comune l'educazione finanziari; Il Monte incontra le Associazioni; Consumer-Lab a casa Vostra; Sms Consumatori; Io non voglio il falso! Collaborazione nei Dossier: <ul style="list-style-type: none"> - Monitoraggio dei contratti nel mercato di energia elettrica e gas; - Indagine quali-quantitativa sulla percezione del fenomeno contraffazione da parte degli italiani

Adusbef	Partenariato in 3 progetti: Il Monte incontra le Associazioni; Consumer-Lab a casa Vostra; Sms Consumatori
Altroconsumo	Partenariato nel progetto: Energia: Diritti a viva voce
Assoconsum	Partenariato in 3 progetti: Energia: Diritti a viva voce; Il Monte incontra le Associazioni; Consumer-Lab a casa Vostra
Assoutenti	Partenariato in 10 progetti: Energia: Diritti a viva voce; Vi siete mai chiesti che fine fanno i pneumatici fuori uso?; Desk Consumatori; Prenditi cura del tuo denaro; Mettiamo in comune l'educazione finanziaria; Il Monte incontra le Associazioni; Consumer-Lab a casa Vostra; Guarda che ti riguarda! Occhi aperti! Io non voglio il falso! Collaborazione nel Dossier: Indagine quali-quantitativa sulla percezione del fenomeno contraffazione da parte degli italiani
La Casa del Consumatore	Partenariato in 8 progetti: Energia: Diritti a viva voce; Guida ai diritti; Desk Consumatori; Prenditi cura del tuo denaro; Mettiamo in comune l'educazione finanziaria; Il Monte incontra le Associazioni; Consumer-Lab a casa Vostra; Sms Consumatori Collaborazione nel Dossier: Monitoraggio dei contratti nel mercato di energia elettrica e gas
CTCU Centro Tutela Consumatori e Utenti	Partenariato in 2 progetti: Energia: Diritti a viva voce; Guida ai diritti Collaborazione nel Dossier: Monitoraggio dei contratti nel mercato di energia elettrica e gas
Cittadinanzattiva	Partenariato in 9 progetti: Energia: Diritti a viva voce; Guida ai diritti; Aggiungi un paese a tavola...: la ricetta dell'integrazione; Desk Consumatori; Prenditi cura del tuo denaro; Mettiamo in comune l'educazione finanziaria; Il Monte incontra le Associazioni; Consumer-Lab a casa Vostra; Occhi aperti! Collaborazione nel Dossier: Monitoraggio dei contratti nel mercato di energia elettrica e gas

<p>Codacons</p>	<p>Adesione comune a CASPER – Comitato contro le speculazioni e per il risparmio</p> <p>Partenariato in 8 progetti: Energia: Diritti a viva voce; Desk Consumatori; Prenditi cura del tuo denaro; Mettiamo in comune l'educazione finanziaria; Il Monte incontra le Associazioni; Consumer-Lab a casa Vostra; Guarda che ti riguarda! Sms Consumatori</p>
<p>Codici</p>	<p>Partenariato in 8 progetti: Energia: Diritti a viva voce; RCA – Responsabili Consapevoli Attenti; Easy RCA; Prenditi cura del tuo denaro; Mettiamo in comune l'educazione finanziaria; Il Monte incontra le Associazioni; Consumer-Lab a casa Vostra; Io non voglio il falso!</p> <p>Collaborazione nei Dossier: - Monitoraggio sulle polizze RCA per i giovani e sull'offerta assicurativa; - Indagine quali-quantitativa sulla percezione del fenomeno contraffazione da parte degli italiani</p>
<p>Confconsumatori</p>	<p>Partenariato in 7 progetti: Energia: Diritti a viva voce; Desk Consumatori; Prenditi cura del tuo denaro; Mettiamo in comune l'educazione finanziaria; Il Monte incontra le Associazioni; Consumer-Lab a casa Vostra; Guarda che ti riguarda! Occhi aperti!</p>
<p>Federconsumatori</p>	<p>Partenariato in 6 progetti: Energia: Diritti a viva voce; Guadagniamo il futuro; Desk Consumatori; Il Monte incontra le Associazioni; Consumer-Lab a casa Vostra; Sms Consumatori; Io non voglio il falso!</p> <p>Collaborazione nel Dossier: Indagine quali-quantitativa sulla percezione del fenomeno contraffazione da parte degli italiani</p>
<p>Lega Consumatori</p>	<p>Partenariato in 7 progetti: Energia: Diritti a viva voce; Guida ai diritti; Desk Consumatori; Prenditi cura del tuo denaro; Mettiamo in comune l'educazione finanziaria; Il Monte incontra le Associazioni; Consumer-Lab a casa Vostra</p> <p>Collaborazione nel Dossier: Monitoraggio dei contratti nel mercato di energia elettrica e gas</p>

Movimento Consumatori	<p>Partenariato in 16 progetti: Energia: Diritti a viva voce; A scuola di energia; Periscope; Sportello Arcobaleno; Cittadini d'Argento; Badanti informate famiglie protette; RCA – Responsabili Consapevoli Attenti; Easy RCA; Desk Consumatori; Prenditi cura del tuo denaro; Mettiamo in comune l'educazione finanziaria; Il Monte incontra le Associazioni; Consumer-Lab a casa Vostra; Occhi aperti!; Sms Consumatori; Io non voglio il falso!</p> <p>Collaborazione nei Dossier:</p> <ul style="list-style-type: none"> - A scuola di risparmio energetico e sviluppo delle fonti rinnovabili. Le nuove idee crescono tra i banchi; - Le abitudini alimentari e gli stili di vita dei bambini in Italia, Danimarca e Polonia; - Sportello Arcobaleno: principali abitudini di fruizione da parte dei cittadini migranti - Monitoraggio sulle polizze RCA per i giovani e sull'offerta assicurativa - Indagine quali-quantitativa sulla percezione del fenomeno contraffazione da parte degli italiani
Unione Nazionale Consumatori	<p>Adesione comune a CASPER – Comitato contro le speculazioni e per il risparmio</p> <p>Partenariato in 9 progetti: Energia: Diritti a viva voce; Desk Consumatori; Occhi aperti; Prenditi cura del tuo denaro; Mettiamo in comune l'educazione finanziaria; Il Monte incontra le Associazioni; Consumer-Lab a casa Vostra; Guarda che ti riguarda!; Sms Consumatori</p>

ASSOCIAZIONI DI TERZO SETTORE	Tipo e oggetto della relazione con MDC
Arci Servizio Civile Roma	<p>Dal 2008 MDC è associata e presenta progetti di servizio civile in partnership. Dal 2011 è membro del Direttivo</p>
Centro Antartide	<p>Adesione alla campagna annuale sulla sicurezza stradale “Siamo tutti pedoni”</p>
Legambiente	<p>Costante rapporto di collaborazione su campagne e azioni di lobbying</p> <p>Dal 1999 MDC è affiliata e a ha una convenzione con Legambiente. Ai soci di quest'ultima che aderiscono espressamente anche al Movimento sono offerti i servizi dell'Associazione</p> <p>Collaborazione nella realizzazione annuale del Rapporto “Italia a Tavola”</p>
Upter	<p>Partenariato nel progetto: Cittadini d'Argento</p>

Le Istituzioni pubbliche

L'Associazione si relaziona con le Istituzioni pubbliche in caso di consultazione, per effettuare segnalazioni e ricorsi. In partnership con alcune Istituzioni realizza progetti di informazione per i cittadini-consumatori per aumentare la conoscenza e la consapevolezza dei diritti.

Partecipazione a Tavoli istituzionali

E' costituito presso il Ministero dello Sviluppo Economico, il **CNCU – Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti**, di cui MDC è membro dal 2000.

Dal 2010 l'Associazione è entrata a far parte della **Consulta delle Associazioni dei consumatori e dei produttori in materia di sicurezza alimentare**, istituita nel 2009 presso il Dipartimento per la sanità pubblica veterinaria, la nutrizione e la sicurezza degli alimenti del Ministero della Salute.

Dal 2011 MDC è rappresentante dei consumatori presso la **Commissione consultiva sulla contraffazione agroalimentare** del Comitato Nazionale Anti Contraffazione - presso il Ministero dello Sviluppo Economico.

Designazioni in comitati di consultazione, tavoli tecnici e di confronto

Acquirente Unico: Francesco Luongo

Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni: Francesco Luongo

Autorità per l'Energia Elettrica e il Gas: Francesco Luongo

Comitato di attuazione del Codice di regolamentazione tv e minori: Lucia Moreschi

Consob: Micaela Girardi

AUTORITA' GARANTI	Tipo e oggetto della relazione con MDC
Autorità per l'Energia Elettrica e il Gas	Ha ricevuto pareri in sede consultiva (audizioni/consultazioni) Ha ricevuto ricorsi e segnalazioni in relazione a comportamenti scorretti degli operatori Ha coordinato il progetto Energia: Diritti a Viva Voce Ha finanziato: il progetto Guida ai diritti il Dossier "Monitoraggio dei contratti nel mercato di energia elettrica e gas"
AGCM (Antitrust)	Ha ricevuto esposti e ricorsi, presentati anche tramite il Comitato Casper
AGCOM	Ha ricevuto pareri in sede consultiva (audizioni/consultazioni)

Cos'è? AUTORITÀ PER L'ENERGIA ELETTRICA E IL GAS

È un organismo indipendente, istituito nel 1995 con il compito di tutelare gli interessi dei consumatori e di promuovere la concorrenza, l'efficienza e la diffusione di servizi con adeguati livelli di qualità, attraverso l'attività di regolazione e di controllo nei settori di competenza.

Tra le competenze esercitate si segnalano in particolare:

- definisce i livelli minimi di qualità dei servizi e determina i casi di indennizzo nei confronti di utenti e consumatori;
- gestisce strumenti di sostegno per le famiglie economicamente disagiate o numerose quali i bonus elettricità e gas;
- svolge attività di monitoraggio, vigilanza e controllo direttamente o in collaborazione con la Guardia di Finanza e altri organismi - fra i quali la Cassa Conguaglio per il settore elettrico, il GSE - in particolare su qualità del servizio, sicurezza, accesso alle reti, tariffe, con poteri di acquisizione della documentazione, di ispezione, accesso e sanzione;
- valuta reclami, istanze e segnalazioni di utenti e consumatori anche promuovendo procedure di conciliazione e arbitrato in controversie fra utenti e operatori.

Cos'è? AGCM - AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO (ANTITRUST)

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, meglio nota come Antitrust, è un'istituzione indipendente istituita nel 1990. L'Autorità garantisce il rispetto delle regole che vietano le intese anticoncorrenziali tra imprese e vigila sugli abusi di posizione dominante, sulle intese e/o cartelli e sulle operazioni di concentrazione lesive per la concorrenza, con l'obiettivo di migliorare il benessere dei cittadini.

Dal 2007 è stato affidato all'Antitrust il compito di tutelare i consumatori dalle pratiche commerciali scorrette delle imprese e dalla pubblicità ingannevole. Dal 2012 è stata affidata all'Antitrust la tutela amministrativa contro le clausole vessatorie inserite nei contratti con i consumatori.

Cos'è? AGCOM - AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni è un'autorità indipendente, istituita nel 1997.

L'Agcom è innanzitutto un'autorità di garanzia, con il duplice compito di assicurare la corretta competizione degli operatori sul mercato e di tutelare i consumi nel rispetto delle libertà fondamentali dei cittadini.

In particolare le garanzie riguardanti gli utenti, vengono assicurate attraverso:

- la vigilanza sulla qualità e sulle modalità di distribuzione dei servizi e dei prodotti, compresa la pubblicità;
- la risoluzione delle controversie tra operatori e utenti;
- la disciplina del servizio universale e la predisposizione di norme a salvaguardia delle categorie disagiate;
- la tutela del pluralismo sociale, politico ed economico nel settore della radiotelevisione.

MINISTERI	Tipo e oggetto della relazione con MDC
<p>Ministero dello Sviluppo Economico (MISE)</p>	<p>Riceve da MDC e dalle altre Associazioni del CNCU i pareri forniti in sede consultiva</p> <p>Ha finanziato 5 progetti: Easy RCA; Guarda che ti riguarda!; Occhi aperti!; Io non voglio il falso! RCA – Responsabili Consapevoli Attenti</p> <p>Ha finanziato i seguenti Dossier: - Monitoraggio sulle polizze RCA per i giovani e sull'offerta assicurativa; - Indagine quali-quantativa sulla percezione del fenomeno contraffazione da parte degli italiani</p>
<p>Ufficio Italiano Brevetti e Marchi - DG per la lotta alla contraffazione del MISE</p>	<p>E' stata partner nel progetto Io non voglio il falso e nel dossier sulla percezione del fenomeno contraffazione da parte degli italiani</p>
<p>Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali (MLPS)</p>	<p>MDC è Associazione di Promozione Sociale riconosciuta dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali</p> <p>Ha finanziato 7 progetti: Sportello Arcobaleno; Cittadini d'Argento; Badanti informate famiglie protette; Linea Terza Età – Insieme contro la povertà; MIR Movimento in Rete; Movimento InForma; Bilanciamo MDC</p> <p>Ha finanziato il Dossier: Sportello Arcobaleno: principali abitudini di fruizione da parte dei cittadini migranti</p>
<p>Ministero Politiche Agricole Alimentari e Forestali (MIPAAF)</p>	<p>MDC ha partecipato ai tavoli di confronto previsti dal progetto "Le nuove frontiere della certificazione per l'agricoltura biologica" finanziato dal MIPAAF</p> <p>Ha finanziato il progetto: Sms Consumatori</p>
<p>Ufficio Nazionale Servizio Civile - Presidenza del Consiglio dei Ministri</p>	<p>Ha finanziato il progetto: Mondo Consumatori</p>
<p>UNAR - Presidenza del Consiglio dei Ministri</p>	<p>Dal 2011 MDC è iscritto nel registro nazionale UNAR delle associazioni che svolgono attività nel campo della lotta alle discriminazioni</p> <p>Ha finanziato il progetto: Aggiungi un paese a tavola...: la ricetta dell'integrazione</p>

ALTRE ISTITUZIONI	Tipo e oggetto della relazione con MDC
Cassa Conguaglio per il Settore Elettrico (CCSE)	Ha finanziato il progetto: Energia: Diritti a Viva Voce
Carabinieri – Comando Politiche Agricole e Alimentari	Collaborazione nel Dossier: Decalogo natalizio per i consumatori per una spesa consapevole
ASL di Brindisi	Partner di progetto in: Periscope (Pilot European Regional Interventions for Smart Childhood Obesity Prevention in Early Age) Collaborazione nel Dossier: Le abitudini alimentari e gli stili di vita dei bambini in Italia, Danimarca e Polonia
Danish Technical University and Aalborg University (Danimarca)	Partenariato nel progetto: Periscope Collaborazione nel Dossier: Le abitudini alimentari e gli stili di vita dei bambini in Italia, Danimarca e Polonia
Medical University of Silesia (Polonia)	Partenariato nel progetto: Periscope Collaborazione nel Dossier: Le abitudini alimentari e gli stili di vita dei bambini in Italia, Danimarca e Polonia

UNIONE EUROPEA

Il ruolo di Antonio Longo nel CESE (Comitato Economico e Sociale Europeo)

A luglio 2010 **Antonio Longo** è stato nominato **rappresentante nel CESE, Gruppo III**, indicato dal CNCU e proposto dal Governo italiano al Consiglio Europeo, che lo ha nominato. Per la prima volta i consumatori italiani hanno un loro rappresentante nel CESE. Il mandato di Longo ha durata quinquennale e scade nel 2015. Longo fa parte della Categoria **“Consumatori”** e del Gruppo specializzato **“Agenda digitale”**. Oltre che partecipare alle Assemblee plenarie e a quelle del Gruppo III, Longo ha scelto come attività di lavoro le due Sezioni tematiche **“Mercato unico”** e **“Occupazione e problemi sociali”**.

Inoltre ha presieduto il Gruppo di lavoro del Cese su **“Un mercato unico dei diritti d'autore”** ed è stato Consigliere relatore per il parere sul **“Regolamento europeo del programma Connecting Europe”**. Ha partecipato anche ad altri Gruppi di lavoro su temi riguardanti le telecomunicazioni, l'ambiente, l'integrazione sociale dei gruppi svantaggiati, economia e finanza, diritti dei consumatori.

Cos'è? il CESE

Il CESE (*Comitato Economico e Sociale Europeo*), istituito nel 1957, è un organo consultivo dell'Unione europea: fornisce pareri alle maggiori istituzioni dell'UE (Commissione, Consiglio e Parlamento europeo), elaborati sulle proposte di leggi europee o, di propria iniziativa, su altre problematiche che meritano riflessione.

Uno dei compiti principali del CESE è fungere da ponte tra le istituzioni dell'UE e la cosiddetta “società civile organizzata” degli Stati membri. I membri del CESE sono 344, rappresentano i 27 Stati dell'UE e un ampio ventaglio di interessi economici, sociali e culturali presenti nei rispettivi paesi. Sono divisi in tre gruppi: “Datori di lavoro”, “Lavoratori” e “Attività diverse” (agricoltori, consumatori, ambientalisti, associazioni delle famiglie, ONG ecc.).

Istituzioni UE	Tipo e oggetto della relazione con MDC
DG Giustizia Libertà e Sicurezza della Commissione Europea	Cofinanziamento per la realizzazione di un Seminario sulle frodi nei pagamenti elettronici
EAHC (Executive Agency for Health and Consumers)	Finanziamento del progetto: Periscope (Pilot European Regional Interventions for Smart Childhood Obesity Prevention in Early Age) Finanziamento del Dossier Le abitudini alimentari e gli stili di vita dei bambini in Italia, Danimarca e Polonia

Il mondo delle imprese

MDC si relaziona con un gran numero di imprese di servizi e associazioni d'impresa per tutelare i diritti dei consumatori, promuovere il metodo di conciliazione extragiudiziale delle controversie e modificare comportamenti e pratiche commerciali scorrette o poco trasparenti. In partnership con alcune imprese realizza progetti di formazione e informazione per i cittadini-consumatori.

CONSUMERS' FORUM

MDC fa parte di Consumers' Forum e ne è socio fondatore dal 1999. E' rappresentato nel Direttivo dal presidente nazionale Antonio Longo.

Cos'è?	CONSUMERS' FORUM
	<p>Consumers' Forum nasce nel 1999 per creare un punto di incontro tra le associazioni dei consumatori, le imprese, il mondo accademico e della ricerca, le istituzioni pubbliche nazionali e internazionali, al fine di realizzare forme di dialogo, concertazione e partecipazione.</p> <p>Si prefigge lo scopo di migliorare le condizioni di vita e di benessere per tutti i cittadini, di favorire la promozione, lo sviluppo e la diffusione della cultura del consumo responsabile, orientare il consumatore e l'impresa verso una maggiore qualità e sicurezza.</p> <p>Consumers' Forum, è composta da:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Associazioni dei consumatori e degli utenti che rappresentano il 50% dei voti a prescindere dal loro numero complessivo. - Imprese e loro Associazioni di categoria e di settore e altre categorie, con particolare riferimento a Università, Centri ed Istituti di ricerca, Istituzioni, enti e loro Associazioni di riferimento che rappresentano, nel loro complesso, l'altro 50% dei voti a prescindere dal loro numero complessivo. <p>Consumers' Forum ha lo scopo di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • svolgere studi, ricerche, formazione ed ogni altra iniziativa diretta alla promozione, allo sviluppo ed alla diffusione della cultura del consumo responsabile; • contribuire alla corretta relazione tra la domanda e l'offerta di beni e servizi, in un quadro generale di compatibilità ed equità sociale secondo le linee di sviluppo dell'Unione Europea; • favorire la creazione di tavoli di confronto, la definizione dei percorsi di ricerca e studi comuni per approfondire le problematiche relative alla qualità dei prodotti e dei servizi e alla customer satisfaction; • migliorare il livello di informazione e trasparenza sulla qualità e la sicurezza dei prodotti e servizi, pubblici e privati e sulle relative normative nazionali, comunitarie ed Internazionali.

Partecipazione a tavoli tecnici e di confronto

- MDC è una delle otto Associazioni che partecipano al **Forum Ania-Consumatori**, fondazione costituita dall'ANIA, che ha l'obiettivo di facilitare e rendere ancor più costruttivo e sistematico il dialogo tra le Imprese di assicurazione e i consumatori.
- MDC Junior è membro del **Comitato di attuazione del Codice di regolamentazione tv e minori**, in cui sono rappresentati pariteticamente gli operatori televisivi e le associazioni impegnate nella tutela dei diritti dell'infanzia.
- Partecipazione al tavolo di confronto **Consumer Lab** del Monte dei Paschi con le Associazioni dei Consumatori.
- Partecipazione all'accordo quadro tra il Gruppo UniCredit e le Associazioni dei Consumatori, denominato **Noi&UniCredit**.

Designazioni:

Consiglio Nazionale del Notariato: Guido Randazzo

Intesa Sanpaolo: Antonio Longo

Monte dei Paschi di Siena: Angelo Di Marco – Dalila Lo Iacono

Poste Italiane: Angelo Di Marco

TERNA - Rete Elettrica Nazionale: Francesco Luongo

UniCredit: Antonio Longo

Altre partecipazioni a tavoli di confronto: *Enel, Telecom, Trenitalia, Unioncamere*

IMPRESE DI SERVIZI	Tipo e oggetto della relazione con MDC
Gruppo UniCredit	Partecipazione all'accordo quadro tra il Gruppo e le Associazioni dei Consumatori, denominato "Noi&UniCredit" Finanziamento di 3 progetti: Guadagniamo il futuro; Desk Consumatori; Facile&Sicuro
Gruppo Monte Paschi di Siena	Partecipazione al tavolo di confronto Consumer Lab tra il Gruppo e le Associazioni dei Consumatori Finanziamento di 2 progetti: Il Monte incontra le Associazioni e Consumer-Lab a casa Vostra
GSE s.p.a. Gestore dei Servizi Elettrici	Finanziamento del progetto: A Scuola di Energia Finanziamento di 2 dossier: A scuola di risparmio energetico e sviluppo delle fonti rinnovabili Le nuove idee crescono tra i banchi
Enel spa	Finanziamento del progetto: Enel Concilia
Telecom/Tim	Finanziamento del Dossier: Baby Consumers (III edizione - in lavorazione)

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA DELLE IMPRESE	Tipo e oggetto della relazione con MDC
ANAPI (Associazione Nazionale Amministratori Professionisti Immobili)	Dal 2007 è stato sottoscritto un Accordo di conciliazione.
ANIA (Associazione Nazionale fra le Imprese Assicuratrici)	Partecipazione al Forum Ania-Consumatori Sottoscrizione di un Accordo di conciliazione Finanziamento da parte della Fondazione Ania-Consumatori, del progetto: Cittadini sicuri
ABI (Associazione Bancaria Italiana)	Partecipazione all'accordo con l'ABI e i maggiori gruppi bancari per la sospensione delle rate dei mutui all'inizio della crisi finanziaria Finanziamento dei 2 progetti " Prenditi cura del tuo denaro " e " Mettiamo in comune l'educazione finanziaria " da parte del Consorzio Patti Chiari (ABI)
AIAB (Associazione Italiana per l'Agricoltura Biologica)	Ha promosso il progetto " Le nuove frontiere della certificazione per l'agricoltura biologica ", al quale MDC ha partecipato presenziando a dei tavoli di confronto
ASSTRA (Associazione Trasporti)	Protocollo di intesa, per il controllo degli standard di funzionamento dei servizi offerti
Confservizi Sindacato d'impresa che rappresenta, promuove e tutela aziende ed enti che gestiscono i servizi di pubblica utilità	Protocollo di intesa per stabilire un confronto permanente sulle regole presenti nelle Carte dei servizi e sulle tariffe applicate dalle associate; l'accordo prevede anche la possibilità di effettuare la conciliazione in caso di controversie
Ecopneus scpa senza scopo di lucro	Ha finanziato il progetto: Vi siete mai chiesti che fine fanno i pneumatici fuori uso?
FIPE (Federazione Italiana Pubblici Esercizi)	Protocollo di intesa che ha fissato le linee guida della procedura volontaria di conciliazione paritetica delle controversie che dovessero insorgere tra pubblici esercizi e consumatori loro clienti
FRT (Federazione Radio Televisioni)	Partecipazione al Comitato di attuazione del Codice di regolamentazione tv e minori
Unipro (Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche)	Finanziamento del Dossier: Il Consumatore e la contraffazione dei cosmetici.

Imprese di servizi che hanno sottoscritto accordi di conciliazione con le Associazioni di Consumatori

AZIENDA	Anno di sottoscrizione
Telecom/Tim	2004
Wind	2006
Vodafone	2009
H3G (Tre)	2009
TeleTu (ex Tele2)	2010
Fastweb	2008
Enel	2009
Eni	2009
Sorgenia	2009
Edison	2010
Aemme	2011
A2A	2010
Acea	2009
Poste Italiane	2002
Bancoposta	2006
Poste Vita	2009
Intesa Sanpaolo	2007
UniCredit	2010
Monte Paschi di Siena	2007
Ania	2004
Unipol	2008
Trenitalia	2009
Alitalia	2010

Conciliazioni chiuse tra MDC e le Imprese di servizi

AZIENDA	N. conciliazioni chiuse		
	2009	2010	2011
Telecom/Tim	271	187	158
Wind	21	37	13
Vodafone	-	9	5
H3G (Tre)	18	10	4
TeleTu (ex Tele2)	-	10	18
Fastweb	5	10	8
Tot. TELECOMUNICAZIONI	315	263	206
Enel	9	21	9
Eni	-	7	7
Sorgenia	-	3	0
Edison	-	0	1
Tot ENERGIA E GAS	9	31	17
Poste Italiane, Bancoposta, Poste Vita	57	49	17
Intesa Sanpaolo	607	374	-
Tot CREDITO E ASSICURAZIONI	664	423	17
Trenitalia	6	6	6
Alitalia	-	0	8
Tot TRASPORTI	6	6	14

Le aspettative degli stakeholder verso MDC

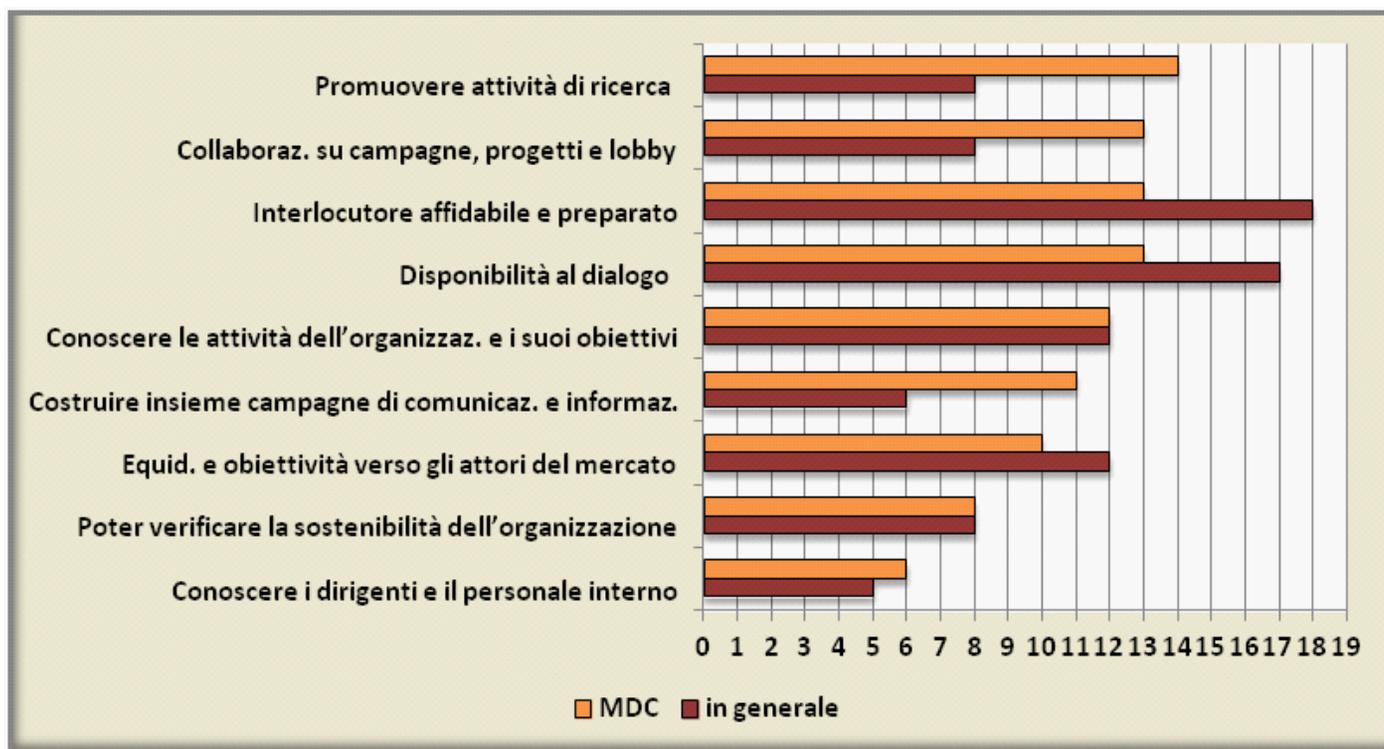
Per approfondire e arricchire l'analisi dei rapporti di MDC con i propri stakeholder esterni, si è deciso di rivolgersi direttamente a loro. E' stato chiesto ai referenti di un gruppo di 20 stakeholder di MDC (6 associazioni di consumatori o di terzo settore, 4 istituzioni pubbliche, 7 grandi imprese di servizi; 3 associazioni di categoria), che cosa si aspettano dalle Associazioni di Consumatori in generale e da MDC in particolare.

Questa domanda (posta all'interno di un più ampio questionario) può rappresentare un apporto utile per conoscere in quale direzione dovrebbero andare i rapporti di dialogo e collaborazione precedentemente analizzati, secondo il punto di vista dei diretti interessati.

Si tenga presente che, da un punto di vista di analisi psicosociale, l'indagine sulle aspettative che si nutrono verso un soggetto interlocutore, permettono di far emergere un doppio livello di conoscenza. Se da un lato rilevano quali aspetti si ritiene debbano essere migliorati o rafforzati sulla base degli interessi preminenti dell'intervistato, dall'altro le aspettative rappresentano delle proiezioni nel futuro dei risultati che il soggetto cui sono rivolte ha dimostrato nella propria attività passata, perché si basano su caratteristiche conosciute e consolidate nel tempo; rilevano dunque il tipo di reputazione che un attore sociale si è costruito attraverso il proprio impegno e le relazioni pregresse.

Nell'intervista la domanda sulle aspettative è stata posta declinandola sia verso le Associazioni di Consumatori in generale sia quelle verso MDC in particolare. Ne emergono con evidenza alcune differenziazioni: mentre dalle Associazioni in generale ci si aspetta soprattutto la possibilità di avere un interlocutore affidabile e preparato e disponibile al dialogo, nei confronti di MDC prevalgono richieste più specifiche.

Il grafico seguente offre un prospetto completo delle 9 opzioni di risposta e il numero di intervistati che le hanno indicate (ogni intervistato doveva indicare almeno 2 opzioni).



Le opzioni sulle quali si nota un maggiore prevalenza delle aspettative rivolte verso MDC rispetto a quelle nei confronti del consumerismo in generale, sono:

- la promozione di attività di ricerca su tematiche di interesse comune;
- la collaborazione su campagne, progetti e lobby;
- la costruzione insieme di campagne di comunicazione e di informazione.

Sulla base delle considerazioni fatte in precedenza, si può dedurre che gli stakeholder intervistati riconoscano a MDC, come già accertati, certi atteggiamenti ritenuti importanti da parte delle associazioni dei consumatori e gli rivolgano pertanto delle aspettative ulteriori, su attività e temi su cui “si aspettano” di poter avere delle risposte adeguate e soddisfacenti.

Gli si riconosce in particolare l'autorevolezza guadagnatasi nel tempo nel settore degli studi e delle indagini sui temi del consumerismo (un esempio tra tutti il rapporto sulla sicurezza alimentare “Italia a tavola” giunto alla sua ottava edizione).

Nelle schede sottostanti presentiamo, in graduatoria, le aspettative che sono state indicate da più della metà degli intervistati (più di 10).

PRINCIPALI ASPETTATIVE VERSO MDC

- 1° - **Promuovere attività di ricerca su tematiche di interesse comune**
- 2° - **Opportunità di collaborazione su campagne, progetti e lobby**
 - **Avere un interlocutore affidabile e preparato**
 - **Disponibilità al dialogo su tematiche di interesse comune**
- 3° - **Conoscere le attività dell'organizzazione e i suoi obiettivi**
- 4° - **Costruire insieme delle campagne di comunicazione e di informazione**

E' interessante anche indagare come si articolano le principali aspettative sulla base delle diverse tipologie di stakeholder. Si noti come la promozione di attività di ricerca su tematiche di interesse comune viene indicata soprattutto dalle Associazioni dei Consumatori e di terzo settore e dalle Istituzioni pubbliche.

Tipologia di Stakeholder	ASPETTATIVA PIU' FREQUENTE
ASS. DI CONSUMATORI E DI TERZO SETTORE	<ul style="list-style-type: none"> - Promuovere attività di ricerca su tematiche di interesse comune - Opportunità di collaborazione su campagne, progetti e lobby - Conoscere le attività dell'organizzazione e i suoi obiettivi
ISTITUZ. PUBBLICHE	<ul style="list-style-type: none"> - Promuovere attività di ricerca su tematiche di interesse comune - Disponibilità al dialogo su tematiche di interesse comune
GRANDI IMPRESE	<ul style="list-style-type: none"> - Avere un interlocutore affidabile e preparato - Disponibilità al dialogo su tematiche di interesse comune
ASS. DI CATEGORIA	<ul style="list-style-type: none"> - Opportunità di collaborazione su campagne, progetti e lobby



**Relazione sociale
2009-2011**



Servizi a rete

Il **Dipartimento** che se ne occupa, denominato **Nuove Tecnologie e Servizi a Rete**, è stato fondato nel 2004 e il Responsabile Nazionale è Francesco Luongo. In questo ambito l'attività di Conciliazione extragiudiziale assume particolare rilevanza e ad occuparsene è il Responsabile del **Dipartimento Conciliazione e Mediazione** Luigi Mariano.

Obiettivi

Scopo principale del Dipartimento è perseguire gli **obiettivi istituzionali** stabiliti nell'art. 3 dello Statuto, ed in particolare garantire:

- *la difesa del consumatore-utente nei rapporti con le Aziende pubbliche o private produttrici, distributrici ed erogatrici di beni e servizi, la difesa dell'interesse individuale e collettivo alla trasparenza, correttezza, equità dei contratti, nonché all'economicità dell'offerta;*
- *il pluralismo, l'obiettività e la trasparenza dell'informazione al pubblico e della comunicazione, anche pubblicitaria, finalizzata alla promozione, distribuzione e vendita di beni e servizi;*
- *l'accesso e la fruizione sicura per i cittadini di tutte le tecnologie di trasmissione e comunicazione dati, audio e video esistenti e dei relativi contenuti, nel rispetto delle normative vigenti in materia di regolamentazione, trasparenza e garanzie degli utenti, nonché dei dati personali e della tutela dei minori.*

Gli obiettivi specifici che l'Associazione si è posta negli ultimi tre anni, sono i seguenti:

- aumento del contrasto dell'attività di marketing aggressivo attuato dalle imprese (contratti truffa e/o mancata trasparenza nella proposta dei contratti, attivazione di servizi non richiesti) con particolare riferimento alle pratiche scorrette che hanno seguito l'introduzione in Italia del mercato libero dell'energia;
- aumento dell'attività di studio delle pratiche commerciali scorrette, delle delibere delle Authority e delle normative vigenti nei settori energia e telecomunicazioni;
- aumento del controllo della qualità dei servizi dei cittadini erogati dalle imprese di servizi anche attraverso l'analisi dei reclami ricevuti, progetti, ricerche di mercato e dossier;
- rinnovo del sostegno politico alle azioni delle Autorità di regolazione anche tramite la diffusione di comunicati ai contatti stampa e ai soci dell'Associazione;
- aumento delle opportunità informative per i cittadini riguardo la possibilità della Conciliazione paritetica, anche tramite progetti condivisi con le imprese;
- aumento dell'informazione ai cittadini per diffondere le novità legislative dei settori energia e telecomunicazioni.

Attività istituzionali

L'operatività del Dipartimento si è concretizzata nelle seguenti attività:

- fornire pareri alle Autorità di regolazione e alle Istituzioni (Agcom, Autorità per l'Energia Elettrica e Gas, Antitrust, Ministero dello Sviluppo Economico, Unione Europea);
- predisporre ricorsi e segnalazioni alle Autorità di regolazione;

- attuare iniziative di lobby a favore dei cittadini presso le Istituzioni;
- predisporre azioni di reclamo/conciliazione per la risoluzione extragiudiziale delle controversie tramite la conciliazione paritetica o anche ricorrendo presso i Corecom e i Giudici di Pace;
- fornire all'utente modulistica per l'autotutela a disposizione on-line sul sito istituzionale www.mdc.it

Pareri alle autorità di regolazione e alle istituzioni

Grazie a una costante azione di sollecitazione delle diverse Autorità, il Movimento Difesa del Cittadino è oggi una delle principali associazioni dei consumatori di riferimento per l'attività di regolamentazione nel settore delle telecomunicazioni e dell'energia.

Pareri forniti in sede consultiva presso l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

Argomento Audizione/Consultazione	Data
Audizione specifica su proposta di modifiche al regolamento di cui alla Delibera dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni 173/07/CONS	30.06.09
Audizione Tavolo permanente di consultazione delle associazioni dei consumatori su: 1) Motore di calcolo tariffario accreditato dall'Agcom sulla base della Delibera supermoney.eu svolta ai sensi della Delibera n. 331/09/CONS; 2) Modifiche al Regolamento in materia di denunce inerenti la tutela dell'utenza; 3) Caratteristiche dei decoder e iniziative utili all'adozione di un "Decoder Unico"; 4) Stato del funzionamento e della gestione dei Corecom; 5) Richiesta al Governo sulla disponibilità degli importi delle sanzioni ed istituzione di un fondo per copertura spese di conciliazione paritetica; 6) Revisione dei criteri di distribuzione sul territorio nazionale delle postazioni telefoniche pubbliche	21.04.10
Consultazione pubblica per stabilire le linee del provvedimento concernente l'esercizio delle competenze dell'autorità nell'attività di tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica (Delibera n. 668/10)	03.03.11
Tavolo Tecnico sulla definizione di ulteriori disposizioni in materia di qualità e carte dei servizi di comunicazioni mobili e personali, a modifica ed integrazione della delibera n. 104/05/CSP	13.06.11
Proposta di modifica al Regolamento concernente le controversie tra utenti ed operatori di comunicazione elettronica (Delibera Agcom)	18.07.11

Pareri forniti in sede consultiva presso l'Autorità per l'Energia Elettrica ed il Gas

Argomento Audizione/Consultazione	Data
Consultazione Pubblica: compensazioni per la spesa sostenuta per la fornitura di gas naturale ai clienti domestici economicamente disagiati connessi alle reti di distribuzione	11.05.09
Consultazione pubblica: criteri per la determinazione e l'aggiornamento delle condizioni economiche di fornitura del gas naturale per il servizio di tutela	30.04.10
Gruppo di Coordinamento Associazioni – Sportello per il consumatore	29.04.10
Indagine conoscitiva sulla risoluzione extragiudiziale delle controversie Delibera VIS 65/11	11.07.11
Audizioni periodiche 2011	20.09.11

Pareri forniti in sede consultiva presso il Ministero dello Sviluppo Economico

Argomento Audizione/Consultazione	Data
Consultazione pubblica. Piano Nazionale di Azione per le Energie Rinnovabili (Dir. 2009/28/CE)	26.06.10

Pareri forniti alle società di vendita del mercato dell'energia

Argomento	Data
Proposte delle Associazioni per rafforzare la difesa dei consumatori rispetto all'aumento delle truffe che frenano la concorrenza nel mercato dell'energia	21.10.11
Protocollo unico Aziende settore Energia Elettrica e Gas/Associazioni dei Consumatori	04.11.11

Ricorsi e segnalazioni alle autorità di regolazione

Ricorsi e segnalazioni inoltrati all'Autorità per l'Energia Elettrica ed il Gas, in relazione ai comportamenti scorretti degli operatori

Azienda interessata	Argomento	Esito
Enel Distribuzione spa	Mancata indicazione in bolletta delle modalità di pagamento gratuito (Art 12.1 Delibera dell'Autorità per l'Energia Elettrica ed il Gas n. 55/00)	Sanzione di € 11.700.000 irrogata con Delibera n. 66/07 confermata con Sentenza del Consiglio di Stato n. 02507/2010
Eni spa	Ritardata fatturazione e addebito di conguagli (violazione degli artt. 3 e 4 della Delibera dell'Autorità per l'Energia Elettrica ed il Gas n. 229/01 e art 10 Del. 42/99)	Delibera n. 2505/2010 VIS 36/10: apertura istruttoria per l'adozione di provvedimenti prescrittivi e sanzionatori nei confronti della società Eni S.p.A. – Divisione Gas & Power. Deliberazione 21 luglio 2011 –VIS 75/11 irrogazione di 5 sanzioni di € 722.000
Enel Energia spa	Denuncia di attivazione abusiva di forniture e contestuale violazione del Codice di condotta commerciale per la vendita del gas riferita a 11 utenti del Comune di Ponte (BN) Segnalazione con richiesta di avvio del procedimento istruttorio per la violazione delle Delibere dell'Autorità per l'Energia Elettrica ed il Gas n. 126/04 e n. 164/08	Delibera 19 aprile 2012 n. 153/2012/R/com: approvazione di misure preventive e ripristinatorie nei casi di contratti e attivazioni non richieste di forniture di energia elettrica e/o di gas naturale
Enel Servizio Elettrico spa	Istanza di intervento richiesta di audizione ai sensi dell'art. 10 comma 5 del DPR n. 244/01 procedimento per l'adozione di provvedimenti prescrittivi e sanzionatori per violazioni in materia di qualità commerciale del servizio di vendita.	Procedimento in corso

Ricorsi e segnalazioni inoltrati all'Antitrust

Azienda, ente o mercato interessata/o	Argomento	Esito
PosteMobile PosteShop	Pubblicità dal contenuto omissivo e ingannevole presente sul catalogo Posteshop "Primavera 2011", che ha promosso la tariffa associata all'acquisto dell'apparecchio "PM SMART 1107"	Due sanzioni: 40.000 euro per PosteMobile e 30.000 per PosteShop
Unione Petrolifera	Insieme al Comitato Casper MDC ha presentato un esposto per verificare eventuali speculazioni sul prezzo della benzina	E' stata aperta un'istruttoria
Enel Energia	Pratica commerciale scorretta di Enel Energia che ha acquisito illecitamente al mercato libero un consumatore dal mercato tutelato	Esito positivo. Multa di 50.000 € a Enel Energia e rientro del consumatore nel mercato tutelato
Italcogim	Pratica commerciale scorretta di Italcogim che ha acquisito illecitamente al mercato libero un consumatore dal mercato tutelato	Esito positivo. Multa di 50.000 € a Enel Energia e rientro del consumatore nel mercato tutelato
Comune di Roma	Insieme al Comitato Casper MDC ha presentato un esposto in cui si contestava il criterio seguito per deliberare l'aumento delle tariffe taxi del Comune di Roma	L'Antitrust ha inviato una segnalazione al Comune di Roma
Trenitalia	Insieme al Comitato Casper MDC ha presentato un esposto in cui si contestavano i disagi causati dal blocco del traffico dei treni a causa del maltempo nel dicembre 2011	E' stata aperta un'istruttoria
Mercato del trasporto via mare (traghetti)	Insieme al Comitato Casper MDC ha presentato un esposto in cui si contestavano i rincari esorbitanti per la destinazione Sardegna nell'estate 2011. Si è chiesto di verificare la presenza di speculazioni o la creazione di eventuale cartello	E' stata aperta un'istruttoria
Trenitalia	Insieme al Comitato Casper MDC ha presentato un esposto in cui si contestavano gli aumenti dei prezzi dei biglietti dei treni di Aprile 2011	E' stata aperta un'istruttoria

Conciliazione

Vodafone

I nostri conciliatori

Marilena Panariello (MDC Roma Nord)

Conciliazioni effettuate suddivise per argomento

Argomento	2009*	2010	2011
<i>Mancata portabilità</i>	-	2	1
<i>Mancata disattivazione richiesta</i>	-	1	0
<i>Ritardata attivazione dei servizi richiesti</i>	-	1	0
<i>Attivazione servizi non richiesti</i>	-	2	2
<i>Fatturazione importi anomali</i>	-	3	2
Totale conciliazioni	-	9	5

* La conciliazione con Vodafone ha avuto inizio nel 2010

Telecom/Tim

I nostri conciliatori

ABRUZZO	Luigi Cerini (MDC Ortona – CH) Stefania Di Peco (MDC Pescara)
CAMPANIA	Giovanni Festa (MDC San Salvatore Telesino – BN) Francesco Luongo (MDC Benevento) Eugenio Diffidenti (MDC San Giorgio a Cremano – NA)
CALABRIA	Enrico Della Valle (MDC Catanzaro) Giuseppe Tedesco (MDC Reggio Calabria)
BASILICATA	Luigi Pepe (MDC Montescaglioso – MT) Paola Andriulli (MDC Montescaglioso – MT)
EMILIA ROMAGNA	Paola Zavarin (MDC Ferrara) Michele Saldina (MDC Parma)
LAZIO	Francesca Giglio (MDC Roma nord)
LIGURIA	Manuela Repetto (MDC Genova)
UMBRIA	Sabrina Pasquini (MDC Perugia)
MARCHE	Micaela Girardi (MDC Ascoli Piceno) Giulia Mataloni (MDC Macerata)
PUGLIA	Simona Ciullo (MDC Lecce)
SICILIA	Maria Luisa De Simone (MDC Palermo)
TOSCANA	Desiree Diddi (MDC Pistoia) Barbara Vannucci (MDC Firenze) Iole Mela (MDC Lucca)
FRIULI V.G.	Chiara Fumich (MDC Friuli Venezia e Giulia)

Conciliazioni	2009	2010	2011
<i>Avviate</i>	306	212	178
<i>Annullate</i>	15	8	12
<i>Discusse</i>	291	204	166
<i>Mancato accordo</i>	20	17	8
<i>Chiuse</i>	271	187	158

Esito conciliazioni chiuse	2009	2010	2011
<i>Rimborso/riaccredito</i>	143	67	59
<i>Storno</i>	78	99	58
<i>Storno+rateizzazione</i>	12	5	3
<i>Rateizzazione</i>	1	1	0
<i>Conferma addebiti</i>	0	7	8
<i>Esenzione mora</i>	0	0	2
<i>Altro</i>	37	8	28
Totale conciliazioni	271	187	158

Wind

I nostri conciliatori

NORD	Rosalba Folino (MDC Varese)
CENTRO	Francesca Giglio (MDC Roma Nord)
SUD	Maria Luisa De Simone (MDC Palermo)

Conciliazioni effettuate suddivise per argomento

Argomento	2009	2010	2011
<i>Tecnico</i>	6	6	4
<i>Amministrativo</i>	4	10	5
<i>Commerciale</i>	4	5	3
<i>Provisioning</i>	7	16	1
Totale conciliazioni	21	37	13

H3G (Tre)

I nostri conciliatori Francesca Giglio (MDC Roma Nord)

Conciliazioni effettuate suddivise per argomento			
Argomento	2009	2010	2011
<i>Mancata portabilità</i>	5	2	0
<i>Mancata disattivazione richiesta</i>	2	0	0
<i>Ritardata attivazione dei servizi richiesti</i>	1	0	0
<i>Attivazione servizi non richiesti</i>	5	4	0
<i>Trasparenza del contratto</i>	0	0	1
<i>Fatturazione importi anomali</i>	5	4	3
Totale conciliazioni	18	10	4

TeleTu (ex Tele2)

I nostri conciliatori Marilena Panariello (MDC Roma Nord)

Conciliazioni effettuate suddivise per argomento			
Argomento	2009*	2010	2011
<i>Mancata portabilità</i>	-	2	4
<i>Mancata disattivazione richiesta</i>	-	2	3
<i>Ritardata attivazione dei servizi richiesti</i>	-	1	2
<i>Attivazione servizi non richiesti</i>	-	1	3
<i>Fatturazione importi anomali</i>	-	4	6
Totale conciliazioni	-	10	18

* La conciliazione con Tele2 ha avuto inizio nel 2010

Fastweb

I nostri conciliatori In attesa di nuova assegnazione

Conciliazioni effettuate suddivise per argomento			
Argomento	2009	2010	2011
<i>Ritardata attivazione dei servizi richiesti</i>	2	2	2
<i>Attivazione servizi non richiesti</i>	2	3	2
<i>Fatturazione importi anomali</i>	1	5	4
Totale conciliazioni	5	10	8

Enel

I nostri conciliatori	
CAMPANIA	Francesco Luongo (MDC Benevento) Generoso Testa (MDC Avellino)
CALABRIA	Giorgio Durante (MDC Cosenza)
LAZIO	Dalila Loiacono (MDC Roma Ovest) Alessia Zittignani (MDC Sportello Roma Centro)
SICILIA	Maria Luisa De Simone (MDC Palermo)
TOSCANA	Iole Mela (MDC Lucca)
UMBRIA	Cristina Rosetti (MDC Perugia)

Conciliazioni effettuate	2009	2010	2011
<i>Avviate</i>	10	25	10
<i>Non procedibili</i>	1	4	1
<i>Chiuse</i>	9	21	9

Conciliazioni effettuate suddivise per argomento			
Argomento	2009	2010	2011
<i>Fatturazione importi anomali</i>	7	14	8
<i>Rateizzazione/Storno</i>	1	4	1
<i>Sospensione fornitura</i>	1	3	0
Totale conciliazioni	9	21	9

Eni

I nostri conciliatori	
ABRUZZO	Luigi Cerini (MDC Ortona)
CAMPANIA	Generoso Testa (MDC Avellino)
EMILIA	Michele Saldina (MDC Parma)
LAZIO	Dalila Loiacono (MDC Roma Ovest)

Conciliazioni effettuate	2009*	2010	2011 (I° semestre)
<i>Avviate</i>	-	18	15
<i>Non procedibili</i>	-	11	8
<i>Discusse</i>	-	7	7

* La conciliazione con ENI ha avuto inizio nel 2010

Sorgenia

I nostri conciliatori	
CAMPANIA	Francesco Luongo (MDC Benevento)
LAZIO	Alessia Zittignani (MDC Sportello Roma Centro)

Conciliazioni effettuate	2009*	2010	2011 (1° semestre)
<i>Avviate</i>	-	5	1
<i>Mancato accordo</i>	-	2	1
<i>Chiuse</i>	-	3	0

* La conciliazione con Sorgenia ha avuto inizio nel 2010

Edison

I nostri conciliatori	
LIGURIA	Elisabetta Taglioretti (MDC Genova)
LAZIO	Dalila Loiacono (MDC Roma Ovest)
EMILIA	Michele Saldina (MDC Parma)

Conciliazioni effettuate	2009*	2010	2011 (1° semestre)
<i>Avviate</i>	-	1	3
<i>Non procedibili</i>	-	1	2
<i>Discusse</i>	-	0	1

* La conciliazione con Edison ha avuto inizio nel 2010

Per **Aemme**, **A2A** e **Acea** che hanno sottoscritto un protocollo di conciliazione con MDC non sono state ancora effettuate pratiche di conciliazione.

Alla luce della riforma dei servizi pubblici locali prevista dall'art. 2 comma 461 della Legge n. 244/07, nell'ottobre 2010 è stato stipulato un protocollo d'intesa con **Confservizi** sull'attuazione della predetta normativa, per dare un'accelerazione nella stipula di protocolli d'intesa per la redazione di carte dei servizi e procedure di conciliazione.

Anche settori storicamente impermeabili alle associazioni, quali il servizio idrico integrato, si sono aperti al dialogo con i consumatori, come dimostrano i Protocolli d'intesa del 2009 e 2010 tra l'MDC e le altre associazioni con l'**Acquedotto Pugliese** e l'**Acquedotto Lucano**.

Attività progettuali

 A Scuola di Energia “A scuola di risparmio energetico e sviluppo delle fonti rinnovabili. Le nuove idee crescono tra i banchi”	
Periodo di riferimento	2008-2009
Durata	12 mesi
Ambito territoriale	Lombardia, Liguria, Friuli Venezia Giulia, Veneto, Emilia Romagna, Marche, Molise, Puglia, Campania, Sicilia, Sardegna
Ente finanziatore	GSE s.p.a. – Gestore dei Servizi Elettrici
Partner di progetto	Movimento Consumatori
Breve descrizione del progetto	<p>Il progetto, alla sua seconda edizione, si è proposto di verificare nelle scuole secondarie di primo grado, le eventuali iniziative attuate per il risparmio energetico e lo sviluppo delle nuove fonti di energia, attraverso la somministrazione di un questionario.</p> <p>Sono state anche realizzate attività innovative rivolte specificatamente agli studenti, che sono stati coinvolti proattivamente attraverso il Concorso “Raccontami la tua Energia”.</p> <p>Azione pilota della seconda edizione è stata l’iniziativa didattica realizzata in 4 scuole italiane, in cui i referenti territoriali delle due associazioni hanno incontrato gli alunni e discusso con loro la tematica del risparmio energetico.</p> <p>A partire dal sondaggio è stata realizzata l’indagine volta a rilevare quali azioni gli organi scolastici realizzano e/o promuovono per ridurre il consumo energetico all’interno degli edifici scolastici e quali attività formative le scuole svolgono per sensibilizzare il personale docente e non docente, nonché gli alunni, al risparmio energetico.</p>
Obiettivi	<ul style="list-style-type: none"> - promuovere il risparmio energetico nelle scuole; - contribuire allo sviluppo delle fonti rinnovabili; - monitorare le azioni che gli organi scolastici hanno attuato per ridurre il consumo e quelle atte allo sviluppo delle energie rinnovabili; - verificare la presenza di attività didattiche nei programmi scolastici sullo sviluppo.
Risultati	<p>Le attività realizzate nel progetto hanno consentito di raggiungere i seguenti risultati:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1.600 alunni delle scuole medie italiane hanno partecipato al concorso, producendo degli elaborati scritti sul tema; - 800 alunni hanno partecipato ai 4 corsi di formazione nelle scuole; - in 147 scuole sono state rilevate le pratiche utilizzate per promuovere il risparmio energetico.
Importo	16.000 € (quota parte MDC)



Enel Concilia

Periodo di riferimento	2009
Durata	6 mesi
Ambito territoriale	Campania, Puglia, Basilicata, Calabria e Sicilia
Ente finanziatore	Enel spa
Breve descrizione delle attività	<p>Il progetto nasce con lo scopo di informare i consumatori delle regioni Campania, Puglia, Basilicata, Calabria e Sicilia sulla possibilità di accedere alla procedura di conciliazione on line in materia di erogazione di energia elettrica e di gas, di cui al Regolamento sottoscritto in data 26 maggio 2009 tra le Associazioni dei Consumatori firmatarie del Protocollo d'Intesa con Enel S.p.A., Enel Servizio Elettrico S.p.A. ed Enel Energia S.p.A.</p> <p>L'intesa è finalizzata alla risoluzione extragiudiziale delle controversie riguardanti i contratti di fornitura di energia elettrica. Tale procedura rappresenta non solo uno strumento alternativo alla giustizia ordinaria, ma anche una soluzione semplice, veloce ed economica.</p> <p>La campagna di informazione è stata realizzata attraverso leaflet, vademecum e riviste (30.000 copie), incontri di prossimità con i cittadini (20 nelle regioni ambito del progetto) e focus group con gli esperti.</p>
Obiettivi	<ul style="list-style-type: none"> - divulgare e promuovere la conciliazione paritetica; - spiegare ai cittadini le modalità per accedere alla procedura di conciliazione attivata con Enel; - monitorare il grado di soddisfazione dei clienti Enel che hanno utilizzato la conciliazione per dirimere le controversie.
Risultati	<p>Le attività realizzate nel progetto hanno consentito di raggiungere:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 100.000 cittadini mediante la distribuzione di altrettanti leaflet nelle regioni ambito del progetto; - 30.000 soci dell'Associazione mediante la realizzazione di un numero speciale della rivista Diritti&Consumi; - 400 cittadini mediante la realizzazione di 20 incontri formativi di prossimità. <p>Durante il progetto è stato realizzato un report interno di monitoraggio che ha permesso di analizzare i risultati della conciliazione in 6 mesi e di testare il gradimento dei cittadini.</p>
Importo	60.000 €



Energia: Diritti a Viva Voce

Periodo di riferimento	2011 - 2012
Durata	20 mesi – in corso
Ambito territoriale	Tre sportelli a Roma, Ancona e Reggio Calabria
Ente finanziatore	Cassa Conguaglio per il Settore Elettrico (CCSE)
Partner di progetto	Federconsumatori, ACU, ADOC, Adiconsum, Altroconsumo, Assoconsum, Assoutenti, Casa del Consumatore, Centro Tutela Consumatori e Utenti, Cittadinanzattiva, Codacons, Codici, Confconsumatori, Lega consumatori, Movimento Consumatori, Unione Nazionale Consumatori
Breve descrizione del progetto	<p>Il progetto è stato promosso da 17 associazioni dei consumatori, finanziato dalla Cassa conguaglio per il settore elettrico e coordinato operativamente dall’Autorità per l’energia elettrica e il gas, per tutelare i diritti dei cittadini nelle forniture di energia e gas.</p> <p>Il progetto si propone di rendere i consumatori più informati e consapevoli sul tema del risparmio nei consumi e dell’efficientamento energetico nella casa e nella vita quotidiana, per realizzare risparmio in bolletta e per l’ambiente.</p> <p>“Energia: Diritti a Viva Voce” prevede un insieme di servizi fisici e telematici per la tutela dei consumatori e utenti del servizio energetico italiano. Si tratta di una rete di 45 sportelli sul territorio nazionale gestiti dalle associazioni dei consumatori e di un Numero Verde nazionale.</p>
Obiettivi	<ul style="list-style-type: none"> - assistere i consumatori finali del servizio elettrico e del gas sulle eventuali controversie insorte tra l’utente e il fornitore del servizio; - amplificare e divulgare le iniziative dell’Autorità per l’energia per informare i consumatori; in particolare supportare il cittadino nella scelta dell’offerta commerciale più adatta alle sue esigenze attraverso l’ausilio del “Trova offerte” presente sul sito dell’Autorità; - informare e promuovere l’accesso al bonus energia e gas; - informare sulle opportunità offerte dalla tariffa bioraria; - supportare il cittadino nella lettura delle bollette; - promuovere la cultura del risparmio energetico supportando il cittadino sulle “buone pratiche” per risparmiare energia.
Risultati	<p>L’attività degli sportelli ha avuto inizio nel Settembre 2011.</p> <p>I consumatori che si sono rivolti alle 17 associazioni nel 2011 sono 3.404. Alla nostra Associazione si sono rivolti 55 consumatori, così suddivisi nei tre sportelli attivi: <i>Ancona: 31; Reggio Calabria: 6; Roma: 18</i></p>
Importo	73.857 € (quota parte MDC)



Guida ai diritti

Periodo di riferimento	2010-2011
Durata	6 mesi
Ambito territoriale	Nazionale
Ente finanziatore	Autorità per l'Energia Elettrica e il Gas
Partner di progetto	Adiconsum, Adoc, Cittadinanzattiva, Lega Consumatori, Casa del Consumatore, CTU
Breve descrizione del progetto	<p>Il progetto ha previsto la realizzazione di uno strumento web, la Guida ai Diritti, dove si possono trovare le informazioni necessarie per la comprensione delle norme che regolano il rapporto di fornitura dell'elettricità e del gas e per inquadrare le eventuali criticità che possono emergere nello svolgimento della fornitura. La ricerca delle informazioni avviene tramite un sistema di parole chiave che porta ad una descrizione dell'argomento desiderato, esposta in forma essenziale e facilmente comprensibile. Per consentire un maggior approfondimento, sono riportati i link alle Delibere dell'AEEG che si riferiscono ai diversi temi trattati.</p> <p>La Guida ai Diritti è disponibile tramite una <i>Web Application</i> al seguente indirizzo web: www.guidaconsumatorienergia.it. La guida è disponibile anche in un <i>App</i> per <i>Iphone</i>.</p>
Obiettivi	Fornire agli operatori delle Associazioni e agli utenti finali uno strumento semplice e fruibile per informarsi sulle norme che regolano le forniture di Energia Elettrica e Gas.
Risultati	<ul style="list-style-type: none"> - 100.000 contatti alla pagina web che apre la "Guida ai Diritti"; - 20.000 <i>App</i> scaricate dall'<i>Apple store</i>.
Importo	2.136 € (quota parte MDC)

Dossier

Titolo	Anno	Ente finanziatore	Partner
A scuola di risparmio energetico e sviluppo delle fonti rinnovabili. Le nuove idee crescono tra i banchi	2008-2009	GSE Gestore dei Servizi Elettrici	Movimento Consumatori
Descrizione			
<p>L'indagine svolta negli ultimi mesi del 2008 e presentata a marzo del 2009 è stata realizzata da Movimento Difesa del Cittadino (MDC) e Movimento Consumatori nell'ambito della seconda edizione del progetto cofinanziato dal Gestore Servizi Elettrici. Lo studio ha coinvolto 147 scuole secondarie di primo grado italiane.</p> <p>Il sondaggio sottoposto agli istituti ha rilevato le azioni che gli organi scolastici attuano per ridurre il consumo energetico dell'edificio scolastico e le attività didattiche che i docenti hanno inserito nei programmi scolastici per educare i ragazzi al risparmio energetico.</p> <p>Dall'indagine è risultato che le misure più adottate per risparmiare energia sono la raccolta differenziata dei rifiuti e l'uso di lampadine a basso consumo: rispettivamente da quasi il 70% e il 41% degli istituti. In particolare è cresciuto sensibilmente, rispetto al 2007, il numero delle scuole che utilizzano lampadine a basso consumo (dal 18,7% al 41%).</p> <p>La manutenzione e la pulizia regolari dell'illuminazione vengono promosse solo dal 24% delle scuole, mentre appena il 21% applica le valvole termostatiche per il regolamento automatico della temperatura. L'indagine denuncia l'assenza di interventi strutturali più significativi, come l'isolamento di nicchia dei radiatori e dei cassonetti, l'impianto fotovoltaico, il riduttore di flusso dei rubinetti.</p> <p>Le scuole intervistate hanno dimostrato la volontà di attuare iniziative volte al risparmio energetico e allo sviluppo delle nuove fonti di energia, ma la quasi totalità (90%) non prevede, come nel 2007, alcuna forma di budget per interventi sulla struttura e il 70% non riceve agevolazioni economiche esterne alle istituzioni scolastiche (solo il 21% dichiara di riceverne dal Comune, il 9% da altri enti).</p>			

Titolo	Anno	Ente finanziatore	Partner
Monitoraggio dei contratti nel mercato di energia elettrica e gas	2010-2011	Autorità per l'Energia Elettrica e il Gas	Cittadinanzattiva, Adiconsum, Adoc, Lega Consumatori, Casa del Consumatore, CTCU
Descrizione			
<p>Il dossier ha riguardato la redazione di un report relativo all'analisi delle condizioni contrattuali per la fornitura di energia elettrica, per la fornitura di gas naturale e congiunta (elettricità e gas naturale), proposte a clienti finali del mercato libero. Il report era focalizzato sui seguenti aspetti:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. analisi delle clausole contrattuali, con particolare riferimento a eventuali elementi di difformità rispetto al quadro regolatorio di settore; 2. trasparenza, completezza e accessibilità dei contenuti contrattuali; 3. enucleazione delle clausole migliori e peggiori in termini di articolazione e formulazione dei contenuti contrattuali. 			

Sicurezza alimentare e ambiente

I Dipartimenti che si occupano di questi ambiti di attività sono denominati:

- **Sicurezza Alimentare**, di cui Responsabile è Silvia Biasotto;
- **Ambiente**, di cui Responsabile è Giuseppe Messina.

Obiettivi

Gli interventi che l'Associazione realizza in questi ambiti perseguono l'obiettivo principale di educare i cittadini ad un'alimentazione consapevole e responsabile, al rispetto dell'ambiente e alla promozione dello sviluppo sostenibile.

Tra gli **obiettivi specifici** del **Dipartimento Sicurezza Alimentare**:

- informare per una conoscenza più approfondita delle etichette;
- informare sulla salubrità dei cibi e formare alla scelta dei prodotti migliori;
- diffondere la conoscenza delle frodi alimentari;
- contrastare l'utilizzo dei pesticidi in agricoltura;
- promuovere la conoscenza e l'acquisto di prodotti tipici e biologici;
- informare sulle nuove normative in materia di sicurezza alimentare;
- promuovere attività di lobby presso le Istituzioni;
- sostenere le attività di contrasto alle frodi condotte dalle Istituzioni (Carabinieri Politiche Agricole e Alimentari Nas, Ministero della Salute, Ispettorato Repressione Frodi).

Per quanto riguarda il **Dipartimento Ambiente**, l'Associazione ha i seguenti **obiettivi specifici**:

- promuovere lo sviluppo sostenibile e il rispetto ambientale;
- promuovere la raccolta differenziata;
- contrastare l'inquinamento acustico ed elettromagnetico;
- sostenere e supportare le azioni delle maggiori associazioni ambientaliste, con particolare riferimento alle iniziative di Legambiente con la quale MDC storicamente ha stabilito un rapporto di collaborazione e convenzione per i soci;

Attività istituzionali

Nella propria operatività istituzionale, il **Dipartimento Sicurezza Alimentare** partecipa a tavoli di confronto presso istituzioni e aziende; costruisce una rete interassociativa che stimoli progetti e iniziative delle sedi MDC, garantendo consulenza tecnica. Gestisce progetti nel settore sia della sicurezza alimentare che della nutrizione, in particolare dei minori.

Il **Dipartimento Ambiente** si occupa di promuovere e sostenere iniziative, prevalentemente di lobbying, per proteggere le risorse ambientali e appoggiare politiche per lo sviluppo sostenibile. Attenzione particolare è rivolta al sostegno politico di alcune iniziative di Legambiente.

Pareri e tavoli istituzionali

Numerose sono state le consultazioni parlamentari su tematiche legate alla sicurezza e qualità alimentare. MDC ha partecipato a numerosi tavoli di lavoro presso le Istituzioni. Segnaliamo quelli di maggiore importanza:

- il **Tavolo sugli additivi** presso il Ministero della Salute;
- nel 2010 l'Associazione è entrata a far parte della “**Consulta delle Associazioni dei consumatori e dei produttori in materia di sicurezza alimentare**”, istituita con DM 18 settembre 2009 presso il Dipartimento per la sanità pubblica veterinaria, la nutrizione e la sicurezza degli alimenti del Ministero della Salute;
- dal 2011 MDC è rappresentante dei consumatori presso la **Commissione consultiva sulla contraffazione agroalimentare** del Comitato Nazionale Anti Contraffazione presso il Ministero dello Sviluppo Economico.

Attività di lobbying e sensibilizzazione

MDC è socia di **IBFAN Italia** (International Baby Food Action Network per la protezione dell'Allattamento al Seno e dell'Alimentazione Infantile). L'associazione si propone di promuovere miglioramenti duraturi nelle pratiche alimentari di neonati e bambini.

Nel 2010 MDC è stata promotrice, insieme ad altre Associazioni, della **Task Force per un'Italia libera da Ogm**, rete composta da 27 organizzazioni rappresentanti il mondo produttivo, del consumo e dell'ambiente, contro le coltivazioni di organismi geneticamente modificati.

L'Associazione ha sostenuto nel 2010 l'iniziativa “**100 Piazze per il clima – In marcia per le energie pulite e sicure**”, una grande mobilitazione promossa dalle principali organizzazioni ambientaliste e da un vasto schieramento di forze sociali per promuovere il progetto di legge d'iniziativa popolare “Sviluppo dell'efficienza energetica e delle fonti rinnovabili per la salvaguardia del clima” e per ribadire che il futuro è nell'efficienza energetica e nelle fonti rinnovabili.

Nel 2011 ha sostenuto la **campagna referendaria contro il ritorno del nucleare in Italia** promuovendo la realizzazione stessa del referendum con un ricorso in Cassazione.

Nel 2011 ha sostenuto il ddl presentato dal Sen. Francesco Ferrante (PD) in materia di fitosanitari denominato: “Delega al Governo per Nuove norme per l'utilizzo dei prodotti fitosanitari in Agricoltura”.

Informazione

Nell'ottobre 2010 è stata lanciata **Salute&Gusto**, la newsletter quindicinale on line curata dal Dipartimento, con l'obiettivo di offrire un panorama delle principali notizie che riguardano il consumatore e il cibo, a partire dalle scelte politiche, normative e regolamentari italiane ed europee. Particolare attenzione viene rivolta alle attività delle associazioni di consumatori e in particolare del Movimento Difesa del Cittadino e delle sue sedi. Salute&Gusto si rivolge ai mass media, alle istituzioni, all'associazionismo consumerista, al volontariato, alle organizzazioni ambientaliste, ai centri studi, istituti di ricerca, università, centri di servizio, a tutti i soci MDC e ai cittadini che desiderano riceverla.

Attività progettuali



Periscope

(Pilot European Regional Interventions for Smart Childhood Obesity Prevention in Early Age)

Periodo di riferimento	2008-2010
Durata	24 mesi
Ambito territoriale	Italia - Danimarca - Polonia
Ente finanziatore	Unione Europea - EAHC (Executive Agency for Health and Consumers)
Partner di progetto	ASL di Brindisi - Movimento Consumatori - Danish Technical University and Aalborg University (Danimarca) - Medical University of Silesia (Polonia).
Breve descrizione del progetto	Periscope è un progetto europeo biennale - cofinanziato dalla EAHC dell'UE - contro l'obesità infantile, promosso per raccogliere e valutare informazioni sugli stili di alimentazione e sulla attività fisica dei bambini e delle loro famiglie, così da sviluppare metodologie pilota di intervento che favoriscano una sana nutrizione e un'adeguata attività fisica.
Obiettivi	<p>Gli obiettivi indicati nel progetto sono i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - prevenire l'obesità infantile in età prescolare; - raccogliere informazioni sullo stile di vita alimentare dei genitori; sulle convinzioni, i bisogni e le aspettative di insegnanti e alunni; sulle abitudini alimentari, di fruizione della tv e di attività fisica dei bambini; - analizzare l'adeguatezza da un punto di vista nutrizionale dei menu adottati nelle scuole; - effettuare un confronto a livello europeo sull'ambiente interno ed esterno degli asili al fine di studiare un'architettura che sia in grado di promuovere l'attività fisica; - studiare e sviluppare raccomandazioni e linee guida europee sul tema della lotta all'obesità infantile.

Risultati	<ul style="list-style-type: none"> - sono state raccolte informazioni su abitudini alimentari dei genitori e bambini. I risultati dell'indagine sono stati pubblicati e distribuzione alle famiglie, agli asili nido, alla comunità scientifica e al pubblico in generale; - è stata realizzata un'indagine sulla adeguatezza dei pasti erogati negli asili nido in base a indicatori di sana alimentazione; - è stato organizzato un workshop europeo per l'analisi degli ambienti interni ed esterni degli asili nido, per valutare la loro adeguatezza a promuovere l'attività fisica; - sono stati realizzati interventi presso asili nido selezionati in materia di nutrizione e attività fisica, finalizzati alla prevenzione dell'obesità infantile; - è stata realizzata una formazione a genitori e insegnanti nel campo della nutrizione, con particolare attenzione alle tecniche per modificare le abitudini alimentari; - sono state predisposte raccomandazioni e linee guida sul tema dell'obesità infantile.
Importo	77.163 € (quota parte MDC)



Vi siete mai chiesti che fine fanno i pneumatici fuori uso?

Periodo di riferimento	2011
Durata	6 mesi
Ambito territoriale	Nazionale
Ente finanziatore	Ecopneus SCpA senza scopo di lucro
Partner di progetto	Adiconsum e Assoutenti
Breve descrizione del progetto	Si tratta di una campagna per informare i cittadini sul corretto trattamento dei pneumatici a fine vita.
Obiettivi	<ul style="list-style-type: none"> - informare i consumatori sul contributo ambientale per il recupero dei pneumatici a fine vita; - sensibilizzare sull'importanza della raccolta e del corretto trattamento di questa tipologia di rifiuto.
Risultati	<ul style="list-style-type: none"> - realizzazione del sito www.contributipneumatici.it; - realizzazione di 2 spot sui siti delle Associazioni partner; - realizzazione di news sui siti delle Associazioni partner e di un numero speciale del mensile Diritti&Consumi.
Importo	7.000 € (quota parte MDC)

Partecipazione ad altri progetti

Nel 2010 MDC ha partecipato, presenziando a dei tavoli di confronto, al progetto “**Le nuove frontiere della certificazione per l’agricoltura biologica**” di Aiab (Associazione Italiana per l’Agricoltura Biologica). L’iniziativa, finanziata dal Ministero Politiche Agricole Alimentari e Forestali, aveva l’obiettivo di favorire e migliorare l’integrazione tra i soggetti componenti le filiere, con particolare riferimento al rapporto fiduciario tra consumatori ed agricoltori attraverso la certificazione.

Nel 2010 e 2011 il Dipartimento Sicurezza Alimentare ha collaborato nell’ambito del progetto “**Le Marche a tavola**” con attività di redazione contenuti e interventi ad un convegno. Il progetto è stato gestito dal Movimento Difesa del Cittadino Marche nell’ambito del progetto “Il Consumatore e gli acquisti alimentari”, il convegno è realizzato all’interno del Programma generale di intervento 2010 della Regione Marche con l’utilizzo dei fondi del Ministero dello Sviluppo Economico.

Nel 2010/2011 Il Dipartimento ha collaborato in un’indagine realizzata da MDC Lazio nell’ambito del progetto **BimbiInForma**; il dossier aveva l’obiettivo di verificare il livello di conoscenza e consapevolezza del corretto stile nutrizionale degli adolescenti e le scelte alimentari delle famiglie.

Dossier

Titolo	Anno	Ente finanziatore	Partner
Italia a Tavola	2009-2010-2011	Iniziativa autofinanziata	Legambiente
Descrizione			

Si tratta del Rapporto annuale sulla sicurezza alimentare realizzato in collaborazione con Legambiente. Nel 2011 è stata realizzata l’ottava edizione. Dal 2008 il rapporto è stato sempre accompagnato anche dal Premio Italia a Tavola: una segnalazione delle buone pratiche di chi ha voluto andare oltre gli standard di sicurezza e qualità alimentare con esperienze rispettose dell’ambiente o particolarmente attente a categorie speciali di consumatori.

In questi ultimi tre anni il dossier si è arricchito di importanti novità e ha conquistato la collaborazione di importanti istituti preposti al controllo, definendosi sempre più come l’indagine più completa sui controlli nel settore alimentare. In particolare, sono entrati a far parte delle fonti dell’indagine l’Agenzia delle Dogane, Dipartimenti di Prevenzione delle A.S.L. e gli Istituti zooprofilattici tramite il Ministero della Salute.

Titolo	Anno	Ente finanziatore	Partner
Etichettatura nei mercati rionali (ortofrutta e prodotti ittici)	2009-2010-2011	Iniziativa autofinanziata	Non presente

Descrizione

Indagine sui consumi e sulla corretta informazione ai consumatori nella vendita del pesce fresco e dell'ortofrutta in Italia.

La ricerca prevede la rilevazione, nei mercati rionali delle varie regioni italiane dove MDC è presente, del rispetto della normativa sull'etichettatura del pesce (Reg. CE 104/2000) e dell'ortofrutta (Regolamento 2002/1996). La rilevazione è a cura del Dipartimento ed è realizzata con la collaborazione delle sedi locali aderenti.

Titolo	Anno	Ente finanziatore	Partner
Le abitudini alimentari e gli stili di vita dei bambini in Italia, Danimarca e Polonia	2010	Unione Europea	ASL Brindisi; Movimento Consumatori; Danish Technical University and Aalborg University (Danimarca); Medical University of Silesia (Polonia)

Descrizione

L'indagine campionaria sul tema dell'alimentazione infantile in Italia, Danimarca e Polonia è stata realizzata nell'ambito del progetto Persicope (Pilot European Regional Interventions for Smart Childhood Obesity Prevention in Early Age).

La ricerca ha riguardato un campione di circa 1200 bambini in età compresa tra i 3 e i 6 anni negli asili dei tre paesi. L'indagine ha esaminato gli stili di vita dei bambini e delle loro famiglie, il livello di attività fisica praticato e il ruolo degli asili nelle abitudini alimentari dei bambini.

I risultati evidenziano che nei paesi oggetto dell'indagine e degli interventi del progetto, ammonta al 12,9% il tasso di sovrappeso e al 4,6% quello di obesità infantile. E' l'Italia a mostrare la maggiore prevalenza di sovrappeso e obesità, che raggiungono il 21,2% addebitabile soprattutto alla scarsa attività fisica e delle troppe ore passate davanti alla tv.

In tema di abitudini alimentari sono i bambini italiani i più indisciplinati: mangiano meno frutta e verdura rispetto ai coetanei danesi e polacchi. In particolare, il 27,5% del campione non mangia mai verdura cruda e il 40% non consuma mai verdura cotta. I migliori sono invece i danesi, considerando che circa il 70% consuma frutta almeno una volta al giorno e che il 65% preferisce la verdura cruda da una a più volte al giorno.

Titolo	Anno	Ente finanziatore	Partner
La sicurezza alimentare in Italia e in Europa	2011	Iniziativa autofinanziata	Non presente
Descrizione			
<p>Il dossier presenta in primis il percorso che ha portato alla nascita dell’Autorità europea per la sicurezza alimentare, soffermandosi su funzioni, competenze, rapporti e rappresentanze degli Stati Membri, per meglio comprendere l’eventuale necessità di un’agenzia tutta italiana.</p> <p>Segue una cronistoria della mai nata autorità italiana per poi concludere con una mappa degli istituti che si occupano di sicurezza alimentare nei 27 Stati Membri dell’Unione.</p>			

Titolo	Anno	Ente finanziatore	Partner
Decalogo natalizio per i consumatori per una spesa consapevole	2011	Iniziativa autofinanziata	Carabinieri – Comando Politiche Agricole e Alimentari
Descrizione			
<p>Il Decalogo è stato messo a punto dal Comando Carabinieri Politiche Agricole e Alimentari attraverso i Nuclei Antifrodi (NAC) e il Movimento Difesa del Cittadino. Si tratta di consigli per l’acquisto senza brutte sorprese di prodotti tipici dei cenoni e dei cesti regalo.</p> <p>Il Decalogo è strutturato in due parti: la prima esamina 10 prodotti tipici delle festività natalizie e di ognuno mette in evidenza gli aspetti principali per una giusta valutazione del rapporto prezzo-qualità; la seconda parte contiene 10 consigli per non cadere vittima di frodi.</p> <p>L’invito principale è di leggere l’etichetta, la carta di identità del prodotto e strumento essenziale per il consumatore che vuole effettuare una spesa consapevole e scegliere il prodotto migliore, dalla data di scadenza alla lista degli ingredienti.</p>			

Solidarietà sociale, salute e servizio civile

Il Movimento Difesa del Cittadino dal 2006 è **Associazione di Promozione Sociale** iscritta nell'elenco delle Associazioni Nazionali riconosciute dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali. Dal 2008 MDC è associata ad **Arci Servizio Civile** Roma e dal 2011 è membro del Direttivo. Dal 2011 è iscritta presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri nel **registro dell'UNAR** (Ufficio Nazionale Antidiscriminazioni Razziali) ed è tra le Associazioni che si battono contro le discriminazioni.

Ad occuparsi di queste tematiche è lo staff nazionale nella funzione **“Organizzazione e Progetti”** di cui Responsabile è Livia Zollo e il **Dipartimento Servizio Civile** di cui Responsabile è Marco Dal Poz. Il **Dipartimento Salute** è invece diretto da Giovanna Tona. A coadiuvare questo settore è anche il **Dipartimento Disabilità** affidato a Paolo Colombo.

Obiettivi

Gli interventi che l'Associazione realizza in questi ambiti perseguono l'obiettivo principale di tutelare i cittadini più svantaggiati in particolare immigrati, anziani, malati e minori. L'azione prevalente riguarda comunque tematiche legate alla *mission* dell'associazione e quindi l'attenzione è spesso focalizzata sulla tutela dei diritti dei consumatori.

L'Associazione ha tra le **finalità istituzionali**:

- *la tutela di bambini, anziani, disabili e persone economicamente svantaggiate;*
- *la tutela e la salute delle persone e del rispetto dei diritti del malato e della sua famiglia, anche nei rapporti con le strutture sanitarie pubbliche e private e con le aziende produttrici e distributrici di prodotti e servizi destinati alla salute delle persone;*
- *il rispetto delle diversità di etnia, religione, identità sessuale, la promozione della concreta realizzazione dei diritti degli immigrati dalle norme nazionali, comunitarie e dalle convenzioni internazionali, per l'integrazione sociale e la costituzione di una società multietnica e multiculturale e la valorizzazione della diversità in genere, con la promozione di una politica di piena realizzazione e pari opportunità nel lavoro, nella vita politica, economica e culturale.*

Gli **obiettivi strategici** che l'Associazione si è posta negli ultimi tre anni sono i seguenti:

- informazione specifica ai cittadini anziani riguardanti le tutele del consumatore-utente; questo obiettivo è necessario per colmare il gap dovuto alla carenza di assistenza dei fornitori di servizi a questa particolare tipo di utenza;
- supporto informativo ai cittadini immigrati in particolare alle badanti/collaboratrici domestiche, in merito a una serie di informazioni necessarie nell'esercizio delle funzioni lavorative quali ad esempio, la lettura della bolletta, nozioni di sicurezza domestica, risparmio energetico etc;
- prevenzione dell'abuso di alcool e droghe;
- promozione del servizio civile nazionale anche tramite la presentazione di progetti per la partecipazione dei volontari alla vita associativa.

Attività progettuali

Solidarietà sociale e servizio civile

Per quanto riguarda l'area servizio civile, si tenga in considerazione che i diversi progetti e iniziative realizzate sono spesso integrati con altri progetti inerenti i consumi e la solidarietà sociale.

In particolare nel 2011 MDC ha ottenuto, nell'ambito del progetto **"Mondo Consumatori"**, l'assegnazione di 4 volontarie del Servizio Civile Nazionale, che hanno collaborato alle attività della sede nazionale per tutto l'anno.

 Sportello Arcobaleno	
Periodo di riferimento	2008-2009
Durata	12 mesi
Ambito territoriale	Nazionale
Ente finanziatore	Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali
Partner di progetto	Movimento Consumatori
Breve descrizione del progetto	<p>E' un servizio di informazione che mira a tutelare i cittadini stranieri residenti in Italia attraverso l'informazione sui loro diritti e facilitare loro la partecipazione attiva alla costruzione della società in cui sono inseriti.</p> <p>Sono stati aperti su tutto il territorio nazionale 17 Sportelli informativi al servizio cittadini stranieri.</p> <p>E' stato attivato il sito www.sportelloarcobaleno.it ed è stata realizzata una Guida per i diritti dei nuovi cittadini e un Vademecum multilingue, per offrire maggiori informazioni sugli argomenti Casa, Utenze, Commercio & Garanzie, Banche & Poste, Assicurazioni, Diritti di cittadinanza, Difesa dei diritti.</p>
Obiettivi	<ul style="list-style-type: none"> - informare i cittadini extracomunitari di seconda generazione sui diritti dei consumatori-utenti; - tutelare i cittadini extracomunitari offrendo anche strumenti di facile comprensione per l'autotutela; - promuovere la piena integrazione dei cittadini stranieri in Italia.
Risultati	<ul style="list-style-type: none"> - sono stati realizzati: 200 locandine, 10.000 volantini, 2.000 pieghevoli (tradotti in 7 lingue: italiano, francese, inglese, spagnolo, arabo, russo, rumeno), 21.000 Vademecum (tradotti in 7 lingue: italiano, francese, inglese, spagnolo, arabo, russo, rumeno); - nei 17 sportelli sono state assistiti 3.000 cittadini immigrati; - tramite i materiali di comunicazione sono stati raggiunti circa 5.000 cittadini extracomunitari; - il numero verde ha ricevuto 1.200 contatti.
Importo	111.200 € (quota parte MDC)



Cittadini d'Argento

Periodo di riferimento	2009-2010
Durata	12 mesi
Ambito territoriale	Nazionale
Ente finanziatore	Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali
Partner di progetto	Movimento Consumatori, Upter
Breve descrizione del progetto	L'obiettivo di Cittadini d'Argento è stato quello di stimolare e favorire la partecipazione degli anziani alla vita sociale, rendendoli protagonisti di una vigilanza civica del territorio. MC e MDC hanno perciò incaricato i cittadini senior del monitoraggio e segnalazione di problematiche, disservizi, malfunzionamenti e raggiri di cui le istituzioni locali spesso non riescono ad avere un quadro costantemente aggiornato.
Obiettivi	<ul style="list-style-type: none"> - valorizzare l'impegno sociale degli over 60 esaltandone l'attivismo civico; - Fornire assistenza nell'azione di vigilanza civica tramite punti di contatto e di incontro dove scambiare esperienze e raccogliere segnalazioni.
Risultati	<ul style="list-style-type: none"> - 1300 contatti con gli anziani nei centri di aggregazione del target; - 567 segnalazioni civiche ricevute; - le telefonate giunte al Numero Verde sono state così ripartite: Sud e dalle Isole (46%); Nord (31%); Centro (23%); - gli utenti appartenevano soprattutto alla fascia 60-70 (92%) con un'equa distribuzione di genere (46% donne e 54% uomini); - tipologia dei problemi/disservizi segnalati: <ul style="list-style-type: none"> - segnaletica stradale 16,96 % - infrastrutture stradali 21,8% - illuminazione pubblica 7,26% - nettezza urbana 8,67% - raccolta differenziata 6,64% - pulizia e decoro urbano 17,91 % - altro 20,76%
Importo	87.000 € (quota parte MDC)



Badanti informate famiglie protette

Periodo di riferimento	2010 - 2011
Durata	12 mesi
Ambito territoriale	Nazionale
Ente finanziatore	Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali
Partner di progetto	Adiconsum e Movimento Consumatori
Breve descrizione del progetto	<p>Adiconsum e MDC hanno promosso il progetto per fornire a colf e badanti degli strumenti validi per migliorare le loro conoscenze sui propri diritti in qualità di cittadini consumatori e le loro capacità di autotutela su diverse tematiche della vita quotidiana (bollette, banche, assicurazioni, reclami in caso di disservizi, condominio, affitti, acquisti, ma anche di diritti di cittadinanza e primo soccorso).</p> <p>Nell'ambito della loro attività, colf e badanti si trovano spesso ad affrontare problemi pratici. La maggior parte di loro viene da un paese straniero, con lingua, cultura, sistemi legislativi e modelli di vita diversi: affrontare queste problematiche può essere ancora più pesante di quanto non lo sia normalmente per un cittadino italiano. Le due associazioni hanno aiutato questa categoria, ma di riflesso anche anziani e disabili che si avvalgono della loro collaborazione, ad affrontare e risolvere problemi di vita quotidiana. Il progetto ha previsto l'organizzazione in 31 città italiane di corsi ad hoc gratuiti, curati da esperti del settore; l'attivazione di 36 sportelli territoriali, guide e opuscoli, di un Numero Verde e di una casella e-mail dove chiedere assistenza gratuita sui temi del consumo consapevole e sugli elementi di base di primo soccorso.</p>
Obiettivi	<p>Attraverso le azioni poste in essere durante il progetto sono stati prefissati i seguenti specifici obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - favorire l'integrazione sociale del target; - rafforzare e consolidare il ruolo di colf-badanti e collaboratori domestici all'interno del contesto presso cui svolgono attività lavorativa; - contribuire a favorire la rappresentazione sociale del target individuato; - garantire agli anziani e ai disabili che si avvalgono della collaborazione di colf e badanti i benefici della formazione diretta e indiretta.
Risultati	<ul style="list-style-type: none"> - attraverso i materiali di comunicazione cartacei (vademecum, volantino e locandina), il numero verde dedicato e il servizio erogato dagli operatori di 36 sportelli in 36 città sono stati raggiunti 5000 cittadini in target; - attraverso i corsi di formazione frequentati da 400 cittadini immigrati sono state trasmesse utili informazioni per migliorare il livello di assistenza delle colf/badanti che prestano servizio presso le famiglie italiane, gli anziani e i disabili; - attraverso gli stessi corsi è aumentato notevolmente il grado di consapevolezza del target sui propri diritti di cittadini e consumatori.
Importo	53.872 € (quota parte MDC)



“Aggiungi un paese a tavola...: la ricetta dell'integrazione”

Periodo di riferimento	2011
Durata	1 mese
Ambito territoriale	Roma, Avellino, Bologna
Ente finanziatore	UNAR - Presidenza del Consiglio dei Ministri
Partner di progetto	Adoc e Cittadinanzattiva
Breve descrizione del progetto	<p>In occasione della settimana dell'anti-razzismo Adoc, Cittadinanzattiva e Movimento Difesa del Cittadino, in collaborazione con l'U.N.A.R – Ufficio Nazionale Antidiscriminazione Razziale, Dipartimento Pari Opportunità presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri, il 21 marzo hanno realizzato in tre diverse città italiane un'iniziativa volta a favorire l'incontro e lo scambio tra culture diverse attraverso uno strumento inusuale: il cibo.</p> <p>L'idea è stata quella di sfruttare la capacità aggregante del cibo per favorire uno scambio interculturale tra universi diversi : il cibo come veicolo di arricchimento della propria dimensione culturale e allo stesso tempo strumento di prevenzione della discriminazione razziale/emarginazione sociale.</p>
Obiettivi	<ul style="list-style-type: none"> - creare un momento di condivisione e di integrazione culturale; - contrastare tramite l'informazione ai cittadini la discriminazione razziale.
Risultati	<ul style="list-style-type: none"> - realizzazione di tre eventi in tre piazze a Roma, Avellino e Bologna. I rappresentanti delle comunità somala, peruviana, ucraina, egiziana e cinese, in collaborazione con i rappresentanti delle tre Associazioni, hanno organizzato degli stand dove hanno distribuito gadget e materiale informativo relativo alle ricette tipiche delle comunità; - distribuzione di 10.000 leaflet nelle piazze di Roma, Avellino e Bologna.
Importo	2.500 € (quota parte MDC)



Mondo Consumatori

Ambito territoriale	Nazionale
Periodo di riferimento	2011
Durata	12 mesi
Ente finanziatore	Presidenza del Consiglio dei Ministri
Breve descrizione del progetto	<p>Il progetto prevedeva attività di assistenza e tutela dei diritti dei consumatori, l'informazione su opportunità e novità legislative e il monitoraggio e studio delle dinamiche inerenti la tutela dei consumatori. Elemento caratterizzante del progetto è stato il coinvolgimento dei volontari di servizio civile nella vita associativa e nel lavoro svolto dallo staff nazionale, attraverso loro partecipazione a tutte le fasi di realizzazione del progetto.</p> <p>Nell'ambito delle attività di assistenza utenti e tutela consumatori i volontari hanno partecipato ad attività di prima informazione sui diritti dei cittadini-consumatori attraverso l'attivazione di un desk office per l'assistenza utenti.</p> <p>Nell'ambito dell'attività di "comunicazione" e in quella "studi e ricerche" i volontari hanno supportato l'azione dell'ufficio stampa (elaborazione comunicati stampa, ricerca notizie per la rassegna stampa e organizzazione conferenze stampa), hanno collaborato all'attività editoriale (seguendo convegni e conferenze a Roma), elaborato dossier tematici, sviluppato i contenuti per il sito web e partecipato ad eventi.</p>
Obiettivi	<p>L'obiettivo generale del progetto era la crescita della consapevolezza dei diritti dei consumatori italiani e in particolare dei soci MDC.</p> <p>Come obiettivi specifici erano previsti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'aumento dell'attività di assistenza e informazione ai consumatori; - la promozione del servizio civile nazionale; - il sostegno e supporto alle attività della sede nazionale.
Risultati	<p>Come esito delle attività svolte nell'ambito del progetto sono stati riscontrati i seguenti risultati:</p> <ul style="list-style-type: none"> - la formazione di quattro volontarie alle attività ordinarie della sede nazionale; due di esse hanno proseguito la collaborazione con MDC dopo la fine del servizio; - il supporto al lavoro della sede nazionale; - il miglioramento della qualità di risposta all'utenza; - il miglioramento nella gestione dei progetti in corso.
Importo	0 € (il contributo era erogato direttamente ai volontari)



Linea Terza Età – Insieme contro la povertà

Ambito territoriale	Nazionale
Periodo di riferimento	2011 - 2012
Durata	12 mesi – in corso
Ente finanziatore	Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali
Partner di progetto	Adiconsum
Breve descrizione del progetto	<p>L'iniziativa, promossa da Adiconsum e MDC, mira a prevenire e migliorare situazioni di sovraindebitamento, che stanno diventando una dimensione economica di grave disagio in cui si vengono a trovare centinaia di migliaia di famiglie - e soprattutto anziani - con pesanti conseguenze di marginalità sociale e il rischio di cadere vittime dell'usura.</p> <p>A tal fine sono state messe in campo una serie di attività volte a orientare famiglie e anziani verso una gestione corretta e sostenibile del bilancio familiare, l'uso consapevole del credito al consumo e la capacità di analisi della propria capacità di spesa e di indebitamento, attraverso la conoscenza degli strumenti creditizi. In particolare si vuole supportare gli anziani con situazioni di vulnerabilità creditizia.</p>
Obiettivi	<p>Il progetto prevede in particolare i seguenti obiettivi specifici:</p> <ul style="list-style-type: none"> - divulgare la "Guida al bilancio familiare", strumento per la programmazione, seppure minima, dei flussi di denaro in entrata e in uscita per migliorare la gestione del bilancio familiare consentendo di valutare al meglio le risorse domestiche e la quantità delle spese sostenute e di stabilire quante se ne possono ancora sostenere; può evitare spiacevoli sorprese; - favorire l'informazione sull'uso più consapevole del credito al consumo attraverso 12 incontri informativi con esperti in materia, in luoghi di intensa frequentazione, come parrocchie, centri anziani, università della terza età, circoli culturali, etc, per guidare gli anziani nella gestione delle proprie risorse; - favorire l'assistenza e la consulenza diretta al target individuato attraverso l'attivazione di 12 Sportelli, per contrastare ogni forma di esclusione sociale; - monitorare le cause dei momenti di criticità per poterli evitare in futuro e diffondere i risultati emersi attraverso un Convegno Nazionale sul target in relazione alla povertà favorendo lo sviluppo di provvedimenti e iniziative da parte delle istituzioni pubbliche.

Risultati	<ul style="list-style-type: none"> - attraverso i materiali di comunicazione cartacei (Guida al Bilancio Familiare e volantino), il numero verde dedicato e il servizio erogato dagli operatori di 12 sportelli in 12 città sono stati raggiunti 3000 cittadini in target; - attraverso i 12 corsi di alfabetizzazione finanziaria nelle città coperte dagli sportelli sono stati raggiunti 250 cittadini ed è stato fornito un quadro completo e aggiornato sugli strumenti finanziari agli anziani e in generale alle famiglie.
Importo	57.840 € (quota parte MDC)

Salute e disabilità

Tramite il **Dipartimento Salute**, nato nel 2007, MDC fornisce assistenza, informazione e consulenza, sulle tematiche legate alla sanità. E' presente ai tavoli tecnici presso istituzioni, enti privati e altre associazioni, partecipa a giornate formative ed informative anche nelle scuole. Tratta spesso argomenti delicati, che riguardano persone e bambini con patologie e disabilità gravi: la mancata erogazione di assistenza infermieristica, riabilitativa, socio-sanitaria, le liste d'attesa, la mancata erogazione in tempi utili dei vaccini. A supporto di questo Dipartimento c'è anche il settore **Disabilità**.

Le iniziative e i progetti realizzati dal Dipartimento Salute sono localizzati in modo particolare in Sicilia:

- nel 2009 il Dipartimento ha promosso un **Progetto di assistenza infermieristica di secondo livello** nella provincia di Ragusa;
- nel 2010 il Dipartimento ha collaborato all'iniziativa regionale dell'Associazione **"Brindo alla vita perché non vada in fumo"**, finanziato dalla Regione Sicilia.

Nel 2009 MDC si è battuta al fianco di Peppino Englaro, con un ricorso al Tar, contro la direttiva del ministro del Welfare Maurizio Sacconi, che imponeva alle Regioni e alle Asl di non permettere la sospensione della nutrizione artificiale.

Nel 2010 MDC ha promosso la presentazione del libro sul delicato tema dell'eutanasia e della libertà di scelta **"La dignità nel morire"**, scritto da otto assistenti sociali ospedalieri. Alla presentazione è intervenuta Mina Welby, moglie di Piergiorgio Welby, affetto da distrofia muscolare, noto a tutti per la drastica decisione di staccare il ventilatore polmonare che lo teneva in vita.

Nello stesso anno ha presentato un ricorso al TAR del Lazio contro il decreto del commissario per l'emergenza Sanità nel Lazio, Elio Guzzanti, secondo cui i disabili, compresi i minori, avrebbero dovuto pagare un ticket sui trattamenti di mantenimento a loro indispensabili.

Dossier

Titolo	Anno	Ente finanziatore	Partner
Sportello Arcobaleno: principali abitudini di fruizione da parte dei cittadini migranti	2009	Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali	Movimento Consumatori

Descrizione

L'indagine è stata realizzata, a conclusione dell'iniziativa **Sportello Arcobaleno**, da Ipsos per MDC e MC, sulla base dei dati provenienti dalle richieste di informazioni e consulenza che i cittadini migranti hanno rivolto agli Sportelli Arcobaleno.

Dall'indagine risulta che il 46% dei cittadini stranieri si è rivolto agli sportelli per informarsi su operazioni che riguardano l'“essere cittadino”: il 20% lo ha fatto per chiedere informazioni nell'ambito burocratico, in particolare sul rilascio di documenti da parte degli uffici della Pubblica Amministrazione (18%). Il 16% degli immigrati ha chiesto informazioni su tematiche che riguardano la casa nel suo complesso: come affittarla (6%) o acquistarla (4%) oppure su come pagare le bollette delle utenze (6%). Il 9% si è informato su questioni bancarie: come aprire un conto corrente bancario o postale o accedere a un mutuo ipotecario.

Per quanto riguarda gli ambiti più prettamente consumeristici, i cittadini migranti si sono informati su come cambiare o chiedere la sostituzione di un prodotto acquistato (17%), come segnalare errori nelle bollette (16%) o guasti e malfunzionamenti sulle utenze del gas, della luce, del telefono, dei rifiuti, ecc. (4%) e che comportamento avere in caso di controversie (9%). Il 6% degli immigrati ha chiesto delucidazioni sull'RC Auto (il 35% degli intervistati dichiara di possedere un'auto).

Titolo	Anno	Ente finanziatore	Partner
Farmaci e ticket regionali: “Le gabbie sanitarie”	2009	Iniziativa autofinanziata	Non presente

Descrizione

Il Dipartimento Salute ha realizzato questo dossier per verificare prezzi e ticket dei farmaci nelle diverse regioni italiane.

I risultati hanno evidenziato che il Lazio era in testa alla classifica delle regioni in cui i cittadini non esenti pagano di più il ticket sui farmaci (4 euro per farmaci che costano più di 5 euro e 2,50 euro per quelli che hanno un prezzo inferiore ai 5 euro). In Valle d'Aosta, Provincia di Trento, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna, Toscana, Umbria, Marche, Basilicata e Sardegna invece non esisteva alcun pagamento per i farmaci a carico dell'assistito.

Ancora diversa la situazione dei cittadini che non beneficiavano di particolari esenzioni e che abitavano in Sicilia, Lombardia, Piemonte, Liguria, Provincia Autonoma di Bolzano, Veneto e Puglia; questi dovevano sobbarcarsi il costo del ticket di 2 euro per ogni confezione, indipendentemente dal prezzo del farmaco.

In Abruzzo i non esenti pagavano 2 euro a confezione, ma se il prezzo del farmaco era inferiore a 5 euro, il ticket scendeva a 0,50 euro. La Calabria, faceva pagare ai non esenti 1 euro a ricetta più 2 euro a confezione; la Campania 1,50 euro a confezione e il Molise 1 euro a confezione, 0,50 euro per i generici, gratis i farmaci inferiori a 5 euro.

Le differenze da regione a regione sono state registrate anche per le esenzioni (per malattia, reddito e invalidità).

Titolo	Anno	Ente finanziatore	Partner
Viaggiare in salute	2009	Iniziativa autofinanziata	Non presente

Descrizione

Il Dipartimento Salute ha realizzato questo dossier, disponibile anche nel sito dell'associazione alla sezione "Viaggi e turismo", che raccoglieva le principali nozioni e informazioni da sapere per non partire impreparati. Nel dossier si trovavano consigli utili sui vaccini e la profilassi da seguire quando si parte per particolari destinazioni, informazioni su come reperire assistenza sanitaria all'estero, raccomandazioni relative ai farmaci da non dimenticare e sui più comuni disturbi causati dal jet lag, dal sole/caldo, dagli insetti/animali o dagli alimenti.

Titolo	Anno	Ente finanziatore	Partner
Usi e abusi dei farmaci ansiolitici	2010	Iniziativa autofinanziata	Non presente

Descrizione

Questo dossier è stato realizzato per monitorare l'uso dei farmaci ansiolitici alla luce dei dati ufficiali del rapporto Osmed (Istituto che si occupa di monitorare il consumo dei farmaci in Italia), che segnalava un aumento dell'uso nel 2009 del 4,4%. Nel dossier è stato fatto un confronto con i dati europei e sono stati dati utili consigli sulle precauzioni d'uso e le controindicazioni.

Banche, poste e assicurazioni

Quest'area di intervento dell'Associazione è tra le più ampie. Gli interventi che l'Associazione realizza in questo ambito spaziano dall'attività di tutela a quella di lobbying, passando per il confronto diretto con gli stakeholder per promuovere buone pratiche, modificare prassi e contratti.

Se ne occupano tre **Dipartimenti**:

- **Credito** (Resp. Micaela Girardi);
- **Poste** (Resp. Mattia Cappello);
- **Assicurazioni** (Resp. Eugenio Diffidenti).

Obiettivi

Gli **obiettivi istituzionali** dell'associazione in questo ambito sono sintetizzati in due punti dell'art. 3 dello Statuto; l'associazione intende garantire:

- *la difesa del consumatore-utente nei rapporti con le Aziende pubbliche o private produttrici, distributrici ed erogatrici di beni e servizi, la difesa dell'interesse individuale e collettivo alla trasparenza, correttezza, equità dei contratti, nonché all'economicità dell'offerta;*
- *la difesa e la tutela dei diritti e degli interessi individuali e collettivi dei consumatori e utenti, allorché agiscano quali risparmiatori, investitori o contribuenti, che acquistino o comunque fruiscono di prodotti e servizi bancari, creditizi, finanziari, assicurativi e postali, attraverso la vigilanza sul mercato mobiliare ed immobiliare, nonché il ricorso allo strumento giudiziario in tutte le ipotesi delittuose atte a ledere direttamente o indirettamente il regolare funzionamento dei mercati ed il diritto del cittadino a corrette comunicazioni, informazioni e prospettazioni circa le condizioni economiche dei relativi prodotti e servizi.*

Gli **obiettivi strategici** che l'Associazione si è posta negli ultimi tre anni sono i seguenti:

- proseguimento dell'attività di proficuo confronto nei tavoli di lavoro con gli istituti di credito, l'ABI e l'ANIA per il miglioramento dei rapporti con i clienti, la trasparenza nei contratti e la correttezza/trasparenza delle azioni di marketing e vendita di prodotti finanziari;
- contrasto al sovraindebitamento crescente; la crisi finanziaria ha aumentato la povertà delle famiglie italiane, ha ridotto i consumi e ha reso più difficile il pagamento di mutui e debiti contratti in passato;
- monitoraggio costante dei reclami provenienti dai cittadini per i servizi postali;
- contrasto all'aumento costante dell'RC Auto.

Attività istituzionali

Pareri e tavoli di confronto

Sulle tematiche afferenti a questa area, MDC è stata ascoltata in diverse occasioni presso la Consob (Commissione Nazionale per le Società e la Borsa) e in Parlamento.

Numerosi in questo settore i tavoli di confronto ai quali partecipa l'associazione. Tra i più significativi si ricordano:

- già dal 2008 l'istituzione del Forum Ania-Consumatori, una fondazione costituita dall'**ANIA** (Associazione Nazionale fra le Imprese Assicuratrici), che ha l'obiettivo di facilitare e rendere ancor più costruttivo e sistematico il dialogo tra le Imprese di Assicurazione e i consumatori. Un luogo di confronto paritetico e di progettualità condivisa che si avvale della partecipazione di rappresentanti delle Imprese, delle Associazioni dei Consumatori;
- dal 2009 la rinnovata collaborazione con Consumer Lab, tavolo comune di confronto tra il **Gruppo Monte Paschi di Siena** e le Associazioni dei Consumatori. Anche in questo caso numerosi i "cantieri" aperti su diverse tematiche, le azioni formative e informative a vantaggio dei consumatori;
- nel 2009 l'accordo con l'**ABI** (Associazione Bancaria Italiana) e i maggiori gruppi bancari per la sospensione delle rate dei mutui all'inizio della crisi finanziaria. L'accordo è stato recentemente prorogato fino a Luglio 2012;
- l'accordo quadro del luglio 2010 tra le Associazioni dei Consumatori e il **Gruppo UniCredit** denominato "Noi&UniCredit", che prevede l'istituzione di "cantieri" permanenti di confronto e la realizzazione di progetti comuni d'informazione ai consumatori.

Conciliazione

Poste Italiane (Servizi postali e BancoPosta)

I nostri conciliatori per i servizi postali	
ABRUZZO	Moreno Bonafortuna (MDC Pescara) Luigi Cerini (MDC Ortona – CH)
CAMPANIA	Generoso Testa (MDC Avellino)
CALABRIA	Teresa Neri (MDC Reggio Calabria)
BASILICATA	Vito Virzi (MDC Montescaglioso)
EMILIA ROMAGNA	Gianni Ricciuti (MDC Ferrara) Michele Saldina (MDC Parma)
LAZIO	Angelo Di Marco (MDC Nazionale)
LIGURIA	Manuela Repetto (MDC Genova)
UMBRIA	Cristina Rosetti (MDC Perugia)
MARCHE	Micaela Girardi (MDC Ascoli Piceno)
PUGLIA	Elisabetta De Riccardi (MDC Lecce)
SICILIA	Maria Luisa De Simone (MDC Palermo)
TOSCANA	Riccardo Lorenzi (MDC Lucca)
FRIULI VENEZIA GIULIA	Pietro Posenato e Giuseppe Salvatore Fazio (MDC Udine)

I nostri conciliatori per BancoPosta, PosteVita e PosteMobile

Mattia Roberto Cappello (MDC Monza)

Conciliazioni effettuate suddivise per argomento			
	2009	2010	2011
Servizi Postali	51	47	11
BancoPosta	5	1	2
PosteVita	1	1	2
PosteMobile	0	0	2
Totale conciliazioni	57	49	17

Intesa Sanpaolo

I nostri conciliatori

Mattia Roberto Cappello (MDC Monza)
Michele Saldina (MDC Parma)

Conciliazioni effettuate	2009	2010	2011
<i>Discusse</i>	607	374	-
<i>Conciliate</i>	607	374	-
<i>Non conciliate</i>	0	0	-
<i>Annullate</i>	0	0	-
Totale conciliazioni	607	374	-

Tutte le conciliazioni effettuate fanno riferimento al caso Parmalat, sulla base dell'accordo di conciliazione che è stato raggiunto con Intesa Sanpaolo nel 2008 per i clienti ex Sanpaolo che erano rimasti vittime del crack Parmalat. Gli accordi tra le parti hanno portato a rimborsi per i cittadini che avevano investito nelle azioni della società fallita. Le ultime conciliazioni sono state effettuate nel 2010.

UniCredit

I nostri conciliatori	
CAMPANIA	Eugenio Diffidenti (MDC Campania)
SICILIA E CALABRIA	Carmelo Cinnirella (MDC Catania)
EMILIA ROMAGNA	Michele Saldina (MDC Parma)
LAZIO E MOLISE	Alessia Zitignani (MDC Roma Centro)
PIEMONTE E LIGURIA	Manuela Repetto (MDC Genova)
UMBRIA E ABRUZZO	Cristina Rosetti (MDC Perugia)
MARCHE	Micaela Girardi (MDC Ascoli Piceno)
PUGLIA E BASILICATA	Luigi Mariano (MDC Puglia)
TOSCANA	Riccardo Lorenzi (MDC Lucca)
LOMBARDIA, VENETO E FRIULI	Mattia Roberto Cappello (MDC Monza)
SARDEGNA	Marianna Ladogana (MDC Cagliari)

L'Accordo di conciliazione è molto recente. La procedura è attiva da febbraio 2011 e siamo in attesa di dare avvio alla formazione dei conciliatori.

Altri accordi di Conciliazione

Negli anni oggetto del bilancio sociale con **Ania**, **Monte Paschi di Siena** e **Unipol** non sono state effettuate conciliazioni.

Attività progettuali

 RCA – Responsabili Consapevoli Attenti	
Periodo di riferimento	2009
Durata	9 mesi
Ambito territoriale	Nazionale
Ente finanziatore	Ministero dello Sviluppo Economico
Partner di progetto	Movimento Consumatori e Codici
Breve descrizione del progetto	<p>E' un progetto che mirava a fornire informazioni sul settore R.C. Auto ai neopatentati e ai giovani assicurati.</p> <p>Il progetto vuole contribuire a creare una nuova generazione di utenti consapevoli, in grado di capire cosa viene loro offerto dalle compagnie e di scegliere secondo il proprio profilo di rischio.</p>
Obiettivi	<ul style="list-style-type: none"> - agevolare l'accesso alle informazioni in materia contrattuale e tariffaria del settore; - favorire la comparabilità delle offerte economiche per i premi assicurativi; - semplificare la comprensione degli aspetti normativi; - rispondere direttamente ai quesiti posti dal consumatore in caso di dubbi o contestazioni; - favorire l'informazione ai neopatentati e ai giovani assicurati.
Risultati	<ul style="list-style-type: none"> - sono stati attivati un numero verde e indirizzi e-mail dedicati per garantire il rapporto diretto con il consumatore per qualsiasi informazione sulle assicurazioni auto; - sui siti web delle associazioni sono state realizzate pagine dedicate all'iniziativa, dove sono raccolte informazioni e materiali utili sul mondo delle assicurazioni (FAQ, glossario, normativa); - è stato realizzato un servizio che permette di calcolare on line il preventivo per la polizza RC Auto, attraverso la comparazione delle tariffe disponibili; - è stata realizzata una guida che tratta temi in ambito assicurativo e in particolare fornisce informazioni utili sulle "polizze giovani". La pubblicazione è stata veicolata attraverso gli organi di informazione delle tre associazioni: sito internet, newsletter, organi periodici con la realizzazione di numeri speciali; - è stata organizzata la "Giornata della Buona Guida" e in alcune città italiane (Biella, Como, Verona, Genova, Siena, Bologna, Ascoli Piceno, Perugia, Pescara, Anghiara - RM, Battipaglia - SA, Campobasso, San Severo - FG, Cosenza, Palermo) sono stati allestiti stand per la diffusione dei materiali del progetto; - è stato realizzato un monitoraggio delle polizze giovani offerte dalle compagnie assicurative, in attuazione del Patto per i giovani ANIA - Associazioni dei Consumatori.
Importo	12.000 € (quota parte MDC)

 Easy RCA	
Periodo di riferimento	2010
Durata	9 mesi
Ambito territoriale	Nazionale
Ente finanziatore	Ministero dello Sviluppo Economico
Partner di progetto	Movimento Consumatori e Codici
Breve descrizione del progetto	<p>MDC, Movimento Consumatori e Codici hanno attivato il progetto per permettere agli assicurati RC Auto di scegliere la polizza assicurativa più conveniente in relazione alle esigenze specifiche e secondo le modalità contrattuali più adeguate.</p> <p>La scelta più adatta non è facile da cogliere sia per il numero elevato di compagnie che operano sul mercato sia per i tempi richiesti per recuperare le molteplici proposte assicurative. Inoltre, spesso le informazioni offerte sui siti Internet delle compagnie non risultano sufficienti a orientare il consumatore, per la non facile comparabilità delle offerte e per la complessità delle norme contrattuali.</p>
Obiettivi	L'obiettivo è di agevolare l'accesso alle informazioni in materia contrattuale e tariffaria del settore e favorire la comparabilità delle offerte economiche per i premi assicurativi.
Risultati	<p>Sui siti delle associazioni è stato attivato un servizio che permette di calcolare <i>on line</i> il preventivo per la propria polizza RC Auto attraverso la comparazione delle tariffe disponibili.</p> <p>Sul sito di MDC è possibile visualizzare le pagine dedicate all'iniziativa dove sono raccolte informazioni e materiali utili sul mondo delle assicurazioni (FAQ, glossario, normativa).</p> <p>Per garantire un filo diretto con il consumatore le tre associazioni hanno attivato diversi servizi di assistenza e informazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> - un numero verde attivo dal lunedì al venerdì dalle 9:30 alle 13.00; - un indirizzo e-mail dedicato; - un servizio presso le sedi territoriali delle tre associazioni.
Importo	18.800 € (quota parte MDC)



Guadagniamo il futuro

Periodo di riferimento	2010
Durata	12 mesi
Ambito territoriale	Lombardia, Emilia Romagna, Lazio, Campania, Puglia e Sicilia
Ente finanziatore	UniCredit Group
Partner di progetto	Federconsumatori e Adiconsum
Breve descrizione del progetto	<p>L'iniziativa rientra nell'ambito dell'Accordo Quadro firmato da UniCredit Group e le Associazioni dei Consumatori ed ha ottenuto il patrocinio sia dal Ministero dello Sviluppo Economico che dal Ministero della Gioventù.</p> <p>Si tratta di un progetto di educazione bancaria realizzato in 70 classi di scuole superiori italiane, per promuovere tra i giovani l'uso responsabile del denaro.</p> <p>Le lezioni sono state tenute da rappresentanti delle Associazioni dei Consumatori insieme ai dipendenti del Gruppo, con un approccio innovativo e divertente, basato sulla partecipazione attiva dei ragazzi. Una volta completata la lezione in aula, alla classe è stato affidato il compito di creare, mediante l'elaborazione di un poster artistico, un decalogo di suggerimenti pratici per prevenire il fenomeno del sovraindebitamento, da proporre ai propri coetanei, anche in altre scuole. I poster hanno partecipato a un concorso nazionale.</p>
Obiettivi	L'obiettivo del progetto è rendere maggiormente consapevoli e informati giovani studenti su tematiche bancarie, come il funzionamento della banca, la definizione e motivazione del concetto di "sovraindebitamento", i principali prodotti bancari di interesse per i giovani (carte prepagate, carte di credito, carte di debito, etc.).
Risultati	<ul style="list-style-type: none"> - sono state realizzate lezioni per 70 classi distribuite su sei regioni (Lombardia, Emilia Romagna, Lazio, Campania, Puglia e Sicilia); - tramite le lezioni sono stati coinvolti 1500 studenti di 17 anni.
Importo	14.800 € (quota parte MDC)

 Desk Consumatori	
Periodo di riferimento	2009-2010-2011
Durata	6 anni – progetto attivato dal 2006
Ambito territoriale	Sicilia, Marche, Emilia Romagna, Liguria, Lazio, Puglia
Ente finanziatore	UniCredit Group
Partner di progetto	Adiconsum, Adoc, Assoutenti, Cittadinanzattiva, Casa del Consumatore, Confconsumatori, Codacons, Federconsumatori, Lega Consumatori, Movimento Consumatori, Unione Nazionale Consumatori
Breve descrizione del progetto	<p>Nel 2008 Unicredit Group, nell’Accordo Quadro “Noi&UniCredit” con le Associazioni dei Consumatori, ha ritenuto importante proseguire l’attività informativa avviata in un progetto del 2006, al fine di migliorare il rapporto con i clienti.</p> <p>Il progetto, al quale hanno aderito 12 Associazioni del CNCU, prevedeva che all’interno di 60 filiali del Gruppo, le Associazioni dei consumatori offrirono in piena autonomia, in un apposito “Desk Consumatori”, un servizio di informazione e orientamento sia su tematiche “consumeristiche” di vita quotidiana e sia su tematiche bancarie e finanziarie.</p> <p>Il Desk era attivo due giorni a settimana ed era presidiato da un esperto rappresentante delle Associazioni dei Consumatori.</p>
Obiettivi	<ul style="list-style-type: none"> - offrire un servizio aggiuntivo e innovativo ai cittadini clienti di UniCredit; - aumentare la conoscenza delle Associazioni dei Consumatori sul territorio anche grazie alla presenza nelle filiali del gruppo; - aumentare la consapevolezza dei consumatori sulle tematiche oggetto del progetto.
Risultati	Oltre 1500 contatti e altrettante risposte date ai cittadini nel triennio.
Importo	102.384 €



Prenditi cura del tuo denaro

Mettiamo in comune l'educazione finanziaria

Periodo di riferimento	2010-2011
Ambito territoriale	Puglia, Calabria, Liguria, Sicilia, Lazio, Emilia-Romagna, Lombardia, Toscana, Campania, Umbria, Friuli Venezia Giulia, Sardegna, Basilicata, Molise, Abruzzo, Piemonte, Marche
Ente finanziatore	Consorzio Patti Chiari (ABI)
Partner di progetto	Adiconsum, ADOC, Assoutenti, Cittadinanzattiva, Codacons, Codici, Confconsumatori, Casa del Consumatore, Lega Consumatori, Movimento Consumatori, Unione Nazionale Consumatori
Breve descrizione del progetto	<p>I due progetti, promossi dal Consorzio PattiChiari in collaborazione con ANCI, prevedono:</p> <ul style="list-style-type: none"> - una serie di incontri formativi sull'educazione finanziaria, rivolti alla popolazione adulta; - il monitoraggio dei reclami ricevuti dagli sportelli delle Associazioni dei consumatori. <p>La conduzione degli incontri è stata curata dai rappresentanti locali dell'associazione con il supporto di altri partner e/o di esponenti delle filiali bancarie aderenti, e si è basata sui contenuti informativi dello strumento multimediale "L'impronta economica – Plus", realizzato appositamente per il progetto.</p>
Obiettivi	<ul style="list-style-type: none"> - favorire la divulgazione di tematiche di educazione finanziaria e stimolare nei cittadini una maggiore consapevolezza rispetto alla gestione delle proprie risorse economiche; - monitorare i reclami per intervenire opportunamente sulle criticità riscontrate.
Risultati	MDC ha realizzato 3 incontri formativi, rispettivamente a Modica (RG), Lecce e Foggia, che hanno coinvolto 66 cittadini.
Importo	21.100 € (quota parte MDC)



Il Monte incontra le Associazioni

Consumer-Lab a casa Vostra

Periodo di riferimento	2011
Durata	10 giornate
Ambito territoriale	Toscana , Emilia Romagna
Ente finanziatore	Monte dei Paschi di Siena
Partner di progetto	Adiconsum, Adoc, Associazione Consumatori Utenti, Adusbef, AssoConsum, Assoutenti, Casa del Consumatore, Cittadinanzattiva, Codacons, Codici, Confconsumatori, Federconsumatori, Lega Consumatori, Movimento Consumatori, Unione Nazionale Consumatori
Breve descrizione del progetto	<p>I due progetti sono le ultime iniziative sviluppate dal Consumer Lab, il tavolo di lavoro di Monte Paschi di Siena e le maggiori Associazioni italiane dei Consumatori, con l'intento di far conoscere ai cittadini i propri diritti non solo in materia finanziaria, ma anche in materia consumeristica più in generale.</p> <p>Sono stati realizzati degli incontri stampa presso le filiali e sono stati allestiti dei corner all'interno di 15 filiali del Gruppo Monte Paschi di Siena di altrettante città italiane, per offrire informazioni e assistenza ai consumatori.</p>
Obiettivi	Favorire la divulgazione di tematiche di educazione finanziaria.
Risultati	La nostra associazione è stata presente in due filiali, a Empoli e Ferrara, per offrire ai clienti assistenza e informazioni.
Importo	3.350 € (quota parte MDC)

 Facile&Sicuro	
Periodo di riferimento	2011-2012 – in corso
Durata	Il progetto è iniziato a novembre 2011 e terminerà a Giugno 2012
Ambito territoriale	Nazionale
Ente finanziatore	UniCredit Group
Partner di progetto	Adiconsum
Breve descrizione del progetto	<p>E' un progetto realizzato nell'ambito di Noi&UniCredit, accordo stipulato tra il gruppo bancario UniCredit e 12 Associazioni dei Consumatori, con il comune obiettivo di realizzare iniziative e strumenti concreti volti a fornire informazioni trasparenti per la tutela del cittadino-consumatore.</p> <p>Le iniziative previste dal progetto hanno l'obiettivo di approfondire i temi legati alla moneta elettronica, per favorire un utilizzo consapevole delle carte di pagamento.</p> <p>Il progetto prevede:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 12 incontri informativi con i cittadini e 8 con gli esercenti (turismo, commercio al dettaglio e taxi); - un numero verde sulle attività previste e sull'uso della moneta elettronica; - la realizzazione della Giornata Nazionale di "Facile&Sicuro" che vedrà la presenza delle Associazioni attraverso punti informativi in 20 città italiane.
Obiettivi	<ul style="list-style-type: none"> - Approfondire i motivi dell'uso poco frequente dei sistemi di pagamento elettronici; - fare cultura della moneta elettronica; - agire efficacemente con azioni mirate per convincere esercenti e consumatori, agendo su alcuni target attraverso la divulgazione di materiale informativo cartaceo e la campagna on line; - far conoscere ai cittadini e alle categorie produttive, oltre che ai mass media, il programma Unicredit di Educazione Bancaria e Finanziaria (IN-Formati), nell'ambito del quale si colloca la presente proposta.
Attività realizzate	<p>Nella fase preparatoria sono stati realizzati i materiali di comunicazione e la struttura degli incontri.</p> <p>E' stato realizzato un primo incontro formativo a Modica (RG) dove hanno partecipato 20 cittadini.</p> <p>All'inizio del 2012 è stata realizzata la conferenza stampa di apertura.</p>
Importo	46.450 € (quota parte MDC)



Guarda che ti riguarda!

Periodo di riferimento	2011-2012
Durata	14 mesi
Ambito territoriale	Nazionale
Ente finanziatore	Ministero dello Sviluppo Economico
Partner di progetto	Assoutenti, Codacons, Confconsumatori, Unione Nazionale Consumatori.
Breve descrizione del progetto	<p>E' un progetto realizzato da 5 associazioni del CNCU (Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti) grazie ai fondi derivanti dalle multe Antitrust inflitte alle aziende di servizi.</p> <p>L'intento era quello di promuovere l'educazione al consumo consapevole e migliorare il livello di auto-tutela del consumatore, attraverso la realizzazione di un sito web (www.guardachetiriguarda.it), guide, servizi di consulenza, una rubrica radiofonica, convegni e giornate a tema.</p> <p>Il progetto si è occupato delle tematiche di seguito riportate, ognuna delle quali è stata curata da un'associazione diversa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - credito al consumo (Movimento Difesa del Cittadino); - pratiche commerciali scorrette (Assoutenti); - telemarketing (Codacons); - servizi turistici (Confconsumatori); - garanzie post-vendita (Unione Nazionale Consumatori).
Obiettivi	L'obiettivo era favorire l'esercizio dei diritti dei consumatori e promuovere la consapevolezza sulle opportunità e sugli strumenti di tutela negli ambiti sopra descritti.
Attività realizzate	<p>Nel 2011 sono stati realizzati i materiali di comunicazione (in particolare la Guida "<i>Guarda che ti riguarda! Credito al consumo e servizi finanziari a distanza</i>"), il sito e il numero verde dedicato.</p> <p>Il 28 Maggio 2011 si è svolta la Giornata Nazionale del Credito Consapevole in 10 piazze italiane (Catanzaro, Udine, Monza, Ancona, Ascoli Piceno, Isernia, Cagliari, Modica, Perugia, ed Enna), che ha raggiunto oltre 1000 cittadini.</p> <p>E' stato realizzato un corso interattivo sul credito al consumo visibile <i>on line</i> sulla web tv dell'associazione, che è stato visualizzato da 2700 cittadini.</p>
Importo	358.675 € (quota parte MDC)



Cittadini sicuri

Periodo di riferimento	2011-2012 – in corso
Durata	4 mesi
Ambito territoriale	Nazionale
Ente finanziatore	Fondazione Ania-Consumatori
Breve descrizione del progetto	Il progetto prevede la realizzazione di un corso di formazione di 2 giorni, da svolgere a Roma, rivolto ai quadri, operatori e volontari dislocati nelle 70 sedi territoriali MDC su tre tematiche centrali: RC Auto, Polizze Vita e Polizze Sanitarie.
Obiettivi	Il progetto si propone di formare i quadri e i volontari dell'Associazione sulle tematiche descritte.
Attività realizzate	Le attività dovranno essere realizzate nel corso del 2012. Il corso sarà organizzato con l'intervento di esperti di settore interni ed esterni all'associazione (verranno invitati tecnici delle aziende facenti parte del Forum Ania-Consumatori). Ad ogni partecipante sarà consegnato il kit didattico (comprendente la Guida "Cittadini sicuri"). Saranno realizzati anche 3 video sulla <i>web tv</i> e un numero speciale del mensile Diritti&Consumi
Importo	27.000 €

Dossier

Titolo	Anno	Ente finanziatore	Partner
Monitoraggio sulle polizze RCA per i giovani e sull'offerta assicurativa	2009	Ministero dello Sviluppo Economico	Movimento Consumatori e Codici

Descrizione

Il Dossier espone i risultati di un monitoraggio sull'applicazione del "Patto per i giovani", effettuato sui siti web istituzionali delle 40 compagnie assicuratrici aderenti. Il "Patto per i giovani" sottoscritto nel 2008 da ANIA, la Polizia Stradale e alcune Associazioni dei consumatori (Movimento Consumatori, MDC e Codici), consiste in un patto d'onore che premia i comportamenti responsabili alla guida, con l'offerta di polizze speciali per gli assicurati tra i 18 ed i 26 anni. Il monitoraggio è stato realizzato nell'ambito della campagna "R.C.A. Responsabili Consapevoli Attenti" patrocinata e finanziata dal Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti (CNCU) e rivolta in primo luogo ai giovani assicurati. Secondo il monitoraggio oltre l'80% dei siti fa riferimento al Patto (33 su 40). Si è rilevata una certa disomogeneità nell'applicazione. La riduzione del premio RC Auto per un giovane che stipula una polizza in linea con il Patto oscilla in media tra il 5 e il 25%, in base all'età del conducente.

Titolo	Anno	Ente promotore	Partner
- Il mutuo in tasca	2009	Monte Paschi di Siena	Consumer-Lab
- Guida al credito al consumo	2010		
- Guida agli strumenti finanziari	2011		
- Carta dei Diritti e dei Doveri			

Descrizione

Si tratta di 4 guide prodotte in questi tre anni da Consumer-Lab:

Il mutuo in tasca

La guida contiene tutto quello che c'è da sapere prima di accendere un mutuo: è uno strumento semplice, che fornisce alcune semplici regole da seguire per scegliere il mutuo più adatto alle proprie esigenze ed ottenerlo in tempi brevi.

Guida agli strumenti finanziari

La guida mira a fornire maggiore conoscenza e consapevolezza in materia ed è rivolta alla maggior parte dei risparmiatori che non ha ben chiaro cosa significhino termini come sicav, strutturate, dividendi e warrant o che vogliono capire meglio cosa sono e come si investe in azioni, BOT e derivati.

Guida al credito al consumo

Questo documento nasce per fornire ai consumatori elementi di conoscenza sul Credito al Consumo e sui prodotti che rientrano in questa nomenclatura; ambisce a qualificare l'uso dei prodotti che implicano indebitamento delle famiglie, al fine di fornire elementi utili a prevenire il rischio da sovraindebitamento.

Guida Diritti e Doveri

La Guida mira a rafforzare il rapporto tra cliente e banca, nel rispetto dei principi di trasparenza e chiarezza della documentazione contrattuale. Rappresenta, inoltre, un supporto utile e pratico per accedere alle informazioni e aumentare la consapevolezza dei propri diritti e doveri.

Contraffazione, prezzi e tariffe

L'Associazione realizza interventi di informazione e denuncia sull'aumento ingiustificato di prezzi e tariffe, sulle speculazioni e sulla falsificazione/contraffazione di prodotti. Rientra in questo contesto anche l'eccessivo aumento di tariffe da parte dei gestori di servizi pubblici locali.

Ad occuparsi di queste tematiche il **Dipartimento Lotta alla Contraffazione** di cui Responsabile è Livia Zollo. La tematica "Prezzi e tariffe" è presidiata da un pool di legali dell'Associazione e dalla Presidenza.

Obiettivi

L'Associazione ha tra le **finalità istituzionali**:

- *la difesa del consumatore-utente nei rapporti con le Aziende pubbliche o private produttrici, distributrici ed erogatrici di beni e servizi, la difesa dell'interesse individuale e collettivo alla trasparenza, correttezza, equità dei contratti, nonché all'economicità dell'offerta;*
- *la difesa e la tutela dei diritti e degli interessi individuali e collettivi dei consumatori e utenti, allorché agiscano quali risparmiatori, investitori o contribuenti, che acquistino o comunque fruiscono di prodotti e servizi bancari, creditizi, finanziari, assicurativi e postali, attraverso la vigilanza sul mercato mobiliare ed immobiliare, nonché il ricorso allo strumento giudiziario in tutte le ipotesi delittuose atte a ledere direttamente o indirettamente il regolare funzionamento dei mercati ed il diritto del cittadino a corrette comunicazioni, informazioni e prospettazioni circa le condizioni economiche dei relativi prodotti e servizi.*

Gli obiettivi specifici che l'Associazione si è posta negli ultimi tre anni sono i seguenti:

- monitoraggio degli aumenti crescenti e ingiustificati della benzina e delle accise;
- contrasto delle speculazioni attuate delle compagnie petrolifere nel mercato dei carburanti;
- monitoraggio dei prezzi dell'energia (luce e gas) e dei trasporti.

Attività istituzionali

Nel novembre del 2009 è stato sottoscritto un protocollo di intesa tra la **Federazione Italiana Pubblici Esercizi (FIPE)**, Movimento di Difesa del Cittadino, Adiconsum e Federconsumatori. Il protocollo ha fissato le linee guida della procedura volontaria di conciliazione paritetica delle controversie che dovessero insorgere tra pubblici esercizi e consumatori loro clienti.

Un importante strumento innovativo introdotto negli ultimi anni in quest'area d'intervento riguarda la creazione della coalizione di Associazioni di Consumatori denominata **Casper – Comitato contro le speculazioni e per il risparmio**, lanciata nel Settembre del 2010. Alla coalizione hanno aderito MDC, Codacons, Unione Nazionale Consumatori e Adoc.

Da segnalare anche, tra le attività del 2009, la realizzazione di un **seminario sulle frodi nei pagamenti elettronici**, cofinanziato dalla Commissione Europea - DG Giustizia Libertà e Sicurezza nell'ambito di

un più ampio progetto dell'Associazione di Consumatori spagnola ADICAE. Il seminario ha approfondito il tema complesso delle nuove opportunità e dei nuovi rischi connessi agli strumenti di pagamento elettronico, con particolare attenzione ai social network.

Da rilevare la consueta **assistenza** offerta ai cittadini dalla sede nazionale (e dalle sedi locali) in coincidenza dei periodi in cui sono possibili i saldi (Sportello Pronto Saldi). L'Associazione fornisce in questo ambito informazioni sulle regole che governano gli acquisti in saldo.

Ricorsi

Numerosi gli interventi presso il TAR del Lazio e presso l'Antitrust. Di seguito l'elenco delle azioni più significative nel triennio:

Ricorsi al TAR del Lazio

Anno 2010

- ricorso congiunto con Altroconsumo, Cittadinanzattiva e Assoutenti contro il decreto Bondi che introduceva una nuova tassa (denominata equo compenso) per la copia privata su cellulari, decoder, console per videogiochi, cd, dvd vergini e masterizzatori;
- ricorso, poi accolto, contro gli aumenti ingiustificati dei pedaggi autostradali presenti nella manovra finanziaria.

Anno 2011

- ricorso del Comitato Casper (Adoc, MDC, UNC e Codacons) contro l'introduzione di una tassa sul prezzo del biglietto del cinema;
- ricorso del Comitato Casper contro Trenitalia per l'introduzione di "finte" tariffe low cost;
- esposto del Comitato Casper per aggrottaggio contro l'aumento dei prezzi della benzina; l'esposto è stato inviato anche a 104 procure della repubblica.

Ricorsi all'Antitrust

Anno 2010

- esposto del Comitato Casper contro le speculazioni in atto sul prezzo della benzina con conseguente apertura di un'istruttoria dell'Autorità.

Anno 2011

- esposto del Comitato Casper contro le speculazioni in atto sul prezzo dei traghetti destinazione Sardegna;
- esposto del Comitato Casper contro l'aumento dei prezzi dei biglietti ferroviari con conseguente apertura di un'istruttoria dell'Autorità.

Attività progettuali

	
Periodo di riferimento	2009-2010
Durata	15 mesi
Ambito territoriale	Nazionale
Ente finanziatore	Ministero dello Sviluppo Economico
Partner di progetto	Assoutenti, Cittadinanzattiva, Confconsumatori, Movimento Consumatori
Breve descrizione del progetto	E' un progetto di informazione rivolto agli utenti su tre tematiche specifiche: pratiche commerciali scorrette, garanzie post-vendita e uso degli strumenti creditizi.
Obiettivi	Il progetto è stato attivato per facilitare l'esercizio dei diritti dei consumatori e la conoscenza dei comuni strumenti di tutela in materia di pratiche commerciali scorrette e di garanzie post-vendita, nonché promuovere l'educazione nell'uso di strumenti creditizi, anche al fine di evitare i rischi dell'indebitamento eccessivo delle famiglie.
Risultati	<ul style="list-style-type: none"> - sono stati realizzati tre convegni-seminario sulle tre tematiche con la partecipazione di esperti aziendali, giuristi, docenti universitari e responsabili degli sportelli delle associazioni proponenti e delle associazioni sindacali dei commercianti, rappresentanti delle Camere di Commercio; - per tutte le tematiche sono stati aperti indirizzi mail dedicati alla consulenza; - per tutte le tematiche sono state realizzate una guida e un leaflet; - è stato realizzato un sito web dedicato www.occhi-aperti.it; - è stata realizzata una campagna nelle scuole secondarie superiori caratterizzata da un percorso educativo e un concorso, per sensibilizzare i ragazzi dai 14 ai 18 anni; - sono stati realizzati 30 servizi radiofonici sul web; - sono stati realizzati 3 art video e il quiz "Come spendi i tuoi diritti" per la disseminazione sul web e in particolare nei social network; - in occasione della Giornata Mondiale del Risparmio, è stata organizzata in dieci capoluoghi una giornata di informazione sugli strumenti creditizi, durante la quale sono state distribuiti nei centri commerciali, i materiali di comunicazione del progetto.
Importo	769.385 € (quota parte MDC)



Sms Consumatori

Anni di riferimento	2009-2010-2011
Durata	In corso. Senza durata prestabilita: l'accordo viene rinnovato ogni anno
Ambito territoriale	Nazionale
Ente finanziatore	Ministero delle Politiche Agricole e Forestali
Partner di progetto	ACU, Adiconsum, Adoc, Adusbef, Codacons, Federconsumatori, Movimento Consumatori, Unione Nazionale Consumatori, La Casa del Consumatore
Breve descrizione del progetto	<p>E' un servizio di informazione sui prezzi dei principali prodotti agroalimentari: uno strumento che in tempo reale aggiorna sui prezzi medi all'origine, all'ingrosso e al dettaglio di 84 prodotti.</p> <p>Inviando un SMS completamente gratuito al numero unico per tutti i gestori telefonici 47947, con il solo nome del prodotto d'interesse, si ricevono all'istante tutte le informazioni sulla filiera dei prezzi.</p> <p>Le notizie disponibili sono il prezzo medio di vendita rilevato giornalmente suddiviso in tre macro aree regionali del Nord, Centro e Sud, il prezzo medio nazionale all'origine e il prezzo medio all'ingrosso aggiornato settimanalmente. Le rilevazioni avvengono in 2.200 punti vendita dei diversi canali distributivi: ipermercati, supermercati, discount, mercati rionali e negozi specializzati (di frutta e verdura, carne, pesce e alimentari).</p>
Obiettivi	<ul style="list-style-type: none"> - sviluppare un servizio di pubblica utilità di informazione, gratuita e on-demand, sui prezzi di un paniere in cui siano compresi i principali prodotti agroalimentari, attraverso la piattaforma di messaggistica SMS e web; - fornire un contributo all'ampliamento della sicurezza alimentare, favorire la diffusione di corrette abitudini alimentari e promuovere il consumo di cibi sani - in particolar modo frutta e verdura - attraverso la valorizzazione dell'apporto nutrizionale garantito da questi alimenti; - consolidare il rapporto tra le istituzioni e i cittadini attraverso un'informazione che possa concorrere a garantire chiarezza nei processi di determinazione dei prezzi; - offrire ai consumatori le conoscenze necessarie per praticare scelte d'acquisto consapevoli e per attenuare le disinformazioni che possono sfavorire il settore agroalimentare nazionale in un mercato in cui l'offerta - rispetto al passato - è divenuta molto più vasta e diversificata per qualità, paesi di produzione e costi.
Risultati	<ul style="list-style-type: none"> - 900.000 cittadini hanno richiesto tramite SMS, il prezzo di almeno un prodotto del paniere; - 110.000 iscritti alla community web.
Importo	125.917 € (quota parte MDC)



Io non voglio il falso!

Periodo di riferimento	2010-2011-2012 - in corso
Durata	26 mesi
Ambito territoriale	Nazionale
Ente finanziatore	Ministero dello Sviluppo Economico
Partner di progetto	ACU, Adiconsum, Adoc, Assoutenti, Codici, Federconsumatori, Movimento Consumatori, insieme alla Direzione generale per la lotta alla contraffazione - Ufficio Italiano Brevetti e Marchi del Ministero dello Sviluppo Economico
Breve descrizione del progetto	Si tratta di una campagna informativa e di sensibilizzazione per la lotta alla contraffazione in Italia, in particolare sull'illegalità dell'acquisto di prodotti contraffatti e sulla loro eventuale pericolosità. Oltre ad essere una campagna di sensibilizzazione per la tutela del consumatore è anche una campagna per la salvaguardia delle imprese italiane e dei posti di lavoro. Nell'ambito del progetto MDC ha contribuito alla redazione dei contenuti della newsletter "Io non voglio il falso"; alle trasmissioni radiofoniche diffuse attraverso il sito nazionale e i siti regionali MDC, la web tv "Cittadini On Line" di MDC, altri canali di informazione (Youtube) e Facebook.
Obiettivi	Obiettivo generale della campagna è la promozione della cultura della legalità tra i cittadini consumatori, al fine di scoraggiare scelte di acquisto irresponsabili o illegali, contrastando in questo modo il fenomeno della contraffazione in specifici settori, quali quello alimentare, tessile, cosmetico, dei giocattoli e dei prodotti d'igiene per la persona.
Risultati	<ul style="list-style-type: none"> - sono state distribuite alla cittadinanza 100.000 copie della newsletter dedicata al progetto; - sono stati realizzati 70 servizi radiofonici e 5 video spot presenti sul sito www.mdc.it; - è stato realizzato un numero speciale del mensile dell'Associazione Diritti&Consumi (in 5.000 copie); - è stata realizzata un'indagine sulla percezione del fenomeno da parte degli italiani.
Importo	200.000 € (quota parte MDC)

Dossier

Titolo	Anno	Ente finanziatore	Partner
Indagine quali-quantativa sulla percezione del fenomeno contraffazione da parte degli italiani	2011	Ministero dello Sviluppo Economico	ACU, Adiconsum, Adoc, Assoutenti, Codici, Federconsumatori, Movimento Consumatori e Dir. Gen. per la lotta alla contraffazione - Ufficio Italiano Brevetti e Marchi del MISE

Descrizione

La ricerca, realizzata su un campione di 4.000 consumatori, ha indagato la dimensione del fenomeno della contraffazione, ha contribuito ad evidenziare i prodotti maggiormente oggetto d'acquisto, le modalità e i canali d'acquisto e ne ha sottoposto a verifica la consapevolezza sui rischi per la salute e la sicurezza, oltre che sull'impatto sull'economia del paese.

L'indagine ha prodotto risultati molto interessanti, in alcuni casi inaspettati, che si configurano come un valido punto di partenza per riflessioni, spunti e azioni successive.

In merito alla conoscenza del fenomeno e delle sue ripercussioni, il 90% degli intervistati (con punte del 93% nel Nord Est e nel Nord Ovest) dichiara di essere a conoscenza del rischio di sanzioni amministrative derivanti dall'acquisto di prodotti contraffatti, tuttavia l'elemento "prezzo" gioca un ruolo fondamentale nella motivazione di acquisto - soprattutto in un contesto economico delicato come quello attuale - tale per cui il campione afferma di essere disposto a correre rischi, sia pecuniari che di salute, pur di ottenere un effettivo risparmio economico. Un prezzo accessibile, dunque, rappresenta il principale stimolo all'acquisto di prodotti falsi (82,3%), al quale si accompagna l'affermazione di non riscontrare difetti di qualità o facilità di usura nei prodotti falsi se paragonati a quelli originali.

Nell'ambito dei possibili interventi per arginare il fenomeno, emerge l'esortazione a ideare linee di prodotti di marca da inserire nel mercato a prezzi più accessibili (91,5%) oppure ad una maggiore accessibilità economica verso i prodotti originali (87,3%), oltre alla comminazione di sanzioni per i venditori di prodotti contraffatti (79,6%).

Titolo	Anno	Ente finanziatore	Partner
Il Consumatore e la contraffazione dei cosmetici	2011	Unipro – Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche	Non presente

Descrizione

L'indagine è stata condotta su tutto il territorio nazionale con lo scopo di approfondire la percezione dei consumatori sulla contraffazione nella cosmetica. Partendo dalla definizione di prodotto contraffatto, cioè un prodotto che imita/copia integralmente un prodotto vero, incluso il marchio, senza avere però la qualità e il rispetto delle norme di sicurezza nella fase di produzione che hanno i prodotti originali, sono stati sviluppati alcuni approfondimenti: perché si compra un prodotto contraffatto; quali prodotti cosmetici sono maggiormente contraffatti; quali danni, a livello sociale o economico, possono derivare dalla loro vendita.

Dall'indagine è emerso come i consumatori sono innanzitutto preoccupati del pericolo per la salute che può derivare dalla circolazione di prodotti contraffatti (94,1% di risposte). I consumatori sono anche consapevoli che a livello economico e sociale la vendita di prodotti contraffatti causa perdite per le imprese, seguite dalle implicazioni negative sul fronte dell'occupazione.

Minori

A questo ambito di attività si dedica il **Dipartimento Nazionale MDC JUNIOR** del Movimento Difesa del Cittadino, nato nel 2005 per informare e fornire ai ragazzi e alle famiglie, alcuni strumenti utili a rapportarsi con il mondo dei consumi e delle istituzioni.

Responsabile di questo Dipartimento è Lucia Moreschi ed è stata coadiuvata fino al 2011 da Rosy Battaglia responsabile del Dipartimento Istruzione e Formazione.

MDC-J è attivo:

- nella ricerca, attraverso la raccolta di atti e documenti relativi all'infanzia ed all'adolescenza;
- nel monitoraggio dei fenomeni socio-culturali considerati più a rischio per bambini e giovani (tendenze di consumo, rapporto con le nuove tecnologie, mode alimentari);
- nell'informazione, attraverso la pubblicazione di dossier e la realizzazione di iniziative e campagne dedicate alle scuole, ai docenti ed alle famiglie.

Obiettivi

Gli interventi che l'Associazione realizza in questo ambito perseguono l'obiettivo principale di tutelare i cittadini più giovani, educandoli ad un consumo responsabile e sostenibile.

L'Associazione infatti ha tra le **finalità statutarie**:

- *la tutela di bambini, anziani, disabili e persone economicamente svantaggiate.*

Gli **obiettivi specifici** che l'Associazione si è posta negli ultimi tre anni sono i seguenti:

- monitoraggio costante dei prezzi e della qualità dei servizi pubblici dedicati all'infanzia, all'adolescenza e alle famiglie, sia a livello regionale che nazionale (asili, centri estivi, servizi mensa);
- contrasto all'utilizzo di alcool da parte dei minori;
- monitoraggio costante delle spese scolastiche (acquisto libri e rette scolastiche);
- miglioramento degli strumenti di comunicazione del Dipartimento Junior.

Attività istituzionali

Gruppi di lavoro e comitati

MDC, con il Dipartimento Junior, fa parte dal 2001 del Gruppo di Lavoro per la Convenzione sui diritti dell'infanzia e dell'adolescenza (**Gruppo CRC**), costituito da numerose associazioni che lavorano per la promozione e la tutela dei diritti dell'infanzia in Italia, e che ha assunto l'impegno di monitorare annualmente lo stato della convenzione e le raccomandazioni rivolte all'Italia. Tutta l'attività è documentata nei rapporti reperibili sul sito **www.gruppocrc.net**.

Nel 2001 fu presentato al Comitato ONU il 1° Rapporto Supplementare sull'attuazione della Convenzione sui diritti dell'infanzia e dell'adolescenza (*Convention on the Rights of the Child* - CRC) in Italia. Nello specifico il Dipartimento Junior, insieme alle Associazioni di tutela dei minori del gruppo CRC ha stilato,

facendo da coordinatore, per tre anni di seguito (2007-2008-2009), i capitoli del rapporto dedicati alla tutela dei Diritti Civili e Libertà, con un focus particolare su minori e Nuovi Media.

Nel 2009 ha redatto un capitolo del 2° Rapporto Supplementare alle Nazioni Unite sul monitoraggio della Convenzione sui diritti dell'infanzia e dell'adolescenza in Italia; il lavoro è consultabile su http://gruppocrc.net/IMG/pdf/2_Rapporto_supplementare-2.pdf

E' in fase di presentazione la domanda al PIDIDA, il Coordinamento per i diritti dell'infanzia e dell'adolescenza tra associazioni, ONG e realtà del Terzo Settore, promosso dal Comitato Italiano per l'UNICEF, anch'esso aderente alla CRC.

MDC JUNIOR è membro del **Comitato di attuazione del Codice tv e minori**.

Nel 2010 il Dipartimento Junior ha partecipato ai seguenti appuntamenti istituzionali:

- 8-10 novembre: **Conferenza Nazionale della Famiglia** a Milano, partecipando ai Gruppi di lavoro su "Famiglia, reddito e trattamento fiscale" e "Famiglia, media e nuove tecnologie".
- 19 novembre: **Giornata nazionale per i diritti dell'infanzia e dell'adolescenza** a Roma, celebrata dalla Commissione parlamentare per l'infanzia e l'adolescenza. MDC Junior è stato invitato a partecipare insieme alle associazioni e agli organismi più rappresentativi nel settore dell'infanzia.

Comunicazione

Il Dipartimento Junior interviene regolarmente presso le Istituzioni e sull'opinione pubblica rispetto alle tematiche più urgenti in merito sia alla tutela dei minori sia alle politiche sociali ed economiche rivolte alle famiglie.

Per questo è dotato di un Ufficio Comunicazione e Stampa che stila comunicati, rapporti ed indagini. L'archivio dei comunicati è disponibile sia sul sito www.mdc.it che sul sito del dipartimento www.mdcjunior.it

Nell'ottica di un maggior dialogo con le nuove generazioni ha privilegiato l'utilizzo di canali multimediali più consoni ad intercettare oltre che l'interesse dei ragazzi anche quello delle figure educative di riferimento, realizzando nel 2009 **Help Junior Blog** (<http://mdcjunior.wordpress.com>) lanciato in occasione del XX anniversario della Convenzione dei Diritti dell'Infanzia e dell'Adolescenza.

Pensando al diritto dei giovanissimi blogger di ricevere un'informazione sicura anche nel web, MDC Junior ha attivato i propri canali anche sui Social Network più utilizzati aprendo un proprio profilo su Facebook, Twitter e su Youtube.

Dossier

Titolo	Anno	Ente finanziatore	Partner
Indagine sul prezzo dei libri di testo	2009	Iniziativa autofinanziata	Non presente

Descrizione

Giunta alla IV edizione, l'indagine di monitoraggio sui prezzi dei libri di testo comprendeva, oltre ai dati del rilevamento a campione sulle scuole di Milano, Bologna, Roma e Palermo, un'analisi dei dati inerenti la diffusione di computer e Internet nelle case e nella scuola italiana, i suggerimenti per il contenimento dei costi per la dotazione libraria alle famiglie e una guida alle agevolazioni regionali. Dall'indagine è emerso che la situazione era migliorata rispetto al 2008, dopo l'intervento dell'Antitrust che ha sanzionato le case editrici per il caro-libri e l'intervento del Ministero dell'istruzione per il mantenimento dei tetti di spesa. Erano ancora tante però le scuole che non rispettavano i limiti previsti, aggirandoli con il meccanismo dei "testi consigliati".

Titolo	Anno	Ente finanziatore	Partner
Le abitudini alimentari e gli stili di vita dei bambini in Italia, Danimarca e Polonia	2010	Unione Europea	Azienda Sanitaria Locale Brindisi Movimento Consumatori Danish Technical University and Aalborg University (Danimarca) Medical University of Silesia (Polonia)

Descrizione

L'indagine campionaria sul tema dell'alimentazione infantile in Europa è stata realizzata nell'ambito del progetto Persicope (Pilot European Regional Interventions for Smart Childhood Obesity Prevention in Early Age). La ricerca ha riguardato un campione di circa 1200 bambini in età compresa tra i 3 e i 6 anni negli asili di tre paesi: Italia, Danimarca e Polonia. L'indagine ha esaminato gli stili di vita dei bambini e delle loro famiglie, il livello di attività fisica praticato e il ruolo degli asili nelle abitudini alimentari dei bambini.

Sinteticamente i risultati evidenziano che nei paesi oggetto dell'indagine (Italia, Danimarca e Polonia) il tasso di sovrappeso ammonta a 12,9% e quello di obesità infantile a 4,6%.

In particolare è l'Italia a mostrare la maggiore prevalenza di sovrappeso e obesità: 21,2%. Colpa soprattutto della scarsa attività fisica e delle troppe ore passate davanti alla tv.

In tema di abitudini alimentari sono i bambini italiani i più indisciplinati: mangiano meno frutta e verdura rispetto ai coetanei danesi e polacchi. In particolare, il 27,5% del campione non mangia mai verdura cruda e il 40% non consuma mai verdura cotta. I migliori sono invece i danesi considerando che circa il 70% consuma frutta almeno una volta al giorno e che 65% preferisce la verdura cruda da una a più volte al giorno.

Titolo	Anno	Ente finanziatore	Partner
Baby Consumers	2010-2011	Telecom Italia	Non presente

Descrizione

Nell'ambito dell'attività di monitoraggio dei fenomeni soci-culturali considerati più a rischio per bambini e giovani (tendenze di consumo, rapporto con le nuove tecnologie, mode alimentari), il Movimento Difesa del Cittadino Junior ha realizzato negli anni scorsi due rapporti. Il primo sulla relazione tra minori e pubblicità (Baby Consumers 2005, finanziato da Consumers' Forum), il secondo su quella tra minori e nuove tecnologie con particolare attenzione all'uso/abuso dei cellulari (Baby Consumers 2007, finanziato da Tim, Tre e Wind).

Questo nuovo rapporto, in fase di completamento, ha indagato il rapporto tra minori e utilizzo di internet.

Titolo	Anno	Ente finanziatore	Partner
Indagine sui prezzi e la sicurezza dei giocattoli in Lombardia	2009 - 2010	Iniziativa autofinanziata	Non presente

Descrizione

L'indagine, partita con una prima edizione nel 2008, ha comparato i prezzi di 50 articoli-giocattolo per i bambini da 0 ai 12 anni, rilevati tra catene specializzate e grande distribuzione in Lombardia. Si tratta di un'indagine locale ma è stata realizzata dal Dipartimento Nazionale MDC JUNIOR.

Nella **seconda indagine (2009)** è stato rilevato che le catene specializzate, pur fornendo un assortimento completo, erano molto più care, facendo registrare aumenti di prezzo dal 20% al 40%.

Nella grande distribuzione sono stati confermati invece i dati dell'anno precedente: da un centro commerciale all'altro era possibile risparmiare a parità di articolo fino al 20% e oltre. Inoltre nella grande distribuzione, seppur con minore disponibilità ed assortimento, erano in vendita articoli dell'anno precedente con sconti elevati, dal 20 al 40%. Ciò ha determinato per uno stesso prodotto una differenza di prezzo fino al 50% da un negozio all'altro.

La **terza indagine (2010)** sulla sicurezza e sui costi dei giocattoli, ha preso spunto dall'analisi dei dati della Camera di Commercio di Milano. Dall'indagine emerge che sette italiani su dieci, il 66,3%, confermano il persistere della crisi e, anche in una regione ricca come la Lombardia, il 24,3% delle famiglie non riesce a far fronte ad una spesa imprevista di 700 euro.

In un contesto di impoverimento generale, le famiglie italiane non hanno rinunciato ad acquistare giocattoli (almeno nel periodo natalizio) e hanno cercato di rivolgersi maggiormente alla GDO, dove era possibile risparmiare fino al 20%.

Titolo	Anno	Ente finanziatore	Partner
Indagine sull'offerta di centri estivi comunali in Lombardia	2009 -2010	Iniziativa autofinanziata	Non presente

Descrizione

L'indagine sui centri estivi comunali per bambini e ragazzi dai 3 ai 17 anni, in Lombardia riguarda, oltre Milano, le città di Brescia, Cremona, Lecco, Monza, Pavia e Varese. Si tratta di un'indagine locale (iniziata nel 2006 con una prima edizione) ma è stata realizzata dal Dipartimento Nazionale MDC JUNIOR.

Nella **quarta edizione (2009)** il dato sostanziale che è emerso è che la domanda è superiore all'offerta in tutte le province interessate dall'indagine, in alcuni casi con un lieve aumento dei costi per le famiglie.

Nella **quinta edizione (2010)** dell'indagine il dato più significativo è che in tutte le città coinvolte nell'indagine, è stato riscontrato un aumento dell'offerta tra il 10 e il 20%. Analizzando gli elenchi dei bambini ammessi alle case vacanza, si è rivelato che il Comune di Milano non solo è il più ambito (con circa 2.000 i bambini in lista di attesa) ma che è diventato per molti nuclei familiari, impoveriti dalla crisi economica o che già versavano in condizioni precarie (come le famiglie migranti), l'unica possibilità per far divertire e respirare aria pulita ai propri figli.

Turismo e trasporti

Di questo ambito di attività si occupano:

- il **Dipartimento Turismo** di cui è responsabile Gianni Ricciuti;
- il **Dipartimento Servizi Pubblici Locali** di cui è responsabile Cristina Rosetti;
- il **Dipartimento Trasporti** di cui è stato responsabile fino a metà 2011 Gianni Candelli.

Obiettivi

Gli interventi che l'Associazione realizza in questi ambiti hanno l'obiettivo di tutelare il turista e l'utente dei servizi di trasporto pubblico e privato, per rispondere alla finalità statutaria di:

- *difendere il consumatore-utente nei rapporti con le Aziende pubbliche o private produttrici, distributrici ed erogatrici di beni e servizi, la difesa dell'interesse individuale e collettivo alla trasparenza, correttezza, equità dei contratti, nonché all'economicità dell'offerta.*

L'Associazione ha posto per il triennio 2009-2011 i seguenti **obiettivi specifici**:

- monitoraggio costante dei prezzi e della qualità dei servizi offerti da Autostrade per l'Italia, Alitalia e Trenitalia;
- rafforzare le azioni di contrasto contro l'aumento dei prezzi del trasporto pubblico locale con particolare riferimento al servizio taxi;
- aumentare l'attenzione verso la tutela del turista anche attraverso apertura di sportelli sos per i periodi in cui i cittadini si recano in vacanza;
- promozione della sicurezza stradale e dei pedoni;
- sostenere le iniziative di liberalizzazione nel settore dei trasporti in particolare nel settore ferroviario.

Attività istituzionali

Nel triennio 2009-2011 le attività principali hanno riguardato la tutela dei pendolari e la tutela dei turisti vittime dei crack di compagnie aeree (MyAir) e di tour operator (Todomondo e Viaggi del Ventaglio). Per l'assistenza dei turisti vittime dei fallimenti MyAir, Todomondo e Viaggi del Ventaglio è stato attivato nel 2009/2010 uno sportello, in cui sono state trattate più di 400 richieste.

Di seguito il dettaglio delle attività:

Tavoli di confronto

2010

- Protocollo di intesa con **Confservizi** per stabilire un confronto permanente sulle regole presenti nelle Carte dei servizi e sulle tariffe applicate dalle associate; l'accordo prevede anche il controllo della qualità dei servizi da parte delle Associazioni dei Consumatori e la possibilità di effettuare la conciliazione in caso di controversie.
- Protocollo d'intesa per l'istituzione di un tavolo permanente di confronto con **Alitalia**. Le tematiche

oggetto del tavolo sono: la carta della qualità dei servizi, la verifica periodica dell'adeguatezza dei parametri quantitativi e qualitativi del servizio erogato, la verifica delle esigenze dell'utenza, un monitoraggio permanente del rispetto dei parametri fissati dalla carta dei servizi e la conciliazione paritetica.

2011

- Protocollo di intesa con **ASSTRA**, l'associazione delle aziende di trasporto pubblico locale per il controllo degli standard di funzionamento dei servizi offerti.

Attività di lobbying e sensibilizzazione

2009

- Accoglimento della proposta del Dipartimento Turismo, presentata in audizione alla Camera, per l'**istituzione di un fondo di garanzia a copertura di un eventuale fallimento delle compagnie aeree**.

2011

- Adesione alla **campagna sulla sicurezza stradale "Siamo tutti pedoni"** realizzata, con il coinvolgimento di un numero elevato di associazioni su tutto il territorio nazionale, dal Centro Antartide di Bologna e dall'Osservatorio per l'educazione stradale e la sicurezza della Regione Emilia-Romagna, sotto l'alto Patronato del Presidente della Repubblica.

Ricorsi

2010

- Sostegno alla compagnia ferroviaria Arenaways nel **ricorso all'Antitrust contro un provvedimento dell'Ursf** (Ufficio per la regolazione dei servizi ferroviari), che aveva bloccato la possibilità di fermate intermedie sulla tratta servita dal gestore Torino-Milano; in questo modo aveva evidentemente attuato un comportamento anticoncorrenziale che manteneva il monopolio di fs nel trasporto dei pendolari.

2011

- Avvio, insieme ad altre Associazioni, di una **class action contro Autostrade per l'Italia spa** per i disservizi causati il 17 e il 18 Dicembre 2010 sulla tratta Firenze-Arezzo della A1 a seguito del maltempo.
- Accoglimento del **ricorso al TAR del Lazio** per richiedere l'annullamento dell'imposta sui pedaggi autostradali.
- Apertura di un procedimento a seguito di un **esposto all'Antitrust contro Trenitalia** presentato dal Comitato Casper per il mancato indennizzo dei disagi subiti dagli utenti il 17 dicembre a causa dei disservizi generati dal maltempo.
- Accoglimento dell'**esposto all'Antitrust contro il comune di Roma** presentato dal Comitato Casper per l'aumento delle tariffe taxi; a seguito dell'esposto l'Autorità ha inviato una segnalazione al comune in cui contestava il criterio seguito per deliberare gli aumenti.

Conciliazione

Trenitalia

I nostri conciliatori	
NORD	Sara Zarini (MDC Varese)
CENTRO	Alexia Amaricci (MDC Nazionale)
SUD	Generoso Testa (MDC Avellino)

Conciliazioni effettuate	2009	2010	2011
Totale conciliazioni	6	6	6

Argomento	2009	2010	2011
<i>Ritardi</i>	6	6	6
<i>Scarsa pulizia</i>	0	0	0
<i>Altro</i>	0	0	0
Totale conciliazioni	6	6	6

Alitalia

I nostri conciliatori	
LIGURIA	Elisabetta Taglioretti (MDC Genova)
LAZIO	Dalila Lo Iacono (MDC Roma Ovest)
PUGLIA	Ettore Lizzi (MDC Foggia)
EMILIA ROMAGNA	Alessandra Paradisi (MDC Bologna)

Argomento	2009	2010	2011
<i>Ritardi</i>	-	0	5
<i>Mancata partenza</i>	-	0	0
<i>Overbooking</i>	-	0	3
Totale conciliazioni	-	0	8

Formazione

Il Movimento Difesa del Cittadino dal 2006 è **Associazione di Promozione Sociale**, iscritta nell'elenco delle Associazioni Nazionali riconosciute dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali. Dal 2007 ha iniziato a presentare progetti presso questo Ministero finalizzati alla formazione dei soci, di quadri e volontari. Il primo progetto "Info Consumatori" terminato nel 2008 ha permesso di approntare una piattaforma intranet e e-learning tuttora utilizzata e di offrire strumenti formativi che sono stati integrati nel corso degli anni oggetto del Bilancio Sociale.

Ad occuparsi delle tematiche relative alla Formazione è lo staff nazionale, nella funzione "**Organizzazione e Progetti**" di cui responsabile è Livia Zollo e "**Amministrazione**" di cui è responsabile Paola Moro.

Obiettivi

Gli interventi che l'Associazione realizza in questi ambiti perseguono gli obiettivi di offrire strumenti di formazione permanente ai quadri e ai volontari dello staff nazionale e delle sedi locali e informazione ai cittadini sulle attività associative e le ultime novità in materia di consumerismo.

Gli obiettivi strategici che l'Associazione si è posta negli ultimi tre anni sono i seguenti:

- proseguire il percorso formativo iniziato nel 2007 e realizzare un percorso di formazione permanente per lo staff nazionale e per i quadri delle sedi locali;
- implementare i contenuti della piattaforma e-learning;
- aumentare l'informazione ai soci utilizzando prevalentemente strumenti multimediali.

Attività progettuali



Movimento InForma

Periodo di riferimento	2008-2009
Durata	12 mesi
Ambito territoriale	Nazionale
Ente finanziatore	Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali

Breve descrizione del progetto	Il progetto intendeva fornire strumenti di lavoro più efficaci, migliorare il livello e la qualità delle competenze dei quadri e dei volontari dell'associazione attraverso l'apprendimento a distanza e incontri formativi interregionali presso alcune sedi locali sulle seguenti tematiche: organizzazione e progetti, comunicazione e ufficio stampa, amministrazione e utilizzo dei sistemi informativi.
Obiettivi	<ul style="list-style-type: none"> - offrire strumenti formativi per le sedi locali; - migliorare le relazioni tra staff nazionale e sedi locali; - monitorare i bisogni delle strutture locali per approntare strumenti formativi adeguati; - migliorare la dotazione di strumenti informatici della sede nazionale e delle sedi locali; - implementare i contenuti della piattaforma e-learning.
Risultati	<ul style="list-style-type: none"> - realizzazione di 9 incontri di formazione per le sedi locali a Roma (8 partecipanti), Pescara (9), Napoli, (13), Palermo (20), Lecce (14), Milano (13), Lamezia (14, Firenze (9) e Bologna (6). Sono stati distribuiti 672 vademecum e 168 cd con i contenuti dei corsi. - sono stati somministrati due questionari per la rilevazione delle dotazioni e potenzialità presenti presso le sedi locali e per la rilevazione delle attività e dei bisogni formativi. Dalla rilevazione è risultato che la collocazione delle sedi locali prevede solo nel 33% dei casi un appartamento autonomo. Le principali carenze nella gestione amministrativa erano le seguenti: per il 69% delle sedi la rendicontazione dei progetti e per il 55% il bilancio annuale. Le richieste da parte delle sedi locali circa la formazione sono state numerose: gestione contabile-amministrativa della sede; rendicontazione, progetti regionali, comunicazione interna fra diverse sedi, partecipazione a corsi sul sistema bancario, formazione per il fund raising, comunicazione e relazione con gli utenti, informazione sulla corretta gestione fiscale del personale, strategie di marketing. - per il potenziamento delle sedi locali sono stati acquistati: 6 PC, 29 cuffie con microfono, 9 stampanti e una fotocopiatrice multifunzione. - inserimento nella piattaforma e-learning di 5 contenuti formativi afferenti alle seguenti tematiche: Banche, Assicurazioni, Sicurezza Alimentare, Energia, Telecomunicazioni.
Importo	103.500 €



MIR – Movimento in Rete

Periodo di riferimento	2009-2010
Durata	12 mesi
Ambito territoriale	Nazionale
Ente finanziatore	Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali
Breve descrizione del progetto	Il progetto è stato il naturale proseguimento dei progetti precedenti. Alla formazione diretta e e-learning si è affiancata l'informatizzazione delle sedi locali e si è pensato di dotarle di siti regionali. Particolare cura è stata prestata per l'aggiornamento del Gestionale Intranet realizzato nel progetto Info Consumatori. E' stato sperimentato anche un servizio di comunicazione innovativo: è stata proposta ai cittadini la possibilità di inviare segnalazioni tramite sms, mms e video a un numero telefonico dedicato.
Obiettivi	<ul style="list-style-type: none"> - formazione e aggiornamento dei membri dell'associazione; - potenziamento dell'informatizzazione dell'associazione; - migliorare la presenza di MDC sulla rete internet; - implementazione dei contenuti della piattaforma e-learning.
Risultati	<ul style="list-style-type: none"> - realizzazione di 3 corsi di formazione diretti per le sedi locali su "Web e Comunicazione Esterna" e "Elementi Base di un sito Web". Ai corsi hanno partecipato 13 referenti regionali; - realizzazione di 18 siti regionali; - inserimento nella piattaforma e-learning di 3 nuovi contenuti su "Web e Comunicazione esterna", "Carte dei Servizi" e "Turismo: diritti e doveri del viaggiatore"; - il servizio di raccolta delle segnalazioni non ha prodotto risultati soddisfacenti (29 sms e 3 mms). Una selezione di queste è stata poi pubblicata sul sito istituzionale.
Importo	74.400 €

Comunicazione, editoria e web

Le tematiche legate all'informazione/comunicazione sono state seguite nel triennio oggetto del Bilancio Sociale dalla Responsabile **"Comunicazione"**, Laura Simionato.

MDC svolge un'intensa attività editoriale e di comunicazione.

Nell'ultimo triennio ha lanciato le due newsletter telematiche **"Mdcnews"** (2009) e **"Salute&Gusto"** (2010) e la web tv **"Cittadini in TV"** che è presente, oltre che sul sito istituzionale, in un canale su youtube <http://www.youtube.com/user/cittadiniintv>

Comunicati stampa

La maggior parte delle iniziative realizzate sono oggetto di comunicati stampa e di notizie che vengono pubblicate sul sito istituzionale www.mdc.it e sui social network. Per leggere tutti i nostri comunicati stampa è possibile collegarsi al link http://www.mdc.it/it/comunicati_stampa.html

In dettaglio il numero dei comunicati emessi nel triennio oggetto del Bilancio Sociale:

2009	2010	2011
93	117	104

Pubblicazioni cartacee e telematiche

L'Associazione pubblica due periodici cartacei (**"Diritti&Consumi"** e **"Mdcnews"** cartaceo) e due newsletter telematiche (**"Mdcnews"** telematico e **"Salute&Gusto"**).

Tutte le riviste pubblicate da Mdc vengono diffuse a livello nazionale agli iscritti dell'associazione e ai soggetti istituzionali, pubblici e privati, che hanno rilevanza rispetto agli interessi e gli scopi statutari del Movimento.

"Diritti&Consumi" è l'organo di stampa ufficiale del Movimento con uscita mensile. Tratta tematiche relative al consumo sostenibile e ai diritti di cittadinanza; punta sull'informazione relativa alla legislazione italiana ed europea, proponendo dossier e approfondimenti tematici.

	Numeri Usciti	Copie diffuse
2009	10	40.000
2010	10	40.000
2011	8	40.000

Il bisettimanale “**Mdcnews**” (cartaceo e telematico) racconta le principali iniziative realizzate dall’associazione sia a livello nazionale che locale ed è lo strumento di informazione sulla vita interna al Movimento inviato a tutte le sedi locali e tramite esse ai soci. La newsletter telematica “Mdcnews” è stata lanciata nel 2009.

	Numeri Usciti	Copie cartacee diffuse	Utenti telematici
2009	90	1.500	821
2010	90	1.500	986
2011	90	1.500	1.110

Nel 2010 è stata avviata la newsletter telematica “**Salute&Gusto**”, a periodicità quindicinale, che intende fornire un panorama esaustivo delle principali notizie che riguardano il consumatore e il cibo: dalle scelte politiche, normative e regolamentari italiane ed europee alle iniziative delle associazioni dei consumatori.

	Numeri Usciti	Utenti
2010	7	250
2011	22	354

Nel 2004 MDC ha fondato l’Agenzia di stampa quotidiana sui consumi **Help Consumatori (HC)** che è ora gestita dalla Cooperativa Consumedia. Help Consumatori (www.helpconsumatori.it) è la prima Agenzia on line di informazione quotidiana dedicata ai consumatori, alle associazioni che li rappresentano, ai mass media, alla Pubblica Amministrazione e alle aziende. L’agenzia svolge ormai una funzione di veicolo dell’informazione consumerista a 360 gradi, rappresentando i punti di vista e le iniziative di tutte le associazioni, delle istituzioni, delle aziende, degli esperti, insomma di tutti coloro che a vario titolo agiscono o hanno da dire qualcosa nell’universo del consumo.

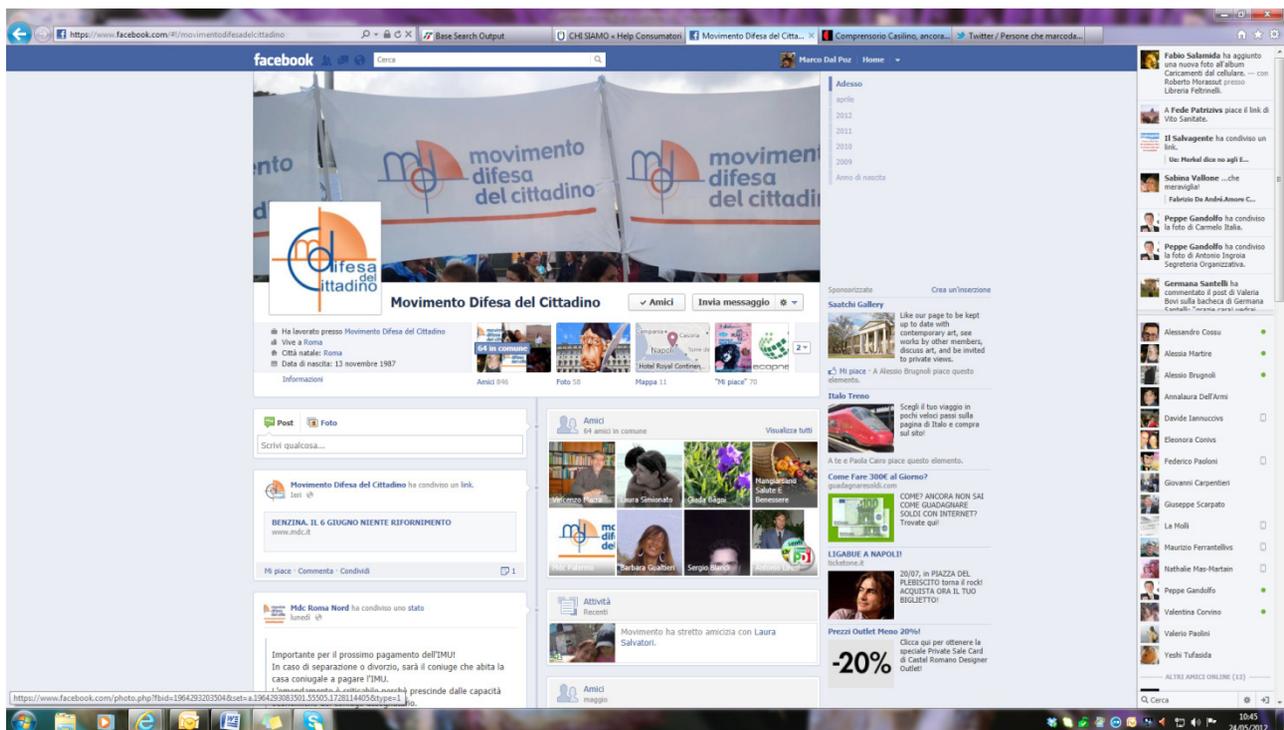
Sito istituzionale www.mdc.it

Il sito istituzionale dell’Associazione www.mdc.it è *on line* dal 2000 e ha subito un restyling nel 2008. Nel corso del 2012 sarà nuovamente rinnovato.

	2009	2010	2011
Visite	85.516	94.581	95.807
Accessi unici	54.818	58.690	64.658
Pagine viste	314.515	322.569	295.751



MDC è presente su facebook dal 2009 e recentemente ha aperto un profilo anche su twitter.



Web tv “Cittadini in TV”

Nel 2009 l'Associazione ha lanciato la **web tv “Cittadini in TV”**. La web tv è presente sul sito istituzionale e su YouTube con un canale che raccoglie le puntate delle trasmissioni televisive con la partecipazione dei rappresentanti o le edizioni dei telegiornali sulle iniziative dell'associazione e servizi auto-prodotti inediti.

Ecco i dati sulle visualizzazioni della Web tv:

2009	2010	2011
22.681	40.035	42.714

The screenshot shows the YouTube channel page for 'Cittadini in TV' by cittadiniTV. The channel has 84 subscribers and 118,980 video views. The main video is titled 'Linea Terza Età - Insieme contro la povertà Primo Spot' with 76 views. Below it, there are sections for 'Video caricati' and 'Playlist in primo piano'. The channel description mentions it is the web TV of the Movimento Difesa del Cittadino (MDC).

Progetti



Bilanciamo MDC

Ambito territoriale	Nazionale
Periodo di riferimento	2011-2012
Durata	12 mesi
Ente finanziatore	Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali
Breve descrizione del progetto	<p>In occasione del venticinquesimo anno di attività (1987-2012) l'Associazione si è proposta di analizzare l'attività svolta a partire da presupposti che non siano di esclusivo carattere economico-finanziario, ma che vadano anche a descrivere i risultati e l'impatto sociale delle iniziative intraprese.</p> <p>L'idea di realizzare il Bilancio Sociale nasce dall'esigenza di governare meglio la crescita del Movimento con uno strumento che permetterà di riassumere l'efficacia della nostra azione commisurandola con gli sforzi economici. Il Bilancio Sociale, realizzato per la sede nazionale, ci permetterà di valutare dov'è possibile risparmiare evitando sprechi di risorse sia economiche sia umane; allo stesso tempo indicherà strade per sostanziare la realizzazione della mission ove sia carente di strumenti per raggiungere gli obiettivi associativi. Il numero crescente di sedi locali e regionali che, in questi ultimi anni, ha distinto la crescita dell'Associazione ha creato nuove problematiche. Tra le più significative la crescente difficoltà a mantenere l'unitarietà dell'azione progettuale tra il centro (la sede nazionale) e la periferia (le sedi locali e regionali).</p>
Obiettivi	<ul style="list-style-type: none"> - trasmettere meglio l'immagine/reputazione dell'Associazione; - migliorare la gestione dei processi interni; - migliorare i processi di comunicazione e formazione; - effettuare un dettagliato reporting; - formare lo staff delle sedi locali per realizzare futuri bilanci sociali regionali.
Attività svolte	<ul style="list-style-type: none"> - realizzazione di corsi preparatori alla stesura del Bilancio Sociale rivolti allo staff nazionale; - stesura del Bilancio Sociale (in corso); - realizzazione di corsi base sul Bilancio Sociale per le sedi locali (in corso).
Importo	105.600 €

Altri ambiti di attività

Casa e Condominio

Fisco e Previdenza

Giustizia

Privacy, Informatica e Web

Politiche Europee

P. A., Servizi Pubblici Locali, Pianificazione del Territorio e Urbanistica

Negli ambiti di seguito riportati l'Associazione ha al suo interno degli esperti che supportano lo staff della sede nazionale e le sedi locali nella realizzazione di particolari attività o nella consulenza puntuale su casistiche che possono avere rilevanza nazionale.

Casa e Condominio

Il responsabile di questo Dipartimento è Michele Saldina.

A livello istituzionale l'Associazione è presente nel gruppo di lavoro "Beni Immobili" presso il Ministero Sviluppo Economico.

Dal 2007 ha sottoscritto un Accordo di conciliazione con l'A.N.A.P.I. (Associazione Nazionale Amministratori Professionisti Immobili).

Nell'ultimo triennio ha fornito pareri in materia condominiale alle sedi locali.

MDC, insieme alle altre Associazioni di Consumatori, ha realizzato "**Le Guide per il Cittadino**", promosse dal Consiglio Nazionale del Notariato.

Le guide informative sono le seguenti:

Garanzia preliminare (2009)

La Guida riguarda il contratto preliminare. Questo contratto – se ben predisposto – obbliga e tutela al tempo stesso entrambi i protagonisti della compravendita; un'ulteriore garanzia è offerta dalla trascrizione del contratto nei Registri Immobiliari, eseguita dal notaio.

Acquisto in Costruzione (2010)

La Guida mira a orientare l'acquirente di un immobile da costruire, in favore del quale il legislatore, di recente, ha previsto un sistema di tutele per rimediare alle conseguenze negative cui sono state esposte, in passato, migliaia di famiglie.

Acquisto Certificato (2010)

La Guida sottolinea come l'acquisto di edifici "certificati" sotto il profilo igienico-sanitario, della sicurezza e del risparmio energetico, sia sempre più importante dal punto di vista economico e ambientale. La certificazione, infatti, consente di conoscere in anticipo la qualità di un immobile da acquistare e la spesa che si dovrà sostenere per la sua gestione.

Successioni Tutelate (2011)

La Guida illustra la successione dal punto di vista dei beneficiari (eredi o legatari) e di chi intende disporre del proprio patrimonio per quando avrà cessato di vivere; in particolare fornisce informazioni:

- sulle modalità di devoluzione dell'eredità a seconda che esista o meno un testamento;
- sulle modalità con cui un testamento può essere redatto, conservato ed eventualmente revocato;
- sugli adempimenti e oneri di carattere fiscale connessi alla successione.

Fisco e Previdenza

Il responsabile del Dipartimento Fisco è Dalila Lo Iacono, mentre il Dipartimento Previdenza è affidato a Giuseppe Tedesco.

Il **Dipartimento Fisco**, nel triennio, si è occupato in particolare della problematica sociale dei debiti cartolarizzati dal Concessionario Equitalia. In particolare l'azione si è concentrata sulle iscrizioni d'ipoteca inferiori ai limiti previsti dalla Legge n. 73/2010, sui preavvisi e fermi amministrativi d'importo sproporzionato rispetto al debito vantato dall'Amministrazione precedente, sulle cartelle esattoriali notificate per sanzioni amministrative risalenti nel tempo e per le quali è maturata la prescrizione e sulle cartelle esattoriali notificate in disaccordo con le vigenti normative. Di recente l'Associazione ha aperto presso lo Sportello di Roma Ovest uno sportello telefonico di assistenza per i cittadini che si trovano in difficoltà con Equitalia. Insieme agli altri Dipartimenti interessati ha promosso la campagna nazionale per l'abolizione dell'Iva sulla Tariffa di Igiene Ambientale (Tia).

Il **Dipartimento Previdenza (e Welfare)**, di recente costituzione, si è limitato nel breve periodo di attività a dare assistenza e risposte ai quesiti di carattere previdenziale, assistenziale e del mondo del lavoro provenienti da alcune sedi MDC.

Il futuro del dipartimento dovrebbe essere improntato alla diffusione delle conoscenze, al miglioramento delle normative e all'aumento dei trattamenti economici a favore dei redditi bassi, delle persone anziane, dei giovani disoccupati, degli immigrati e delle persone con minorazioni fisiche o psichiche. Sarà fondamentale la partecipazione alla elaborazione delle piattaforme rivendicative, assieme ad altri organismi di tutela dei diritti dei cittadini, lavoratori e pensionati. Il Dipartimento dovrebbe intervenire sull'Inps per la corretta applicazione e interpretazione delle norme e disposizioni, vigilare e assicurare la trasparenza amministrativa della pubblica amministrazione, divulgando le informazioni relative alla disciplina delle prestazioni previdenziali e assistenziali nonché dei trattamenti fiscali e tariffari con le eventuali agevolazioni. Sarà necessario, infine, diffondere, anche attraverso la formazione, una cultura di diritti previdenziali e di solidarietà attraverso un nuovo patto generazionale. Il nostro scopo dovrebbe essere quello di restituire la dignità e la gioia di vivere agli anziani e aiutare i giovani a superare la paura dell'invecchiamento e del futuro.

Giustizia

Il responsabile del **Dipartimento Giustizia** è Carmelo Cinnerella.

Le azioni dell'Associazione in questo settore hanno riguardato prevalentemente l'iter della **legge sulla Class Action**, che è entrata in vigore il 1° gennaio del 2010. In questi anni MDC si è battuta, insieme alle altre Associazioni, per modificare la norma attraverso azioni di lobbying e di comunicazione. Il testo approvato dal Parlamento, secondo le Associazioni dei Consumatori, è una normativa inefficace e inutilizzabile nella maggior parte dei casi. Essa, infatti, presuppone l'esistenza di interessi identici e prevede costose spese di pubblicità per chi l'attiva, difficoltà nel presentare le proprie richieste di risarcimento e soprattutto risarcimenti simbolici.

Dossier

Titolo	Anno	Ente finanziatore	Partner
L'occasione perduta. Class action e consumerismo nella stampa italiana	2009	Consumers' Forum	Movimento Consumatori

Descrizione

Il rapporto analizza la rappresentazione della class action nella stampa del nostro Paese. L'analisi è stata realizzata, per MDC e MC, da un gruppo di ricercatori della Facoltà di Scienze della Comunicazione Università La Sapienza di Roma, e ha riguardato un corpus di 369 articoli e 18 editoriali pubblicati nel 2008 su quattro quotidiani italiani: Repubblica, Corriere della Sera, Il Sole 24 Ore e Italia Oggi. Ne esce una immagine pasticciata e "alla buona" rispetto a quella americana, un deludente compromesso che fa nutrire forti dubbi sull'effettiva possibilità di offrire vantaggi per i consumatori e per le imprese.

Di particolare interesse è la verifica dei settori cui si riferivano i richiami alla class action: al primo posto il settore bancario, sul quale pesavano in maniera determinante gli sviluppi del caso Parmalat, la pesante crisi finanziaria nel mercato dei subprime americani, il crack di Lehmann Brothers e di altre banche d'affari statunitensi. A seguire, il comparto della telefonia e delle telecomunicazioni, spesso associato a clausole vessatorie nei confronti dei consumatori.

Il movimento consumerista era ritenuto dalla stampa un soggetto centrale nella possibile proposta di class action (il riferimento alle associazioni era, infatti, presente in circa la metà degli articoli).

Movimento Difesa del Cittadino, Assoutenti, Cittadinanzattiva, Codici e Movimento Consumatori si sono impegnate anche a proposito della **nuova disciplina dell'ordinamento forense**. Nel 2009 hanno scritto una lettera all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, chiedendo una modifica dell'articolo 2, che prevedeva un'esclusiva a favore degli avvocati in ordine alla possibilità di assistere e rappresentare i cittadini nelle **procedure di conciliazione** dinanzi alle autorità amministrative indipendenti.

Ad oggi l'iniziativa non ha avuto esito, in quanto la riforma giace ancora alla Camera.

Nel 2011 l'Associazione ha lanciato una battaglia per ridurre i **costi della politica**. In collaborazione con l'Avv. Gianluigi Pellegrino MDC ha presentato ricorsi al TAR, al Consiglio di Stato, alla Corte d'Appello di Bari e alla Corte Costituzionale per evitare l'assegnazione indebita (perché non consentita dagli statuti regionali) di seggi consiliari aggiuntivi nelle Regioni di Lazio e Puglia. L'iniziativa ha avuto pieno successo: ha impedito l'assegnazione di 8 seggi in Puglia e 3 nel Lazio e ha permesso allo Stato un risparmio di 20 milioni di euro.

Privacy, Informatica e Web

Il responsabile del **Dipartimento Privacy** è Generoso Testa mentre di Informatica e Web si occupa Barbara Gualtieri.

Nell'ultimo triennio è stata curata la pubblicazione, sul sito istituzionale dell'Associazione, di atti e procedure relative all'"Informativa sulla privacy" e sul "Documento programmatico sulla Sicurezza (DPS)", come richiesto dal D.lgs. 196/2003.

Nel 2009 è stato realizzato un corso per i consumatori, presso il Comune di Avellino, dal titolo “Il nuovo codice della Privacy”.

Sono state inoltre effettuate diverse attività di tutela del cittadino attraverso contatti telefonici, informazioni tramite e-mail, partecipazione a convegni e altre forme collettive di incontro. Particolarmente interessante è stato il riscontro ricevuto grazie alla creazione del sito web www.operazionetrasparenza.org dove è stata realizzata la pubblicazione di un Quiz on-line dedicato alla Privacy.

Tra le attività del **Dipartimento Informatica e Web**, si ricordano alcune tra le più significative: denunce/querele per diffamazione via Facebook, difese da querele per diffamazione a mezzo social network, segnalazioni alla Polizia Postale per truffe on line ad opera di falsi Registri Imprese, segnalazioni per pubblicità ingannevole a mezzo spamming, seminari sulla tutela di nomi a dominio e utilizzo marchi, seminari sui diritti della Rete e sulla digitalizzazione della giustizia e un corso formativo sul nuovo CAD (Codice Amministrazione Digitale).

Pubblica Amministrazione, Servizi Pubblici Locali, Pianificazione del Territorio e Urbanistica

Il responsabile del **Dipartimento Trasparenza e Qualità della PA** è Giuseppe Nuvoli mentre il Dipartimento Servizi Pubblici Locali è affidato a Cristina Rosetti. Il Dipartimento Pianificazione del Territorio e Urbanistica è affidato a Francesco Anzalone.

L'attività del **Dipartimento Trasparenza e Qualità della PA** si è concentrata principalmente sulla verifica delle attività previste per gli Enti Locali dal D. Lgs. 150/09. Il Decreto impone agli Enti di redigere e/o aggiornare la Carta dei Servizi in conformità all'art. 2, comma 461, della L. 244/07, nonché di verificare la conformità dei siti web istituzionali. Il lavoro è tuttora in corso e nel 2012 porterà i primi risultati.

Per quanto riguarda il **Dipartimento Servizi Pubblici Locali**, l'Associazione, partendo dai “contenziosi/reclami” in materia di tariffe, ha dovuto presto concentrarsi su ciò che la tariffa presuppone come ultimo anello della catena: la programmazione dei servizi, di competenza della Regioni e delle Autorità d'ambito, i contratti di servizio (che regolano i rapporti tra gli affidatari del servizio, tipicamente gli enti locali associati in Ati e i gestori) e i regolamenti degli enti locali e delle Autorità d'ambito che definiscono i diritti e gli obblighi degli utenti.

In particolare tra le iniziative più significative:

- ha aderito alla Campagna nazionale “Giusto canone”, per l'eliminazione e il rimborso del canone di depurazione non dovuto;
- ha partecipato ai tavoli regionali per la discussione del contratto di servizio con Trenitalia;
- ha concluso con il Comune di Perugia la sottoscrizione di un Protocollo per l'attuazione della riforma dei servizi pubblici locali;
- ha diffidato le Autorità d'ambito e i Gestori del servizio idrico integrato all'applicazione del risultato referendario, ovvero eliminare dalla tariffa applicata la remunerazione del 7% del capitale investito dal Gestore;
- ha partecipato alla campagna di obbedienza civile per il rispetto del voto referendario promossa dal Forum nazionale dei movimenti per l'acqua;
- ha promosso la campagna nazionale per l'abolizione dell'Iva sulla Tariffa di Igiene Ambientale (Tia).

Il **Dipartimento Pianificazione del Territorio e Urbanistica**, di recente costituzione, ha lo scopo di favorire l'approfondimento e il confronto sulle tematiche relative alla città e in particolare sul rapporto tra assetto urbanistico e qualità dell'ambiente, assumendo la prospettiva della sostenibilità. L'attività del Dipartimento si ispira ai percorsi partecipativi di Agenda 21 locale circa le trasformazioni urbanistiche che condizionano l'ambiente urbano e richiedono una più adeguata informazione dei cittadini sullo sviluppo della città, sugli aspetti della sua storia e della cultura urbana e sul progetto urbano e territoriale. L'obiettivo è quello di promuovere la diffusione di informazioni sulle esperienze e sulle elaborazioni teoriche sviluppate da enti locali, da centri di ricerca e singoli professionisti, utili a costruire percorsi di partecipazione alla definizione dei progetti urbanistici, di adeguati strumenti di informazione per i cittadini, di criteri e indicazioni per una pianificazione urbanistica e territoriale sostenibili.

Politiche Europee

In questo ambito molte attività sono realizzate dal Presidente Antonio Longo che è rappresentante per il CNCU nel CESE (Comitato Economico e Sociale Europeo). Lo coadiuva il **Dipartimento Progetti Europei**, affidato a Giorgio Durante.

La politica europea dei consumatori può far molto per indirizzare le politiche sui risultati che maggiormente interessano i cittadini.

La Commissione Europea persegue tre obiettivi principali:

- dare maggiori poteri ai consumatori dell'UE. Disponendo di maggiori poteri i consumatori potranno anche incentivare significativamente la competitività. I consumatori consapevoli possono effettuare vere scelte, devono poter disporre di informazioni accurate, di un mercato trasparente, che sia fondato sulla tutela effettiva e su diritti sicuri;
- promuovere il benessere dei consumatori dell'UE in termini di prezzi, scelta, qualità, diversità, accessibilità e sicurezza. Il benessere dei consumatori è il centro vitale di mercati funzionanti correttamente;
- proteggere efficacemente i consumatori da seri rischi e minacce che non possono essere affrontati dai singoli.

Il programma d'intervento dell'Associazione, che è stato attuato nel triennio principalmente con azioni di lobbying, riprende le politiche d'indirizzo del Commissario Europeo per la Tutela dei Consumatori, John Dalli, e in particolare ha cercato di:

- aumentare la cooperazione con gli Stati membri per sottolineare la crescente interdipendenza fra le politiche per i consumatori nazionali e comunitaria;
- migliorare l'informazione e l'educazione dei consumatori e mettere i consumatori al centro delle altre politiche e normative dell'UE.

MDC sul territorio

Le informazioni presentate in questa sezione del Bilancio Sociale sono principalmente il frutto di una rilevazione effettuata sulle strutture territoriali di MDC, attraverso la compilazione di un questionario *on line*. Ci sono pervenute le risposte di 63 sedi locali.

La complessità di alcuni dati richiesti e l'elevato numero di sedi presenti sul territorio non ci ha permesso di raccogliere sempre tutte le informazioni di dettaglio. Ci scusiamo pertanto per le omissioni o eventuali inesattezze che dovessero essere riscontrate.

Lo scopo dell'indagine, del resto, non era quello di effettuare un censimento completo sulle sedi locali, quanto piuttosto di stimolare la circolazione di un maggiore flusso di informazioni e di conoscenza reciproca tra le diverse realtà territoriali e con la sede nazionale. Si è cercato di "zoomare" sul territorio per poter poi restituire una panoramica generale, non esaustiva ma comunque ricca di contenuti, dello sforzo profuso in questi ultimi tre anni di lavoro insieme.

I servizi per i cittadini

Le sedi locali sono presenti in modo capillare sul territorio per offrire un sostegno diretto e concreto ai bisogni e alle esigenze dei cittadini e per far fronte alle difficoltà e ingiustizie da essi subite come consumatori e utenti.

Tipologia di servizi offerti

Tutte le sedi locali di MDC offrono un servizio di informazione sui diritti dei consumatori; il 90% di esse garantisce pre-assistenza e assistenza legale (reclami, messe in mora, consulenze generiche); 39 operano come sportelli di conciliazione; quasi la metà invia anche segnalazioni o esposti alle Autorità garanti.

TIPOLOGIA DI SERVIZI	n. sedi	%
Informazione sui diritti dei consumatori	63	100%
Pre-assistenza e assistenza legale	57	90%
Conciliazione	39	62%
Segnalazione alle Authority	31	49%

Presenza sul territorio e accessibilità

Per facilitare l'accesso ai servizi di tutela e assistenza offerti dalle sedi locali vengono definite determinate fasce orarie di apertura al pubblico in cui gli operatori si rendono disponibili ad accogliere le richieste dei cittadini.

Sommando il numero di ore di apertura di ogni sede, risulta che complessivamente nelle regioni del Nord vengono realizzate un totale di 125 ore di sportello a settimana, al Centro 120 e nel Sud e Isole 425 ore. Il dato nettamente superiore di accessibilità garantito dalle sedi delle regioni meridionali è dovuto al numero maggiore di sedi presenti. La somma complessiva delle ore di apertura al pubblico delle sedi su tutto il territorio nazionale è pari 670 ore settimanali.

Per far fronte a questo sforzo quotidiano sono coinvolti nell'impegno per la tutela dei cittadini, un numero complessivo di 80 volontari sull'intero territorio nazionale, che prestano il proprio servizio a titolo gratuito e volontario nelle diverse attività delle sedi.

L'aumento delle pratiche gestite nel triennio

E' stato chiesto nel questionario di fare una stima del numero di pratiche complesse lavorate negli ultimi 3 anni escludendo informazioni e pratiche gestibili immediatamente. Ne emerge una tendenziale crescita delle pratiche lavorate. In particolare il numero di sedi che in un anno hanno gestito più 100 pratiche, nel 2009 erano 11, nel 2010 sono salite a 12 e nel 2011 a 14.

n. pratiche	QUANTITA' PRATICHE GESTITE		
	2009 n. sedi	2010 n. sedi	2011 n. sedi
oltre 100	11	12	14
da 61 a 100	7	9	6
da 31 a 60	11	13	13
da 0 a 30	34	29	30

Questioni più frequenti

Si è indagato anche su quale tipo di questioni è stata riscontrata, dalle sedi locali, una maggiore richiesta di assistenza. Si è chiesto, in particolare, a quali ambiti appartengono le questioni prevalentemente affrontate nella tutela dei consumatori per ogni anno considerato nel Bilancio Sociale (poteva essere indicata più di una risposta per ogni anno). L'informazione dunque non si basa su dati quantitativi (ad es. numero pratiche) ma cerca di indagare le tematiche di maggiore conflittualità, attraverso il punto di vista privilegiato dei responsabili delle sedi, basato sull'esperienza personale e diretta.

La tabella sottostante mostra che quasi tutti i referenti delle sedi considerano prevalenti, nell'arco del triennio, le questioni riguardanti le utenze. Più della metà segnalano per il 2011 il tema degli acquisti e anche i problemi riguardanti i rapporti con la pubblica amministrazione. La metà circa indicano questioni riguardanti il settore bancario e delle poste.

Le informazioni raccolte permettono anche di far emergere quali ambiti hanno fatto registrare negli ultimi anni un incremento nella domanda di tutela. I settori che sono aumentati maggiormente tra il 2009 e il 2011, secondo quanto indicato dai responsabili delle sedi, sono in primo luogo quello delle assicurazioni, ma anche quelli della pubblica amministrazione e del turismo. In generale tutte le tematiche sono aumentate dal 2009 al 2011, con delle punte di crescita maggiore nel 2010.

AMBITI PREVALENTI	2009	2010	2011
Utenze	98 %	95%	95%
Acquisti	48%	46%	57%
Pubblica amministrazione	38%	48%	54%
Banche e Poste	46%	52%	49%
Assicurazioni	22%	29%	40%
Casa e condominio	29%	33%	33%
Turismo	13%	16%	27%
Trasporti	16%	22%	17%
Farmaci e salute	6%	14%	13%
Alimentazione	11%	13%	13%

Reti e collaborazioni locali

Per garantire l'efficacia e la sostenibilità di attività e progetti realizzati sul territorio, si richiede una lavoro costante di costruzione di partenariati, collaborazioni e reti territoriali. Delle 63 sedi locali intervistate, più della metà (36) fanno parte di reti locali o regionali. In particolare 22 di esse sono membri del CRUC (Comitato Regionale degli Utenti e dei Consumatori), 18 partecipano a tavoli progettuali, lo stesso numero di sedi partecipano a tavoli di conciliazione con le imprese, 11 hanno stipulato delle convenzioni per i tesserati.

COLLABORAZIONI E RETI LOCALI	N. sedi
CRUC	22
Tavoli progettuali con le istituzioni	18
Tavoli di conciliazione con le imprese	18
Reti locali o regionali	36
Convenzioni per i tesserati	11
Altro	6

Dimensione economica

Abbiamo tentato anche di avere il polso di quante risorse economiche sono state movimentate dalle sedi nel triennio. Si è chiesto ai responsabili una stima approssimativa delle entrate e delle uscite della struttura negli anni 2009, 2010 e 2011. Il quadro complessivo che ne è uscito non ha alcuna pretesa di avere una precisione di tipo contabile. Vuole offrire un'idea di quali volumi di risorse complessive si è riusciti a raccogliere per poterle investire nei servizi di assistenza e tutela ai cittadini e nelle diverse attività e campagne di informazione, sensibilizzazione, formazione e prevenzione che sono state realizzate sul territorio.

AREA GEOGRAFICA	2009		2010		2011	
	ENTRATE	USCITE	ENTRATE	USCITE	ENTRATE	USCITE
NORD	187.000	189.200	214.730	197.010	92.170	70.330
CENTRO	116.190	93.580	189.180	204.590	105.970	104.640
SUD E ISOLE	160.400	173.690	116.990	116.470	261.850	278.710
Totale	463.590	456.470	520.900	518.070	459.990	453.680

Attività progettuali

ABRUZZO

Titolo progetto	Sicurezza Domestica
Sede locale	MDC Abruzzo
Anni di riferimento	2011-2012
Oggetto	Educazione alla cultura della sicurezza domestica e della prevenzione tra i cittadini
Ente finanziatore	Regione Abruzzo
Importo	10.000
Partners di progetto	Arco Consumatori

CALABRIA

Titolo progetto	Io e Gli altri
Sede locale	MDC Cosenza
Anni di riferimento	Giugno 2011
Oggetto	Integrazione di alunni stranieri attraverso la partecipazione ad attività laboratoriali nelle scuole (teatro, lingue, musica)
Ente finanziatore	Regione Calabria
Importo	2.000
Partners di progetto	Comune di Cosenza, Istituto Fausto Gullo

Titolo progetto	Migrant Writers
Sede locale	MDC Reggio Calabria
Anni di riferimento	2009-2012
Oggetto	Realizzazione della prima biblioteca italiana comprendente testi di scrittori immigrati
Ente finanziatore	Provincia di Reggio Calabria
Importo	1.000
Partners di progetto	Università per Stranieri Dante Alighieri - AISF OnLus - RC

Titolo progetto	Giovani Consumatori
Sede locale	MDC Reggio Calabria
Anni di riferimento	2011
Oggetto	Educazione al consumo nelle scuole
Ente finanziatore	AISF OnLus - RC
Importo	500
Partners di progetto	Scuola Media Statale Vittorino da Feltre - RC

Titolo progetto	Distretto agroalimentare“&Viva”
Sede locale	MDC Vibo Valentia
Anni di riferimento	2010
Oggetto	Partecipazione attiva alla realizzazione del distretto agro-alimentare comprendente 9 comuni della provincia di Vibo
Ente finanziatore	Regione Calabria
Partners di progetto	Provincia e altri

Titolo progetto	E- consumer
Sede locale	MDC Catanzaro
Anni di riferimento	2010
Oggetto	Attivazione e potenziamento dello sportello regionale di assistenza ai consumatori
Ente finanziatore	Regione Calabria
Importo	8.500
Partners di progetto	Nice, Assoutenti, Cittadinanzaattiva

Titolo progetto	Guida del consumatore
Sede locale	MDC Catanzaro
Anni di riferimento	2011
Oggetto	Formazione e informazione nelle scuole
Ente finanziatore	Regione Calabria
Importo	2.000
Partners di progetto	Adiconsum, Assoutenti, Codici, Federconsumatori, UNC

Titolo progetto	Una scuola per la democrazia
Sede locale	MDC Cosenza
Anni di riferimento	2011
Oggetto	Educazione alla democrazia partecipata nelle scuole
Ente finanziatore	POR Calabria 2007-2013, fondi FERS
Importo	1.500
Partners di progetto	Istituto Scolastico Misasi Cosenza

Titolo progetto	Una scuola per la legalità
Sede locale	MDC Cosenza
Anni di riferimento	2011-2012
Oggetto	Educazione alla legalità nelle scuole
Ente finanziatore	Bando PON Ministero pubblica istruzione
Importo	5.000
Partners di progetto	Istituto San Martino ACRI CS

CAMPANIA

Titolo progetto	Giornata del Consumatore – 5a edizione
Sede locale	MDC Campania
Anni di riferimento	2009
Oggetto	8 stand informativi (a Napoli, San Giorgio a Cremano, Salerno, Benevento, Avellino, Caserta, Battipaglia e San Salvatore Telesino), dove i cittadini hanno avuto la possibilità, in caso di necessità, di compilare un modulo ad hoc di reclamo verso società di servizi o PA
Ente finanziatore	Iniziativa autofinanziata

Titolo progetto	Miglioriamo insieme la qualità dei servizi e Infopoint Regione Campania
Sede locale	MDC Campania
Anni di riferimento	2010-2011
Oggetto	Circuito di sportelli sul territorio regionale con l'obiettivo di assicurare l'assistenza di "primo livello" all'utenza, di indirizzarla e assisterla nei principali settori del consumo
Ente finanziatore	Regione Campania
Partners di progetto	ATS regionale Associazione Consumatori Campania

Titolo progetto	Energetico risparmio I e II
Sede locale	MDC Campania
Anni di riferimento	2010 e 2011
Oggetto	Informazione e monitoraggio delle abitudini nell'utilizzo delle energie, soprattutto quella elettrica, al fine di promuovere comportamenti virtuosi tendenti al risparmio energetico
Ente finanziatore	Regione Campania nell'ambito delle attività c.d "Mise 3 e 4"
Partners di progetto	ATS Regionale Associazione Consumatori Campania

Titolo progetto	Contact Center
Sede locale	MDC Campania
Anni di riferimento	2010 e 2011
Oggetto	Attivazione di un numero verde regionale e di un centralino a cui confluivano le richieste informazione e consulenza su questioni relative alle utenze
Ente finanziatore	Regione Campania nell'ambito delle attività c.d "Mise 3 e 4"
Partners di progetto	ATS Regionale Associazione Consumatori Campania

Titolo progetto	Sportello comunale del consumatore
Sede locale	MDC Benevento
Anni di riferimento	2010
Oggetto	Informazione e assistenza ai consumatori
Ente finanziatore	Comune di Benevento
Importo	32.000
Partners di progetto	Codacons, Cittadinanzattiva, Federconsumatori, Lega Consumatori

Titolo progetto	Conciliazione extragiudiziale
Sede locale	MDC Avellino
Anni di riferimento	2010
Oggetto	Attuazione della conciliazione extragiudiziale in Azienda
Ente finanziatore	Alto calore servizi spa
Importo	3.000

Titolo progetto	Vuoti da non perdere
Sede locale	MDC Avellino
Anni di riferimento	2010
Oggetto	Divulgazione tra i cittadini del consumo di prodotti sfusi
Ente finanziatore	Comune di Avellino
Importo	1.500

Titolo progetto	OASI
Sede locale	MDC Avellino
Anni di riferimento	2009
Oggetto	Gruppo d'acquisto solidale
Ente finanziatore	Comune di Avellino
Importo	1.950

Titolo progetto	Bollino blu e qualità del servizio
Sede locale	MDC Benevento
Anni di riferimento	2009
Oggetto	Informazione ai consumatori sui controlli obbligatori delle caldaie
Ente finanziatore	Asea
Importo	1.500
Partners di progetto	Federconsumatori, Lega consumatori , Cittadinanzattiva

Titolo progetto	Educazione al consumo consapevole dei prodotti alimentari
Sede locale	MDC Benevento
Anni di riferimento	2011
Oggetto	Informazione sui prodotti tipici e bio
Ente finanziatore	Camera di commercio di Benevento
Importo	15.000

Titolo progetto	Osservatorio prezzi provincia Benevento
Sede locale	MDC Sannio Valle Telesina
Anni di riferimento	2009-2010-2011
Oggetto	Osservatorio sui prezzi nella provincia Benevento
Ente finanziatore	Camera di Commercio di Benevento
Importo	1.000

EMILIA ROMAGNA

Titolo progetto	Tu chiedi, Consumer risponde
Sede locale	MDC Emilia Romagna
Anni di riferimento	2010
Oggetto	Tour di 10 tappe nei Comuni medio-piccoli dell'Emilia-Romagna, con tre giorni di "presidio" in ogni città per ascoltare i cittadini
Ente finanziatore	Regione Emilia-Romagna
Partners di progetto	Tutte le associazioni di consumatori emiliane

Titolo progetto	Piscine Sicure
Sede locale	MDC Parma
Anni di riferimento	2009
Oggetto	Campagna di prevenzione e sensibilizzazione sui rischi in piscina, soprattutto per i minori, con organizzazione di un seminario formativo, pubblicazione di un vademecum e petizione on line per chiedere l'approvazione una legge in materia
Ente finanziatore	Regione Emilia-Romagna, Assopiscine
Importo	2.000

Titolo progetto	Energie in gioco
Sede locale	MDC Parma
Anni di riferimento	2009
Oggetto	Realizzazione impianto fotovoltaico e iniziative varie sul tema del risparmio energetico tra cui una rassegna cinematografica
Ente finanziatore	Coop
Importo	25.000
Partners di progetto	Asd Carignano, WWF

Titolo progetto	Cinemambiente Parma
Sede locale	MDC Parma
Anni di riferimento	2010
Oggetto	Cineforum a tema ambientale
Ente finanziatore	Coop, Bper
Importo	1.000
Partners di progetto	Circolo Il Borgo, Legambiente, WWF

LAZIO

Titolo progetto	Alla fermata del cittadino
Sede locale	MDC Lazio
Anni di riferimento	2010-2011
Oggetto	Promuovere dell'utilizzo dei mezzi pubblici locali, perché più sostenibili ed ecocompatibili rispetto all'automobile, e rafforzare la conoscenza dei diritti e dei doveri degli utenti
Ente finanziatore	Regione Lazio – Fondi Ministero dello Sviluppo Economico
Importo	70.000
Partners di progetto	Movimento Consumatori Roma

Titolo progetto	Bimbi InForma
Sede locale	MDC Lazio
Anni di riferimento	2010-2011
Oggetto	Prevenzione dell'obesità infantile e promozione di una cultura del corretto stile di vita nutrizionale
Ente finanziatore	Regione Lazio
Importo	29.000

Titolo progetto	Truffa o non truffa ...questo è il problema
Sede locale	MDC Lazio
Anni di riferimento	2010-2011
Oggetto	Campagna di informazione e di sensibilizzazione sul territorio laziale per prevenire le truffe agli anziani
Ente finanziatore	Regione Lazio
Importo	110.000
Partners di progetto	Movimento Consumatori Roma

Titolo progetto	Sportello SOS Decoder
Sede locale	MDC Lazio
Anni di riferimento	2009
Oggetto	Servizio di assistenza informativa (telefonica e tramite mail) ai cittadini che dovevano acquistare il decoder, in coincidenza con lo switch off al digitale terrestre per il Lazio
Ente finanziatore	Iniziativa autofinanziata

Titolo progetto	Sportello SOS Fisco
Sede locale	MDC Roma Ovest
Anni di riferimento	2011
Oggetto	Sportello telefonico e telematico per ricevere segnalazioni dai cittadini vittime di Equitalia, di cartelle esattoriali relative a verbali mai notificati o a tributi erroneamente calcolati, fermi amministrativi per debiti prescritti e iscrizioni di ipoteca arbitrarie di valore esorbitante.
Ente finanziatore	Iniziativa autofinanziata

LIGURIA

Titolo progetto	Azione per danno ambientale
Sede locale	MDC Genova
Anni di riferimento	2009-2010
Oggetto	Corso di formazione sulla tematica del danno ambientale
Ente finanziatore	Iniziativa autofinanziata
Partners di progetto	Legambiente

Titolo progetto	Non Berti la Vita
Sede locale	MDC Genova
Anni di riferimento	2009-2010-2011
Oggetto	Corsi per prevenire l'uso dell'alcool alle classi liguri di terza media
Ente finanziatore	Regione Liguria
Importo	30.000

Titolo progetto	InformaConsumatori
Sede locale	MDC Genova
Anni di riferimento	2009-2012
Oggetto	Pubblicizzazione dei servizi delle associazioni dei consumatori regionali sui media locali
Ente finanziatore	Regione Liguria
Partners di progetto	Assoc. Consum. CLCU

LOMBARDIA

Titolo progetto	Verso l'expo del consumatore
Sede locale	MDC Lombardia
Anni di riferimento	2010
Oggetto	Promozione di buone pratiche nell'agroalimentare e informazione-formazione sul tema di Expo 2015 "Feeding the planet, Energy for life"
Ente finanziatore	Ministero Sviluppo Economico
Importo	90.000
Partners di progetto	Adiconsum, Confconsumatori, Assoutenti, UNC, Cittadinanzattiva, MC

Titolo progetto	Verso l'expo del consumatore
Sede locale	MDC Lombardia
Anni di riferimento	2011
Oggetto	Promozione stili di vita sostenibili
Ente finanziatore	Regione Lombardia – Fondi Ministero Sviluppo Economico
Importo	30.600
Partners di progetto	Adiconsum, Confconsumatori, Assoutenti, UNC, Cittadinanzattiva, MC

Titolo progetto	Sportelli 2011
Sede locale	MDC Lombardia
Anni di riferimento	2011
Oggetto	Potenziamento attività sportello
Ente finanziatore	Min.SE
Importo	15.200

Titolo progetto	Verso un bere moderato
Sede locale	MDC Lombardia
Anni di riferimento	2010
Oggetto	Mappatura prodotti enologici lombardi e responsabilizzazione al consumo
Ente finanziatore	regione Lombardia
Importo	12.000
Partners di progetto	Confconsumatori, Cittadinanzattiva, UNC

Titolo progetto	Vèstiti trasparente
Sede locale	MDC Lombardia
Anni di riferimento	2011-2012
Oggetto	Criticità del settore tessile
Ente finanziatore	Co-finanz. Camera commercio milano
Importo	7.000
Partners di progetto	Adiconsum, Confconsumatori, Assoutenti

MARCHE

Titolo progetto	Le Marche a tavola, sicurezza e qualità alimentare dal campo al consumatore
Sede locale	MDC Marche
Anni di riferimento	2010
Oggetto	Campagna di informazione ai cittadini per un consumo responsabile, sulla qualità del cibo, sulla filiera alimentare, la certificazione e tracciabilità dei prodotti, le etichette alimentari
Ente finanziatore	Regione Marche - Fondi Ministero Sviluppo Economico
Importo	10.000
Partners di progetto	MDC - Dipartimento Sicurezza Alimentare

Titolo progetto	Le Marche a tavola: sicurezza e qualità alimentare dal campo al consumatore
Sede locale	MDC Ancona
Anni di riferimento	2011-2012 (proroga dei precedenti)
Oggetto	Attività di informazione nelle scuole, convegno a Offagna sull'oliva e a Morro d'Alba
Ente finanziatore	Regione Marche
Importo	12.000

Titolo progetto	Pesce azzurro e Anisakis, le regole per evitare i rischi
Sede locale	MDC Marche
Anni di riferimento	2011
Oggetto	Convegno organizzato a San Benedetto del Tronto per approfondire la conoscenza sul pesce azzurro e su un suo pericoloso parassita, l'anisakis, che viene debellato semplicemente con la cottura a 60° o il congelamento a - 20°
Ente finanziatore	Regione Marche

Titolo progetto	L'acquisto del pesce: istruzioni per l'uso
Sede locale	MDC Marche
Anni di riferimento	2011
Oggetto	Laboratorio-Convegno realizzato nell'ambito di Anghiò, il Festival del Pesce Azzurro, per far apprendere da esperti del settore tutte le proprietà e le virtù del pesce ed in particolare di quello "azzurro"
Ente finanziatore	Regione Marche

Titolo progetto	L'extra vergine di qualità: strumenti per il consumatore
Sede locale	MDC Marche
Anni di riferimento	2011
Oggetto	Convegno organizzato nell'ambito della manifestazione di Ascoli "Fritto misto" con l'obiettivo di informare il cittadino per una scelta consapevole dell'olio extravergine
Ente finanziatore	Regione Marche

Titolo progetto	Il consumatore e gli acquisti alimentari
Sede locale	MDC Ancona
Anni di riferimento	2010-2011
Oggetto	Convegno sul pesce azzurro a cui hanno partecipato le autorità del settore relativamente alla filiera corta del pescato e la sicurezza alimentare
Ente finanziatore	Regione Marche
Importo	16.000
Partners di progetto	Associazioni di consumatori riconosciute a livello regionale

Titolo progetto	Sportelli di informazione e di assistenza delle associazioni consumatori
Sede locale	MDC Ancona
Anni di riferimento	2011
Oggetto	Attività di informazione e raccolta proteste sulle sofisticazioni alimentari e azioni di promozione nelle scuole della provincia con seminari sull'alimentazione agricoltura e ambiente
Ente finanziatore	Regione Marche
Importo	5.500
Partners di progetto	Associazioni di consumatori riconosciute a livello regionale

PIEMONTE

Titolo progetto	Dal Campo alla Tavola: il Mercatino della filiera corta e i comportamenti virtuosi in Piemonte
Sede locale	MDC Torino
Anni di riferimento	2010
Oggetto	Promozione tra i cittadini piemontesi del sistema della filiera corta, attraverso l'organizzazione, a Torino, Alessandria e Cuneo di mercati dedicati alla vendita diretta da parte dei produttori piemontesi
Ente finanziatore	Regione Piemonte
Importo	42.700
Partners di progetto	Cittadinanzattiva, Confconsumatori Federazione Provinciale di Torino, Assoutenti Piemonte, CIA provincia di Torino, AIAB, Consumedia Soc. Coop a r.l

PUGLIA

Titolo progetto	Guida sul credito al consumo per l'acquisto dell'auto
Sede locale	MDC Lecce
Anni di riferimento	2009
Oggetto	La guida realizzata per fornire informazioni agli acquirenti di automobili, che dopo aver acceso un finanziamento non avevano avuto la consegna del mezzo, subendo quindi una truffa
Ente finanziatore	Iniziativa autofinanziata
Partners di progetto	Non presente

Titolo progetto	Salento d'amare. Prezzo Amico
Sede locale	MDC Lecce
Anni di riferimento	2010
Oggetto	Progetto per l'attuazione di un codice etico in materia di turismo
Ente finanziatore	Camera di Commercio Lecce
Partners di progetto	Provincia di Lecce, Confcommercio, Confesercenti, Cgil, Cisl, Uil , Azienda promozione turistica di lecce

SICILIA

Titolo progetto	Progetto di assistenza infermieristica di secondo livello
Sede locale	MDC Modica - RG
Anni di riferimento	2009
Oggetto	Progetto di assistenza infermieristica nella provincia di Ragusa presso il domicilio dei pazienti affetti da gravi patologie degenerative
Ente finanziatore	Asp Ragusa
Partners di progetto	MDC - Dipartimento Salute

Titolo progetto	Brindo alla vita perchè non vada in fumo
Sede locale	MDC Palermo - Coord. Regione Siciliana
Anni di riferimento	2009 - 2010
Oggetto	Campagna di sensibilizzazione e prevenzione sull'uso responsabile delle bevande alcoliche e la dipendenza del fumo, rivolto ai ragazzai dagli 11 ai 19 anni, realizzato nelle scuole e nei luoghi di aggregazione giovanile
Ente finanziatore	Regione Sicilia
Importo	55.000
Partners di progetto	MDC - Dipartimento Salute

Titolo progetto	Brindi...Amo la Vita, la sostenibilità, il rispetto per l'individuo
Sede locale	MDC Palermo - Coord. Regione Siciliana
Anni di riferimento	2011
Oggetto	Campagna di sensibilizzazione ed informazione sui temi delle dipendenze da alcool
Ente finanziatore	Regione Sicilia
Importo	80.000

Titolo progetto	Stili di vita in movimento
Sede locale	MDC Palermo - Coord. Regione Siciliana
Anni di riferimento	2011
Oggetto	Campagna di informazione e sensibilizzazione sugli stili alimentari e le pratiche sportive nelle fasce minori
Ente finanziatore	Regione Sicilia
Importo	50.000
Partners di progetto	Uisp Sicilia

Titolo progetto	Diffèrenziati, recupera il tuo mondo - 1 e 2
Sede locale	MDC Palermo - Coord. Regione Siciliana
Anni di riferimento	2009 - 2011
Oggetto	Campagna di sensibilizzazione ed informazione per un corretto smaltimento dei rifiuti
Ente finanziatore	Regione Sicilia
Importo	85.000
Partners di progetto	Adoc, Legambiente, Sicilia Consumatori, Movimento Consumatori

Titolo progetto	L'Errore
Sede locale	MDC Palermo - Coord. Regione Siciliana
Anni di riferimento	2010/2011
Oggetto	Attività di formazione ai detenuti con lo scopo di avviare coltivazioni e produzioni agroalimentari e la loro distribuzione
Ente finanziatore	Regione Sicilia
Importo	37.000
Partners di progetto	Confesercenti, Associazione Euro

Titolo progetto	Tutelando
Sede locale	MDC Brolo (ME)
Anni di riferimento	2011
Oggetto	Sportello assistenza nel comune di Tortorici (progetto a titolo gratuito). Il comune ha messo a disposizione i locali
Ente finanziatore	Comune di Tortorici
Partners di progetto	Comune di Tortorici

Titolo progetto	Preten...diamo il buon esempio
Sede locale	MDC Enna
Anni di riferimento	2011
Oggetto	Progetto volto alla cultura della legalità
Ente finanziatore	POR Regione Sicilia
Partners di progetto	IV Circolo F.P. Neglia

Titolo progetto	Corso di Conciliazione
Sede locale	MDC - Sede prov. Catania
Anni di riferimento	2010
Oggetto	Formazione di conciliatori
Ente finanziatore	Ente di Conciliazione
Importo	200
Partners di progetto	Accademia Eraclitea

TOSCANA

Titolo progetto	Corso per mediatori professionisti
Sede locale	MDC Pistoia e Empoli
Anni di riferimento	2011
Oggetto	Corso di alta formazione per mediatori professionisti di controversie civili e commerciali
Ente finanziatore	Non presente
Partners di progetto	Ordine dei Dottori Commercialisti ed esperti contabili di Pistoia, Delegazione toscana As Connet

Titolo progetto	Diritti e consumi
Sede locale	MDC Pistoia
Anni di riferimento	2009 - 2010
Oggetto	Informazione radio e televisiva
Ente finanziatore	Regione Toscana
Importo	15.000
Partners di progetto	Altre sedi MDC della regione

Titolo progetto	Pane e olio
Sede locale	MDC Pistoia
Anni di riferimento	2011
Oggetto	Ricerche e indagini nel settore alimentare
Ente finanziatore	Regione Toscana
Importo	7.000
Partners di progetto	Altre sedi MDC della regione

Titolo progetto	Aliment@zione
Sede locale	MDC Pistoia
Anni di riferimento	2010
Oggetto	Informazione alimentare nelle scuole
Ente finanziatore	Regione Toscana tramite Centro Tecnico del Consumo
Importo	800
Partners di progetto	Associazioni di consumatori riconosciute a livello regionale

Titolo progetto	Pranzo sano fuori casa
Sede locale	MDC Pistoia
Anni di riferimento	2011
Oggetto	Monitoraggio, tramite invio di clienti fantasma negli esercizi commerciali, per verificare le proposte alimentari offerte per il pranzo
Ente finanziatore	Regione Toscana tramite Centro Tecnico per il Consumo
Importo	1.000
Partners di progetto	Associazioni di consumatori riconosciute a livello regionale

Titolo progetto	Servizio civile
Sede locale	MDC Rispescia (GR)
Anni di riferimento	2010 e 2011
Oggetto	Collaborazione volontari allo sportello
Ente finanziatore	Presidenza del Consiglio
Partners di progetto	Legambiente nazionale

UMBRIA

Titolo progetto	Qualità mense scolastiche e ospedaliere
Sede locale	MDC Perugia
Anni di riferimento	2009
Oggetto	Indagine sulla qualità delle mense scolastiche e ospedaliere
Ente finanziatore	Regione Umbria
Importo	4.500
Partners di progetto	Cittadinanzattiva e Acu

Titolo progetto	Diritti in festa – I Edizione
Sede locale	MDC Perugia
Anni di riferimento	2010-2011
Oggetto	Festival dei consumatori e utenti umbri
Ente finanziatore	Regione Umbria
Importo	9.000
Partners di progetto	Associazioni di consumatori riconosciute a livello regionale

Dossier

LAZIO

Titolo	Anno	Ente finanziatore	Partner
Indagine sul trasporto pubblico locale del Lazio	2010	Regione Lazio	Movimento Consumatori Roma

Descrizione

L'indagine è stata realizzata nell'ambito del progetto "Alla fermata del cittadino" condotto da MDC Lazio, che ha portato alla realizzazione di un rapporto sulla qualità del trasporto pubblico locale (TPL) nella Regione Lazio. L'indagine è stata effettuata attraverso due metodologie: il monitoraggio sul rispetto delle carte dei servizi e l'intervista ad oltre 1.600 utenti sulla percezione della qualità del servizio di trasporto.

Gli impegni meno rispettati dalle aziende riguardavano la puntualità delle corse, il comfort di viaggio (l'assenza di climatizzazione, la mancanza di posti a sedere) e le fermate (insufficienza di pensiline e sedili). La maggiore criticità è per tutti il servizio offerto ai disabili, che nel 52% dei casi ha difficoltà a spostarsi con i mezzi pubblici perché sprovvisti di pianale ribassato e/o piattaforma di ancoraggio funzionante.

I cittadini del Lazio hanno espresso in generale un giudizio negativo sul servizio di trasporto pubblico. Frequenza e puntualità delle corse non raggiungevano la sufficienza. Voto leggermente più alto, ma sempre inferiore al 6, è stato attribuito alla disponibilità di posti a sedere e pulizia delle vetture.

Considerando i risultati disaggregati per provincia, i reatini sono risultati i più soddisfatti, mentre critici sono stati i cittadini romani che hanno bocciato i mezzi pubblici con un voto medio di 5,25.

Titolo	Anno	Ente finanziatore	Partner
Bimbi InForma	2011	Regione Lazio	Non presente

Descrizione

Questo dossier è stato realizzato nell'ambito del progetto Bimbi InForma presentato da MDC Lazio, con la collaborazione del Dipartimento sicurezza alimentare. Si tratta di una indagine sullo stile alimentare dei bambini della Regione in età compresa fra i 6 e i 13 anni.

Di seguito una sintesi delle conclusioni a cui è giunta l'indagine.

Pane, pasta, riso e carne sono gli alimenti preferiti dai bambini e ragazzi del Lazio, che non gradiscono i cibi più raccomandati dagli esperti, ossia pesce, legumi e verdure, queste ultime in assoluto le più rifiutate a tavola. Per fortuna, prodotti "meno sani" come bevande zuccherate, caramelle e fritti, non rientrano mai, o quasi, nella dieta delle giovani generazioni.

La ricerca ha indagato anche le abitudini di spesa alimentare delle famiglie, per le quali emerge positivamente un alto consumo di prodotti freschi da cucinare a scapito di quelli già pronti.

Il risultato positivo è che oltre l'80% dei bambini pratica uno sport, ma molto tempo viene anche dedicato alla televisione e al gioco con la playstation, il computer, il game boy, soprattutto nei finesettimana.

LOMBARDIA

Titolo	Anno	Ente finanziatore	Partner
Indagine sui prezzi e la sicurezza dei giocattoli in Lombardia	2009 2010	Iniziativa autofinanziata	Non presente

Descrizione

L'indagine, indirizzata alle famiglie, ha comparato i prezzi di 50 articoli-giocattolo per i bambini da 0 ai 12 anni, rilevati tra catene specializzate e grande distribuzione in Lombardia.

Nella **seconda indagine (2009)** è stato rilevato che le catene specializzate, pur fornendo un assortimento completo, erano molto più care, facendo registrare aumenti di prezzo dal 20% al 40%.

Nella grande distribuzione invece da un centro commerciale all'altro era possibile risparmiare fino al 20% e oltre. Inoltre nella grande distribuzione, seppur con minore disponibilità ed assortimento, erano in vendita articoli dell'anno precedente con sconti elevati, dal 20% al 40%. Ciò ha determinato per uno stesso prodotto una differenza di prezzo fino al 50% da un negozio all'altro.

La **terza indagine (2010)** sulla sicurezza e sui costi dei giocattoli, ha preso spunto dall'analisi dei dati della Camera di Commercio di Milano sulla crisi economica. In un contesto di impoverimento generale, le famiglie italiane non hanno rinunciato ad acquistare giocattoli (almeno nel periodo natalizio) e hanno cercato di rivolgersi maggiormente alla GDO, dove era possibile risparmiare fino al 20%. Le case produttrici hanno immesso sul mercato, soprattutto nella grande distribuzione, giocattoli in packaging meno lussuosi e ridotti, adatti alle "diverse tasche".

Titolo	Anno	Ente finanziatore	Partner
Indagine sull'offerta di centri estivi comunali in Lombardia	2009 2010	Iniziativa autofinanziata	Non presente

Descrizione

L'indagine sui centri estivi comunali per bambini e ragazzi dai 3 ai 17 anni, riguarda, oltre Milano, le città di Brescia, Cremona, Lecco, Monza, Pavia e Varese.

Nella **quarta edizione (2009)** il dato sostanziale emerso è che la domanda è superiore all'offerta in tutte le province, in alcuni casi con un lieve aumento dei costi per le famiglie.

Le amministrazioni comunali che hanno previsto centri ricreativi aperti per tutto il periodo estivo, soprattutto ad agosto, sono Milano, Brescia, Cremona e Monza. A Pavia il servizio è rimasto chiuso tutto il mese di agosto; a Lecco sono stati disponibili solo 160 posti e nessun servizio per il mese di agosto; a Varese non è stato previsto un servizio comunale per i bambini dai 3 ai 6 anni, ma solo 3 centri estivi comunali per i bambini delle scuole primarie; solo i centri privati aperti ad agosto.

E' stato registrato un boom di iscrizioni alle colonie marine e montane gestite dal comune di Milano; si è creata una lista d'attesa di oltre 1.700 bambini. Anche a Monza c'è stato un boom di richieste, con quasi 300 bambini in più rispetto ai 1.260 posti previsti.

Nella **quinta edizione (2010)** emerge che in tutte le città è stato riscontrato un aumento dell'offerta tra il 10 e il 20%. Per contro aumenta molto la domanda: nel Comune di Milano si rilevano 2.000 bambini in lista di attesa: gli asili comunali sono diventati per molti nuclei familiari, impoveriti dalla crisi economica o che già versavano in condizioni precarie (come le famiglie migranti), l'unica possibilità per far divertire e respirare aria pulita ai propri figli. Si evidenzia tra le diverse criticità la scomparsa, per quanto riguarda Milano, della copertura del servizio durante il mese di agosto e la carenza di offerta per i ragazzi dai 13 ai 16 anni.

SICILIA

Titolo	Anno	Ente finanziatore	Partner
Sicurezza alimentare: studio sulla contaminazione di frutta e verdura nei mercati	2009	Iniziativa autofinanziata	Legambiente, Ordine dei chimici di Palermo

Descrizione

L'indagine promossa da MDC Palermo aveva l'obiettivo di stabilire se e come l'inquinamento atmosferico può "contaminare" la frutta e la verdura venduta per strada, nelle bancarelle dei mercati, nei supermercati. Il risultato è stato inaspettato: in tutti i campioni presi in esame è stata rilevata la presenza di benzene, ma anche di toluene e xilene.

Altre iniziative rilevanti a livello locale e interregionale

MDC Lazio, **MDC Benevento** e **MDC Palermo** in tutto il triennio 2009-2011 hanno realizzato gli **Sportelli di assistenza sui saldi** e continuano ad essere proposti in corrispondenza del periodo “caldo” come un’attività di routine dell’Associazione. Gli sportelli hanno offerto consulenza e informazione ai consumatori telefonicamente e tramite mail. Hanno divulgato anche dati e consigli attraverso il sito nazionale.

Nel 2009 **MDC Benevento**, insieme ad altre Associazioni, ha raggiunto un accordo transattivo con il Comune di Benevento per il rimborso delle somme pagate per la depurazione dell’acqua, in assenza di impianto. Le associazioni avevano realizzato la *Campagna “Giusto Canone”* che invitava i cittadini a inoltrare al Comune l’istanza di rimborso per chiedere la restituzione le somme pagate dal 2004 al 2008; l’iniziativa ha avuto molto successo coinvolgendo circa 1.100 cittadini.

Sono stati sottoscritti Protocolli d’intesa tra l’MDC (e le altre associazioni) con l’**Acquedotto Pugliese** nel 2009 con l’**Acquedotto Lucano** (gestore del servizio idrico integrato per la Regione Basilicata) nel 2010. Questo dimostra che settori storicamente impermeabili alle associazioni, quali il servizio idrico integrato, si sono aperte al dialogo con i consumatori.

Le sedi locali MDC si sono battute per i referendum su Acqua e Nucleare. In alcuni casi - **MDC Avellino**, **MDC Siena**, **MDC Puglia** - hanno costituito, con altre associazioni, dei **Comitati per il referendum sull’Acqua Bene Comune e contro il nucleare**, per sensibilizzare i cittadini a partecipare al referendum del 12 giugno 2011, con l’obiettivo di cancellare la possibilità del ritorno al nucleare e difendere il principio che l’acqua è un bene comune e non può essere gestito per il profitto.

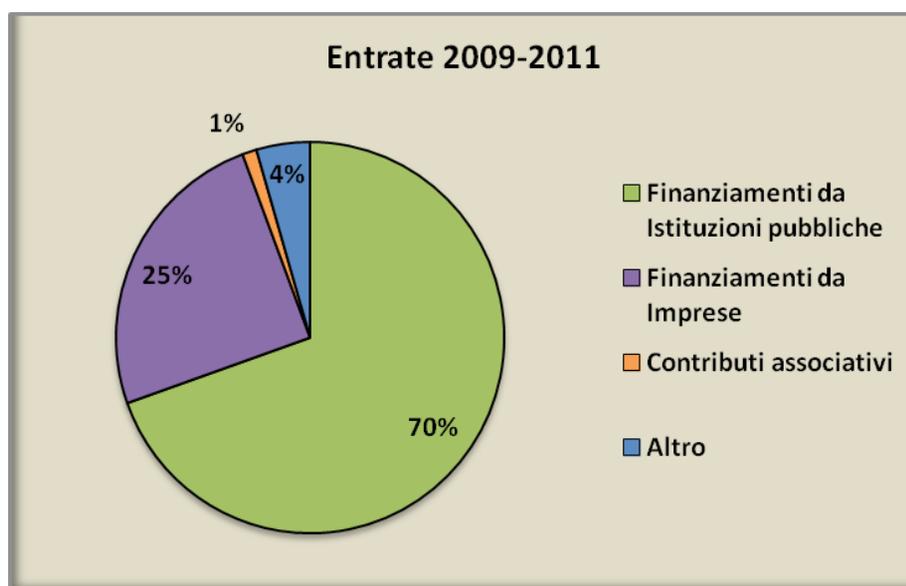
Dimensione economica

Risorse raccolte

ENTRATE COMPLESSIVE	2009	2010	2011
per realizzazione progetti	706.345	453.084	430.801
contributo per l'editoria x AA CC	63.429	30.441	63.030
Tot. Finanziamenti da Istituz. pubbliche	769.774	483.525	493.831
per realizzazione progetti	166.432	87.770	136.370
fondi per la conciliazione e tavoli di confronto	176.731	49.100	5.470
Tot. Finanziamenti da Imprese	343.163	136.870	141.840
Tesseramento	10.080	10.082	10.500
5x1000 *	8.417	11.003	0
proventi straordinari	9.556	29.862	46.590
proventi finanziari	62	11	81
altri proventi	2.609	1.375	2.671
Totale	1.143.661	672.728	695.513

* Sono state inseriti in ogni singolo anno gli importi attribuiti per competenza, anche se sono stati incassati nel 2010 20.210 euro relativi a 2007, 2008 e 2009. Gli importi per il 2011 non sono stati ancora rilevati.

Sul lato delle entrate si evidenzia globalmente, nel triennio 2009-2011, una prevalente incidenza di finanziamenti istituzionali da bandi o contributi pubblici, che rappresentano il 70% delle entrate complessive, rispetto a un 25% proveniente da finanziamenti privati. Quella dei finanziamenti dalle imprese rappresenta comunque una voce rilevante nel sistema delle entrate di MDC, che va nella direzione di un *fund raising* caratterizzato da un mix tra pubblico e privato sufficientemente bilanciato, da rimarcare, nel panorama generale del non profit, come punto di forza per la sostenibilità economica dell'organizzazione.



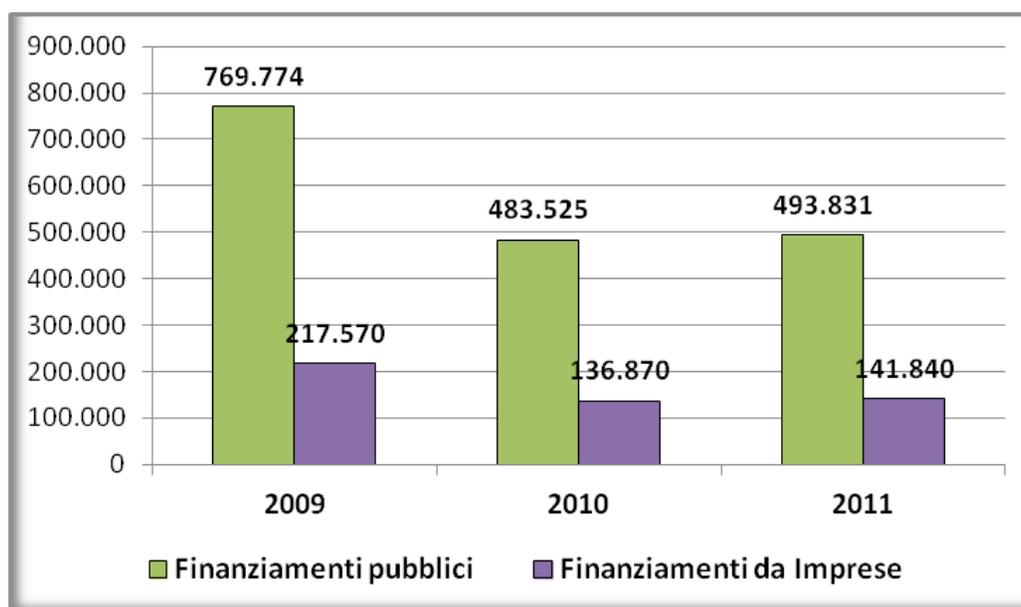
I proventi da tesseramento incidono soltanto per l'1% degli introiti e rappresentano una voce stabile, che si attesta intorno ai 10.000 euro annui. La voce "tesseramento" risulta esigua in valore assoluto perché la sede nazionale riceve solo una piccola quota per il tesseramento delle sedi locali, che comprende l'affiliazione della sede e una piccola percentuale del contributo ricevuto dagli associati.

Da sottolineare il *trend* di crescita delle risorse provenienti dal 5x1000 (11.003 euro nel 2010, 8.417 nel 2009, 6.976 nel 2008, 4.187 nel 2007), da leggere come un indicatore della crescente visibilità raggiunta dall'Associazione, unitamente ad una sempre maggiore fiducia ad essa accordata da parte dei cittadini.

Andamento nel triennio dei finanziamenti pubblici e privati

L'andamento nel triennio delle due principali fonti di entrata mostra nel 2010 una flessione sensibile rispetto al 2009, sia dei finanziamenti pubblici che di quelli privati. Da notare che anche se in termini assoluti la riduzione delle risorse di origine pubblica è più marcata, pari a -286.249 euro rispetto a -80.700 euro di quelle private, in termini percentuali risulta identica e corrisponde a un -37% circa per entrambe le tipologie di finanziamento.

Nel 2011 si registra una sostanziale stabilizzazione dei volumi di entrata, con una esigua crescita su entrambe le voci. Il peso percentuale di finanziamenti pubblici e privati resta dunque costante nel corso dei tre anni.



Nota: L'importo dei finanziamenti da Imprese del 2009 non è comprensivo del saldo contributi su progetti ante 2009

La tabella seguente mostra da quali Istituzioni pubbliche provengono i finanziamenti pubblici e l'andamento nel triennio 2009-2011.

ISTITUZIONI PUBBLICHE	2009	2010	2011
Ministero dello Sviluppo Economico	602.094	178.154	331.437
Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali	58.022	267.242	65.376
Ministero delle Politiche Agricole e Forestali	40.882	0	28.636
Presidenza del Consiglio dei Ministri	63.429	30.441	63.030
UNAR - Presidenza del Consiglio dei Ministri	0	0	2.500
Unione Europea	5.347	4.056	0
Autorità Energia Elettrica e Gas	0	1.500	0
Cassa Conguaglio per il Settore Elettrico (CCSE)	0	0	2.852
Regione Piemonte	0	2.132	0

Dettaglio finanziamenti dalle Istituzioni pubbliche raggruppate per ambiti di intervento

Finanziamenti da ISTITUZIONI PUBBLICHE	2009	2010	2011
Autorità Energia Elettrica e Gas	0	1.500	0
Cassa Conguaglio per il Settore Elettrico (CCSE)	0	0	2.852
SERVIZI A RETE	0	1.500	2.852
Unione Europea	5.347	4.056	0
Regione Piemonte	0	2132	0
SICUREZZA ALIMENTARE E AMBIENTE	5.347	6.188	0
UNAR - Presidenza del Consiglio dei Ministri	0	0	2.500
Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali	58.022	267.242	65.376
SOLIDARIETA' SOCIALE, SALUTE E S. CIVILE	58.022	267.242	67.876
Ministero dello Sviluppo Economico	0	178.154	291.437
BANCHE, POSTE E ASSICURAZIONI	0	178.154	291.437
Ministero dello Sviluppo Economico	602.094	0	40.000
Ministero delle Politiche Agricole e Forestali	40.882	0	28.636
CONTRAFFAZIONE, PREZZI E TARIFFE	642.976	0	68.636
Presidenza del Consiglio dei Ministri	63.429	30.441	63.030
EDITORIA	63.429	30.441	63.030
Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali	0	56.716	42.240
FORMAZIONE	0	56.716	42.240
TOTALE	769.774	483.525	493.831

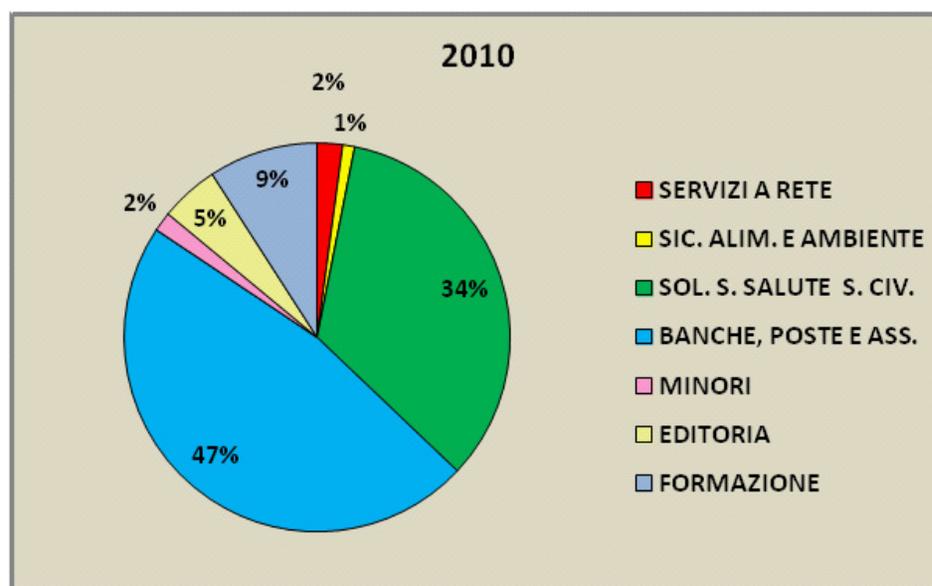
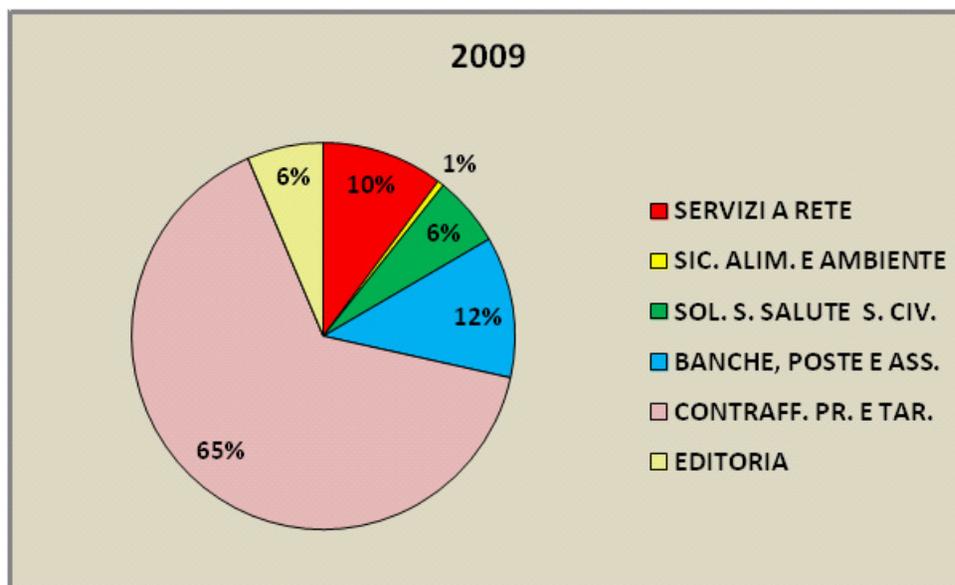
Dettaglio finanziamenti dalle Imprese raggruppate per ambiti di intervento

Finanziamenti da IMPRESE	2009	2010	2011
Enel	60.000	0	0
Unioncamere	40.900	11.700	1.520
SERVIZI A RETE	100.900	11.700	1.520
Ecopneus SCpA	0	0	7.000
SICUREZZA ALIMENTARE E AMBIENTE	0	0	7.000
Abi Consorzio Patti Chiari	0	21.810	8.600
Fondazione Ania - Consumatori	0	0	13.500
Intesa Sanpaolo	62.700	37.400	0
Monte dei Paschi di Siena	0	1.800	3.350
Poste Italiane	0	0	300
UniCredit Group	53.970	54.160	100.270
BANCHE, POSTE E ASSICURAZIONI	116.670	115.170	126.020
Unipro	0	0	7.300
CONTRAFFAZIONE, PREZZI E TARIFFE	0	0	7.300
Telecom Italia	0	10.000	0
MINORI	0	10.000	0
TOTALE	217.570	136.870	141.840
<i>Saldo contributi su progetti ante 2009</i>	<i>125.593</i>		
TOTALE	343.163		

Risorse raccolte per ambiti di intervento

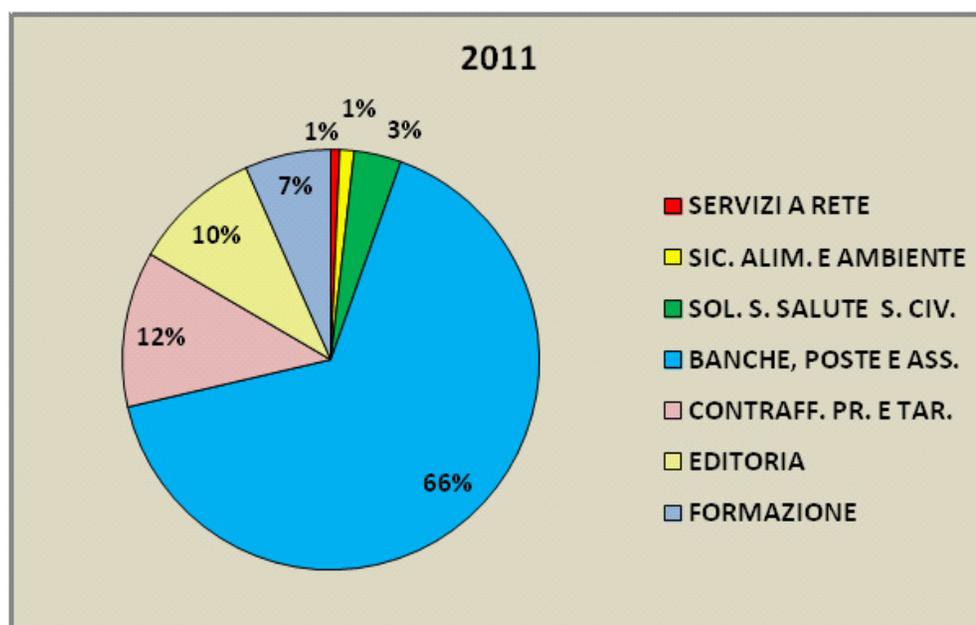
AMBITI DI INTERVENTO	2009	2010	2011
SERVIZI A RETE	100.900	13.200	4.372
SICUREZZA ALIMENTARE E AMBIENTE	5.347	6.188	7.000
SOLIDARIETA' SOCIALE, SALUTE E SERVIZIO CIVILE	58.022	267.242	67.876
BANCHE, POSTE E ASSICURAZIONI	116.670	293.324	417.457
CONTRAFFAZIONE, PREZZI E TARIFFE	642.976	0	75.936
MINORI	0	10.000	0
EDITORIA	63.429	30.441	63.030
FORMAZIONE	0	56.716	42.240
TOTALE	987.344	620.395	635.671

L'andamento delle risorse raccolte per ambiti di attività, mostra nel **2009** un elevato volume di finanziamenti nel settore della contraffazione (65%), seguito da quello comprendente banche, poste e assicurazioni (12%) e dai servizi a rete (10%).



Nel **2010** le due principali fonti di provenienza delle risorse sono i settori banche, poste e assicurazioni (47%) e solidarietà sociale, salute e servizio civile (34%), che aumentano significativamente rispetto all'anno precedente.

Crescono ulteriormente nel **2011** le fonti di finanziamento provenienti dal settore banche, poste e assicurazioni, che giungono a rappresentare il 66% del totale. Seguono, in termini percentuali, le risorse afferenti a contraffazione, prezzi e tariffe (12%), alla editoria (10%) e alla formazione (7%).



Di seguito un'analisi dettagliata dei finanziamenti nei principali settori di intervento.

Il **settore banche, poste e assicurazioni** mostra un *trend* di crescita di entrate molto forte e costante nel corso del triennio. Si evidenzia anche una sua distribuzione sostanzialmente equilibrata tra risorse private e pubbliche (Ministero dello Sviluppo Economico) e una vasta platea di soggetti finanziatori privati (in particolare UniCredit Group, Intesa Sanpaolo, Monte dei Paschi di Siena, Consorzio Patti Chiari dell'Abi e Fondazione Ania-Consumatori).

L'origine dei finanziamenti per **contraffazione, prezzi e tariffe** è invece quasi totalmente pubblica, proveniente soprattutto dal Ministero dello Sviluppo Economico. Dopo un ingente volume di fondi in ingresso nel 2009 si registra una brusca battuta di arresto nel 2010 e una leggera ripresa nel 2011.

Di esclusiva provenienza pubblica, in particolare dal Ministero delle Politiche Sociali e del Lavoro, l'area **solidarietà sociale, salute e servizio civile**, registra una crescita considerevole di finanziamenti nel 2010.

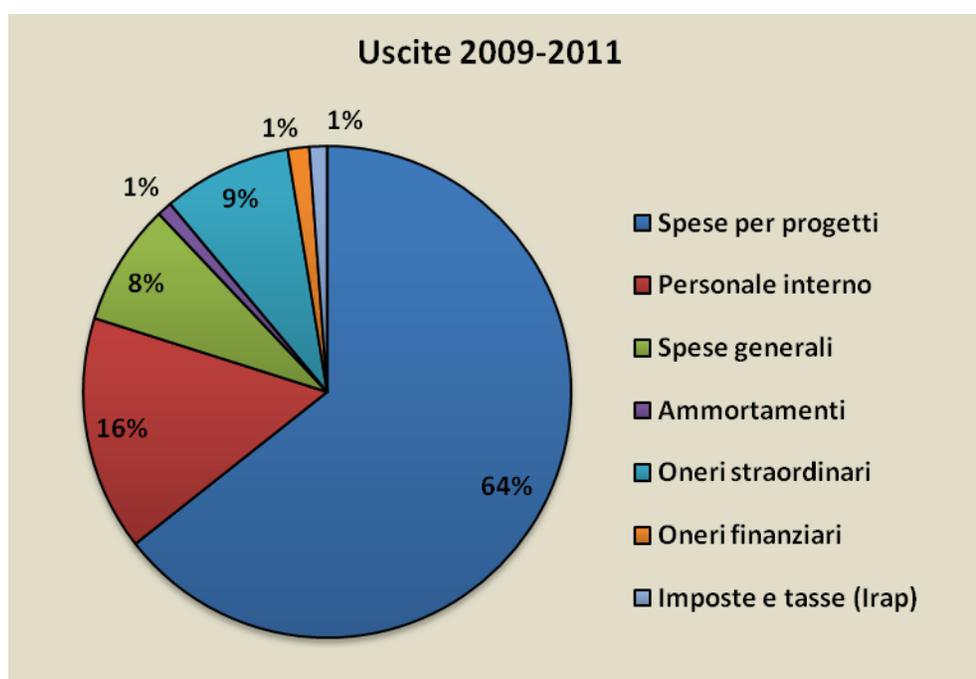
L'area **formazione** è interamente finanziata dal Ministero delle Politiche Sociali e del Lavoro, da cui abbiamo ricevuto delle risorse significative negli anni 2010 e 2011.

I finanziamenti per l'**editoria** sono quelli dei contributi per l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri, dedicati specificamente alle Associazioni dei Consumatori.

La voce **servizi a rete**, alimentata quasi interamente da soggetti privati (Enel spa e Unioncamere), raccoglie un livello di fondi rilevante nel 2009 (oltre 100.000 euro), ma diminuisce nettamente negli anni 2010 e 2011.

Utilizzo delle risorse

USCITE	2009	2010	2011
Spese per progetti	878.757	373.679	379.706
Spese per il personale interno	36.711	172.701	182.233
Spese generali (affitto, utenze etc.)	63.055	65.955	74.646
Ammortamenti	7.630	11.605	5.688
Oneri straordinari	97.353	92.446	26.614
Oneri finanziari	18.025	5.223	12.767
Imposte e tasse (Irap)	10.766	8.581	10.406
Totale	1.112.297	730.190	692.060

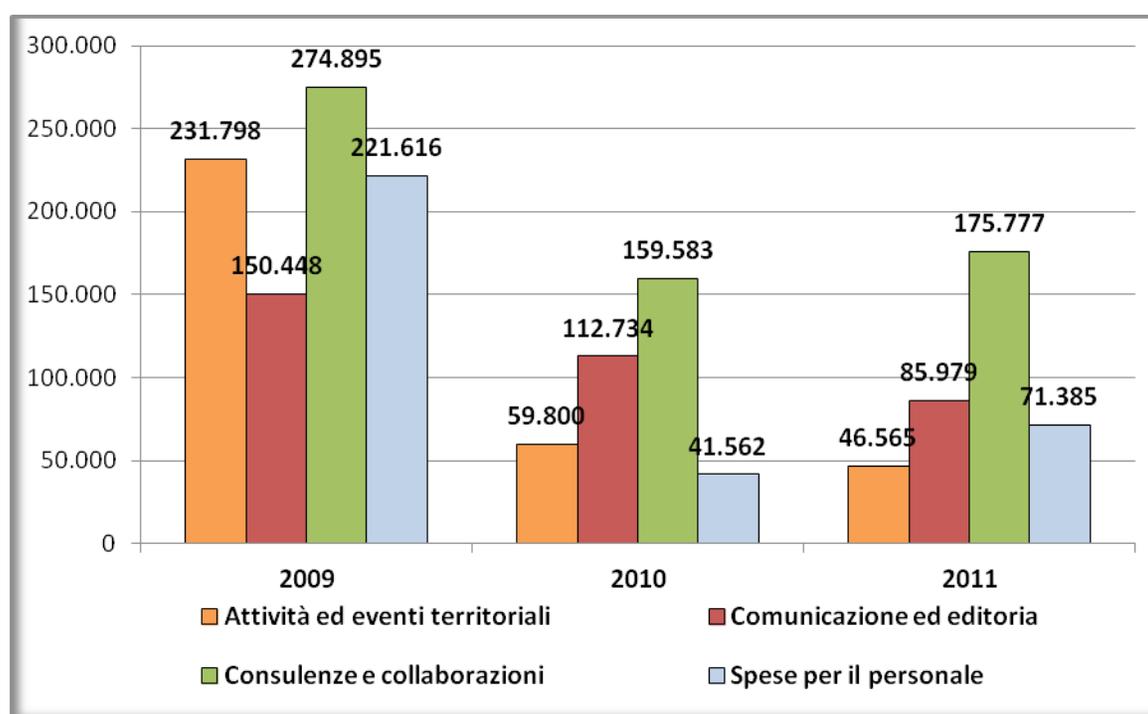


Le spese per attività progettuali

La somma complessiva delle spese effettuate nel triennio 2009-2011 mostra che il 64% delle risorse sono state destinate direttamente alla realizzazione delle numerose attività progettuali finalizzate al perseguimento della mission, nello sforzo di declinarne quotidianamente i valori e le finalità ai bisogni nuovi e più sentiti dai cittadini. La flessione consistente di entrate derivanti dai finanziamenti, registrata negli anni 2010 e 2011 rispetto al 2009, ha avuto inevitabili ricadute sull'investimento di risorse dedicate alla realizzazione delle attività progettuali.

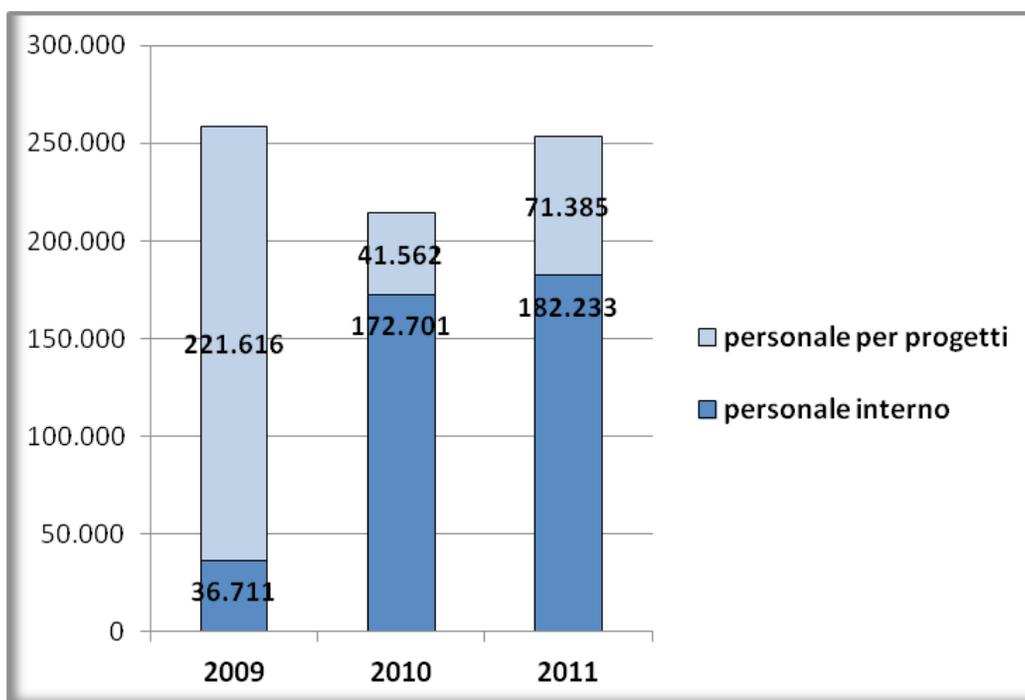
SPESE PER PROGETTI	2009	2010	2011
Attività ed eventi territoriali	231.798	59.800	46.565
Comunicazione ed editoria	150.448	112.734	85.979
Consulenze e collaborazioni	274.895	159.583	175.777
Spese per il personale	221.616	41.562	71.385
Totale	878.757	373.679	379.706

Analizzando nel dettaglio la composizione delle spese per progetti emerge una generale riduzione di tutte le voci di spese, particolarmente accentuata per quanto riguarda la realizzazione di attività ed eventi territoriali e le retribuzioni del personale impiegato nei progetti.



Le spese per il personale

Complessivamente, nei tre anni tra il 2009 e il 2011, il 16% delle spese sono state destinate alle retribuzioni del personale interno, la sola voce di uscita che ha fatto registrare nel corso del triennio un sensibile incremento. Questo aumento è dovuto alla stabilizzazione del personale avvenuta alla fine del 2009 (con il passaggio da 1 a 4 contratti a tempo indeterminato) e si bilancia complessivamente con il forte risparmio di spese realizzato per il personale impiegato di volta in volta sui singoli progetti.



Risanamento dei debiti bancari

Nel corso del triennio è stato fatto uno sforzo costante di rendere più solida la situazione debitoria dell'Associazione nei confronti delle banche. In particolare:

- nel 2009 è stato fatto un piano di rientro su un conto BNL in passivo di 13.700 euro ed è stato successivamente estinto;
- nel 2011 è stata estinta su BancaProssima un'anticipazione di 50.000 euro per un progetto ed è stato avviato un ulteriore rientro di euro 50.000 (concluso a inizio 2012);
- a fine 2011 è stato concordato un rientro su un conto Unipol, che è in via di adempimento (entro il 30/06/2012 verrà concluso il ripianamento e si procederà all'estinzione del rapporto).

Prospettive future

Il punto di vista degli stakeholder

I contenuti esposti in questa parte rappresentano una sintesi dei pareri ricevuti dai referenti di alcuni dei nostri principali stakeholder, che abbiamo voluto coinvolgere per conoscere il loro punto di vista. Ad essi è stato chiesto “cosa dovrebbe fare il consumerismo italiano per rispondere alle esigenze future degli utenti”. Le risposte sono state ricche di spunti e opinioni interessanti, che saranno senz’altro da stimolo per il nostro impegno futuro e di cui si dovrà fare tesoro per aprire una riflessione più ampia sul ruolo e il futuro del consumerismo.

La spinta verso una maggiore unità del mondo consumerista

L’indicazione più frequente che viene dagli stakeholder intervistati è l’esigenza di dare più forza e incisività al ruolo e alle istanze del consumerismo attraverso una maggiore unità e capacità di rappresentanza delle associazioni, che richiede necessariamente una “semplificazione del panorama associativo” [*Mario Finzi - Assoutenti*] e la “promozione di forme di razionalizzazione e di coordinamento” [*Giustino Trincia - ABI*].

Si suggerisce di “focalizzarsi in modo unitario su alcuni obiettivi prioritari” [*Marina Migliorato - Enel*], di “superare le divisioni interne” [*Romolo Giacani - Poste Italiane*], allo scopo di “implementare in maniera sempre maggiore la rappresentanza e rappresentatività delle Associazioni” [*Pietro Giordano - Adiconsum*],

Si propone anche in modo più chiaro, dal mondo delle professioni e delle imprese, una riduzione del numero delle associazioni, in particolare di quelle presenti nel CNCU, come la strada per raggiungere tale obiettivo.

Cristina Castellani - Consiglio Nazionale del Notariato: “Sarebbe necessario probabilmente unire le forze diminuendo il numero delle organizzazioni consumeriste.”

Leone Vitali - Vodafone: “Un altro tema essenziale è quello della rappresentatività e della razionalizzazione del numero delle associazioni presenti nel CNCU. Le stesse associazioni dovrebbero chiedere che il CNCU sia organizzato in maniera più funzionale e rappresentativa rispetto alla storia delle associazioni, alle loro iniziative, al loro radicamento. Un numero troppo elevato di associazioni rischia di comprometterne la capacità di farsi ascoltare e di condurre battaglie.”

Non mancano proposte su come e con quali criteri e forme riorganizzare il mondo del consumerismo.

Leone Vitali: “Le associazioni dovrebbero raggrupparsi secondo criteri di competenza, in modo che l’esperienza di ogni associazione venga preservata ma che le voci si possano unire per farsi più forti e coerenti”. *Cristina Castellani*: “L’ottimale sarebbe un raggruppamento delle Associazioni per settori di intervento in base alla storia, alle singole specificità e agli obiettivi: questo orienterebbe meglio il consumatore.”

Questa posizione viene espressa in modo chiaro e netto dalla stessa referente del CNCU, *Antonia Martelli*: “Le associazioni riconosciute come rappresentative a livello nazionale dovrebbero fare uno sforzo per uscire dai particolarismi e investire di più nella visibilità e nella possibilità di incidere sui processi decisionali che può derivare loro dall’appartenere al CNCU, organo consultivo del Ministro dello Sviluppo Economico. Se ognuna delle associazioni investisse un terzo delle energie profuse per la propria associazione nel lavoro comune (in occasione di richieste di pareri, designazioni, sessioni programmatiche), il CNCU avrebbe raggiunto l’autorevolezza che la norma potenzialmente gli assegna.”

Migliorare il dialogo e il confronto con gli stakeholder

Numerosi i riferimenti all'importanza di un atteggiamento più propositivo e costruttivo da parte delle associazioni di tutela dei consumatori. Si chiede di “sviluppare le capacità di proposta e d'interlocuzione nel merito dei temi affrontati” [Giustino Trincia - ABI]. L'obiettivo viene condiviso sia da esponenti delle associazioni, che da quelli delle istituzioni e delle imprese.

Pietro Giordano - Adiconsum: “Instaurare un confronto e un dialogo sempre più ampio con autorità, istituzioni e stakeholders, al fine di portare alla loro attenzione le istanze dei consumatori.”

Emanuela Angori - UniCredit: “Organizzare periodicamente degli incontri volti a realizzare un confronto costruttivo tra esponenti del settore produttivo e consumatori, con l'obiettivo di identificare aree di intervento e soluzioni di comune soddisfazione alle specifiche criticità”.

In taluni casi emerge un giudizio critico nei confronti di certi atteggiamenti considerati poco idonei a un dialogo costruttivo: si chiede di “abbandonare atteggiamenti oltranzisti e approcciarsi in maniera differente e più collaborativa con le istituzioni che realmente perseguono l'obbiettivo della tutela dei consumatori ed utenti.” [Enrico Maria Cotugno - AGCOM]; si ritiene necessaria la presenza di un consumerismo che “sappia dosare bene (meglio?) protesta e proposta”. [Romolo Giacani - Poste Italiane]

Lavorare per rafforzare la consapevolezza dei cittadini-consumatori

Un altro suggerimento molto ricorrente tra gli stakeholder è quello di accrescere l'impegno in attività e campagne di informazione, sensibilizzazione e orientamento, per rispondere all'esigenza di rendere gli utenti e i consumatori sempre più consapevoli.

Si propone di concentrarsi su una “maggiore attività di comunicazione e di informazione sui diritti e doveri dei consumatori” [Francesca Romana Ferri - AGCM], di “sviluppare le attività di divulgazione e informazione” [Giacomo Carbonari - ANIA], per “orientare i cittadini/consumatori verso scelte consapevoli e compatibili con l'ambiente.” [Romolo Giacani - Poste Italiane]

Si ritiene che il lavoro delle associazioni non debba riguardare soltanto “difesa e tutela ma anche sostegno alla crescita della consapevolezza dei diritti e anche dei doveri” e mirare alla “formazione del cittadino a un approccio consapevole” [Cristina Castellani - Consiglio Nazionale del Notariato]. Si dichiara la necessità di “entrare nelle scuole per abituare i giovani a prendere coscienza dei loro diritti, doveri e poteri come utenti e come consumatori” [Mara Colla - Confconsumatori].

In particolare dalle organizzazioni di terzo settore si esprime la necessità della “sensibilizzazione dei cittadini rispetto al consumo critico” [Teresa Martino - Arci Servizio Civile Roma] e sulla “sostenibilità dei processi produttivi e dei prodotti stessi” [Rossella Muroni - Legambiente]. Altra proposta è quella di “organizzare campagne di informazione su temi di responsabilità civile” [Margherita Caroli - Asl di Brindisi].

Nel complesso si ritiene importante rafforzare la capacità di comunicazione e aumentare la propria presenza, apertura e accessibilità nel rapporto con i cittadini: si sostiene l'importanza di essere “più efficace nella comunicazione” [Pietro Praderi - Lega consumatori], di “pubblicizzare di più il proprio ruolo, descrivendo i diversi servizi che si possono offrire” [Agata Carosi - Telecom Italia]; di “rendere possibili proposte di azioni da parte soci ed utenti e rendere le proprie azioni più visibili a livello di comunicazione per rinforzare fiducia e conoscenza” [Margherita Caroli - Asl di Brindisi]; di “offrire una presenza fisica capillare sul territorio e rendere disponibili delle piattaforme telematiche rapide e accessibili per i consumatori [Mara Colla - Confconsumatori].

Più risorse e competenze

Qualcuno propone la necessità, per le associazioni dei consumatori, di avere accesso a maggiori risorse economiche: “alle associazioni dovrebbero essere garantiti fondi costanti per l’operatività” [*Leone Vitali - Vodafone*]; “definire forme di finanziamento pubbliche e relativi controlli sulla loro gestione” [*Mauro Ugolini - Intesa Sanpaolo*].

C’è chi lega l’aspetto economico con la possibilità di investire sul capitale umano all’interno delle associazioni: “Avere capacità economiche tali da attirare personale qualificato e aggiornato ... e accrescere le proprie competenze tecniche settoriali per essere all’altezza delle trattative con gli interlocutori” [*Mario Finzi - Assoutenti*].

A proposito di risorse umane qualificate riceviamo vari pareri che concordano sul fatto che il consumerismo deve “essere più preparato tecnicamente” [*Pietro Praderi - Lega consumatori*]. Si ritiene fondamentale “lavorare sulla competenza del personale che deve interagire con il consumatore al fine di fornire un servizio chiaro ed affidabile, che tenga in debita considerazione il contesto di mercato in cui operano le aziende [*Luigi Mechilli - Wind*]; “rafforzare i livelli di consapevolezza e di competenza tecnica in ordine alle problematiche affrontate e al loro contesto di riferimento” [*Giustino Trincia - ABI*]; “migliorare le proprie professionalità interne e sviluppare e trattenere al proprio interno le risorse su cui si investe” [*Mauro Ugolini - Intesa Sanpaolo*].

Tematiche Specifiche

Tra i pareri espressi emergono anche indicazioni precise di impegno per il futuro.

Romolo Giacani - Poste Italiane: “Il tema della difesa del potere d’acquisto dei lavoratori ... contro gli aumenti di prezzo indiscriminati, che fanno di quello italiano uno dei mercati più cari per molti prodotti, anche ormai quelli alimentari”.

“Attenzione alla qualità dei servizi quali fornitura elettrica, distribuzione risorse idriche, mobilità pubblica” [*Rossella Muroli - Legambiente*].

Per chiudere riportiamo un invito diretto in modo esplicito a MDC, in riferimento alle sua storia e alle sue radici: “In particolare MDC dovrebbe rispolverare la sua originaria natura, di movimento contro l’eccessiva burocrazia e gli sprechi della pubblica amministrazione, distinguendosi dalle altre associazioni” [*Enrico Maria Cotugno (AGCOM)*].

La riflessione interna

Ripartire dalle radici

Siete arrivati alla fine di questo Bilancio Sociale. Per noi che ci abbiamo lavorato è stato come una seduta di autocoscienza e insieme una radiografia. Abbiamo ripercorso il cammino fatto insieme, struttura nazionale e sedi territoriali, inseguendo il fine comune di servire il cittadino nei suoi momenti di difficoltà nei rapporti con le aziende, la Pubblica Amministrazione, le Istituzioni, gli altri soggetti privati. Abbiamo raccontato i tanti progetti realizzati, le campagne di informazione, le indagini, i rapporti, la

comunicazione con i mass media, le pubblicazioni stampate, l'uso dei nuovi strumenti telematici, etc. Abbiamo rievocato (in alcuni casi sembra passato un secolo!) alleanze con altre associazioni, che a volte sono durate lo spazio di un mattino, in altri casi sono ormai da anni (anzitutto con Legambiente) un riferimento solido, sia dal punto di vista organizzativo che da quello politico. Abbiamo tirato fuori dai cassetti iniziative che in qualche caso avevamo dimenticato e che invece hanno rappresentato momenti vivi di presenza MDC.

Ma questo lavoro servirebbe a poco se non ne ricavassimo indicazioni per il futuro, riflessioni utili per la strategia associativa e soprattutto per l'impegno che caratterizzerà MDC nei prossimi 25 anni (speriamo!).

Il futuro è anzitutto nelle radici. Quel movimento per difendere i cittadini dalle prevaricazioni della Pubblica Amministrazione, che i fondatori decisero di creare con una visione anticipatrice, resta la filosofia di fondo che deve caratterizzare MDC. L'impegno per la trasparenza dello Stato e delle Autonomie locali ci ha caratterizzato negli ultimi tempi, con la battaglia che stiamo conducendo per l'applicazione del D.lgs 190/09, il successo nell'eliminazione dei Consiglieri regionali aggiuntivi in Puglia e nel Lazio, la richiesta di restituzione dei rimborsi elettorali illegalmente utilizzati, la proposta di una candidatura trasparente e qualificata per l'Agcom e la protesta conseguente alle scelte indecenti del Parlamento (con ricorso al Tar, come già facemmo per la candidatura all'Autorità Antitrust di Guazzaloca!), sono tutti momenti di una battaglia che caratterizza MDC su tutte le altre associazioni, che ci ha anche procurato inimicizie e fatto pagare costi, ma che siamo certi che rispondano alle attese dei cittadini.

Il futuro è in alcune linee di attività che ci hanno dato molte soddisfazioni, perché siamo stati i primi e ci siamo affermati come i più qualificati.

Nella **sicurezza alimentare**, ad esempio, con il Rapporto "Italia a Tavola", giunto quest'anno alla nona edizione, imponendosi via via negli anni come l'indagine e l'analisi più completa sul lavoro di prevenzione e lotta all'illegalità delle forze dell'ordine e delle istituzioni preposte a questo settore così delicato, essenziale per la vita delle persone e delle famiglie ma anche decisivo per l'immagine del Paese e la bilancia commerciale, come anche per la conservazione della cultura materiale che trova nel cibo uno dei suoi elementi più importanti. "Italia a Tavola" è stata sempre più apprezzata ed è stata di recente anche molto imitata. Anche questo è segno di un grande successo.

Così pure il **lavoro sui minori**. Quando abbiamo lanciato l'idea dei "Baby Consumers", ormai nel lontano 2005, dei bambini si parlava soprattutto per quanto riguardava l'alimentazione e la salute, con qualche iniziale attenzione per l'uso di internet. Con il Dipartimento Junior, che siamo gli unici ad avere tra le associazioni consumatori, abbiamo cominciato a studiare i ragazzi come soggetto attivo e spesso decisivo delle scelte di consumo e di spesa della famiglia, scoprendo che molte scelte rilevanti, dall'automobile ai mobili, per finire al look delle mamme, vengono determinate dall'orientamento dei figli.

Abbiamo consolidato in questi anni la nostra presenza sui **tavoli importanti dei servizi a rete**, soprattutto per quanto riguarda i servizi elettrici e telefonici; nei rapporti con le rispettive Autorità di regolamentazione, alle cui consultazioni e audizioni siamo regolarmente presenti, figurando tra le poche associazioni che presentano memorie e pareri sui documenti in esame; nell'attività di conciliazione che ci vede a ridosso delle associazioni di matrice sindacale grazie al generoso impegno dei nostri conciliatori.

Anche dal punto di vista della nostra **capacità organizzativa** e della nostra **correttezza contabile** ci piace sottolineare che per la quarta volta siamo stati scelti da altre associazioni come capofila dei progetti finanziati dal Ministero dello sviluppo economico e lo stesso accade da qualche anno per i progetti realizzati con il Ministero del welfare e con grandi aziende come Unicredit. E' un riconoscimento obiettivo alla nostra capacità di realizzare, di coordinare, di amministrare. Anche in alcune regioni, altre

associazioni si affidano ad MDC per le “cordate” progettuali, dalla Sicilia alla Campania, dall’Abruzzo alle Marche, alla Liguria e alla Toscana.

E va ricordata in questa sede la candidatura ottenuta da MDC per rappresentare tutte le associazioni consumatori alla Camera di commercio di Milano, da sempre detenuta dalle associazioni sindacali così come anche la rappresentanza nella Consulta cittadina a Perugia. E mi scuso per eventuali dimenticanze di altri ottimi risultati ottenuti dei nostri responsabili di sede e regionali.

Questi apprezzamenti e riconoscimenti ci sono stati confermati molto generosamente dagli amici “stakeholders” che abbiamo sentito per la redazione del Bilancio sociale.

Ad avvalorare queste indicazioni sul futuro sarà naturalmente il confronto e il dibattito interno all’associazione che deciderà in quale direzione si muoverà MDC nei prossimi anni. Questa discussione l’abbiamo già avviata nel preparare questo Bilancio.

Il futuro dell’Associazione: la riflessione della Segreteria Nazionale

Da una riflessione fatta in seno alla Segreteria Nazionale, sul Bilancio che presentiamo, sono emerse delle linee di indirizzo di cui riportiamo una sintesi.

Riguardo al futuro del consumerismo i segretari nazionali concordano che la **crisi economica degli ultimi anni** ha inciso pesantemente sul ruolo del consumerismo perché, in qualche modo, **ha “compresso” anche i diritti**.

Per essere portatrici di nuove e convincenti proposte le Associazioni dovranno riuscire a meglio interpretare le istanze consumeriste, in termini di elevata capacità dialettica, di concertazione e di interdizione con il mondo della produzione dei beni e dei servizi ma anche con la pubblica amministrazione.

Il compito delle Associazioni dovrà anche essere quello di avviare azioni di pressione affinché un nuovo modello di democrazia si affermi, attraverso l’elaborazione di **modelli nuovi di “partecipazione”**.

La prima materia su cui sperimentare i nuovi modelli potrebbe essere quella dei servizi: servizio idrico integrato, gestione dei rifiuti, trasporto pubblico locale, sanità, servizi a domanda individuale ecc.

Per ogni servizio dovrà essere individuato in maniera molto precisa cosa si intende per monitoraggio permanente e, così come prevede la legge, si dovrà garantire la massima partecipazione possibile dell’utenza alla definizione degli standard di qualità e quantità dei servizi, nonché la loro valutazione.

Non ci può essere partecipazione senza trasparenza e anche su questo fronte si dovrà molto lavorare, visto che la limitazione all’accesso ai documenti ed atti amministrativi costituisce uno dei principali ostacoli alla partecipazione.

Negli ultimi anni MDC è stata una delle associazioni che maggiormente ha cercato di coniugare la necessità di una corretta e puntuale informazione dei cittadini **con un forte radicamento a livello territoriale basato su numerose sedi e sportelli**. La razionalizzazione delle risorse operata in questi ultimi anni a livello nazionale deve oggi necessariamente accompagnarsi ad un rinnovamento dell’azione dell’associazione anche a livello locale. L’enorme campo di azione delle associazioni dei consumatori rende impossibile affrontare ogni singola tematica, per questo, concordano i segretari, MDC dovrebbe proseguire nel suo percorso programmatico: **potenziare i canali informativi dei consumatori, individuare**

alcune tematiche nazionali di rilievo su cui avviare delle campagne di sensibilizzazione anche a livello locale, **rilanciare le proprie origini di associazione di tutela dei diritti dei cittadini** nei confronti della pubbliche amministrazione e conseguentemente anche nel settore dei servizi pubblici (acqua, trasporti ecc.) in cui l'associazione vanta delle elevate competenze e professionalità interne.

La riflessione comune ha permesso di elaborare alcune proposte che sintetizziamo di seguito.

Per quanto riguarda le tematiche da affrontare:

- approfondire il lavoro rispetto alle tematiche risparmio, credito al consumo e tariffe dei servizi. La crisi economica, infatti, ha aggravato la posizione del sia in termini di indebitamento che di non conoscenza delle più elementari regole e tutele del risparmio;
- iniziare ad affrontare anche il tema relativo alla formazione lavorativa e monitorare il lavoro svolto dai centri per l'impiego; anche in questo settore sarebbe opportuno lavorare sulle carte della qualità del servizio;
- proseguire il lavoro di educazione legato alla spesa alimentare intelligente rispettosa dell'ambiente (filiera corta, rilevanza prodotti biologici locali); intensificare il lavoro sulle tematiche che riguardano l'ambiente e la sostenibilità ambientale.

A livello organizzativo:

- costituire un pool specifico di legali capaci di promuovere azioni anche stragiudiziali di tutela, sia a livello nazionale, sia sui territori;
- realizzare periodicamente workshop con le sedi locali sulle tematiche generali che l'associazione intende perseguire anche a livello regionale e su argomenti che maggiormente interessano i territori; questa iniziativa risponderebbe alla necessità e all'esigenza di approfondire il dialogo con le sedi locali, e rafforzare il senso di appartenenza.

Riguardo ai rapporti con le altre Associazioni:

Oltre a proseguire l'attività di lavoro sinergico con le altre Associazioni del CNCU è necessario approfondire la possibilità di intese con associazioni non consumeriste o verificare eventuali fusioni tra più associazioni di consumatori, anche alla luce dell'imminente riforma dei requisiti per il riconoscimento della rappresentatività nazionale.

Il futuro dell'Associazione: il contributo del Presidente Nazionale

Come presidente nazionale, che ha guidato l'associazione in questi anni, offro infine, in questa sede, un contributo di analisi e di proposta che sarà, come tutte le altre opinioni, a disposizione di coloro che vorranno partecipare al dibattito sul futuro di MDC, senza altra pretesa che quella di esprimere il parere di un iscritto che si assume le sue responsabilità per il ruolo che ha svolto su indicazione dei soci.

- 1) **Sono convinto che MDC debba anzitutto riflettere seriamente sui tanti punti di forza, che abbiamo raccontato sopra, e insieme prendere atto delle debolezze e delle criticità che ci impediscono di fare meglio e di più.** Debolezze e criticità che in parte sono nostre, del nostro modo di organizzarci, di rapportarci dal livello nazionale al territorio, dal livello regionale alla singola sede e a ciascuno sportello. In parte sono del consumerismo nel nostro Paese, che in questa fase storica, con una dopo l'esplosione mediatica e il rilievo istituzionale dello scorso decennio, vive una crisi di risorse economiche, di polemiche interne, di scarsa attenzione da parte della politica. Se da una parte abbiamo creato, ad esempio, un sistema gestionale del tesseramento e della vita di ciascuna sede che

è assolutamente innovativo, dall'altra abbiamo ritardi e insufficienze nell'attività di iscrizione annuale che vanno affrontati apertamente e superati, anche perché si annunciano tempi di irrigidimento delle norme relative al riconoscimento nazionale e regionale delle associazioni. Questo prima o poi doveva avvenire, perché alle associazioni storiche, tra cui certamente va annoverata MDC, si stanno aggiungendo a livello regionale e purtroppo anche nazionale formazioni nate da pochissimi anni con lo scopo dichiarato di usufruire dei finanziamenti per crescere e consolidarsi! La posizione contraddittoria e debole del Ministero dello sviluppo economico degli ultimi anni sta evolvendo in annunci di severità di criteri e controlli. MDC ha le carte in regola per continuare a svolgere la sua attività a livello nazionale e regionale. Non abbiamo mai richiesto riconoscimenti solo perché facevamo comunicati stampa o diffondevamo un periodico o rispondevamo ad un call center. Regione per regione abbiamo aspettato di avere le sedi costituite ed operanti per presentare alla regione la domanda di accreditamento. Ma questa svolta annunciata dal Ministero deve trovarci ancora più preparati e forti.

- 2) **Dobbiamo continuare con la politica delle alleanze con associazioni che ci sono affini come orientamento politico (consumerista, non partitico!) e come metodo di lavoro.** Abbiamo sempre respinto sia il modello giustizialista, che tende a portare in tribunale qualsiasi contenzioso, sia quello molto leggero e aleatorio che vorrebbe ridurre l'attività consumeristica a la sola attività di comunicazione, nella quale peraltro abbiamo raggiunto livelli di eccellenza, anche creando dal nostro impegno la prima e unica Agenzia di informazione consumerista, che ormai è diventata una bella realtà al servizio di tutti gli stakeholders e vive di vita propria e autonoma da MDC. Ci siamo radicati sul territorio, aprendo nuove sedi pressoché in tutte le regioni e nella maggioranza delle province. In questi anni abbiamo stretto alleanze con varie associazioni, realizzando importanti risultati sul piano politico-istituzionale e nell'azione sui cittadini; ma anche registrando fallimenti per divergenze o esaurimenti per inattività. **Un punto fermo che abbiamo mantenuto e a mio parere deve essere prioritario in questa scelta delle alleanze è la partnership con Legambiente**, solida ed efficace a livello nazionale, diffusa invece a macchia di leopardo sul territorio. Per il resto, dobbiamo perseguire alleanze nazionali e territoriali che ci permettano di lavorare con risultati sempre più efficaci e più rispondenti ai reali bisogni dei cittadini.
- 3) **E' il momento di aprire l'associazione ad altre realtà associative, culturali e sociali**, sia per allargare e consolidare la base associativa, sia per individuare nuovi spazi di azione, nuove tematiche, nuovi strumenti per realizzare sempre meglio la nostra mission di servizio al cittadino. Dobbiamo avere maggiore attenzione alle realtà socio-economiche più vicine al modello della famiglia e del cittadino-consumatore. Mi riferisco al mondo dell'artigianato, del commercio e dell'agricoltura e in generale delle PMI. In molte problematiche ce li troviamo dalla nostra parte, spesso vengono ai nostri sportelli chiedendo quell'assistenza prettamente consumerista che le loro organizzazioni di categoria non sono in grado di assicurare.
- 4) **Dal punto di vista dell'organizzazione interna, va consolidato il modello del coordinamento regionale e provinciale, favorendo al massimo l'apertura di sedi e sportelli.** Non si tratta di costruire una piramide gerarchica, che in un'associazione di volontari come siamo noi non avrebbe molto senso. E' necessario però dare unità di azione e di interlocuzione nei confronti delle istituzioni regionali e locali, superando protagonismi personali che sono dannosi per l'immagine dell'associazione.
- 5) **Ci deve essere una continua osmosi tra MDC nazionale e l'azione sul territorio.** Con il sito nazionale, i siti regionali, le newsletter telematiche e il periodico Diritti&Consumi disponiamo già di strumenti di comunicazione che garantiscono a tutti responsabili, e anche ad ogni iscritto, l'immediata

conoscenza di tutte le decisioni della Presidenza e della Segreteria nazionale, i comunicati stampa che possono essere rilanciati a livello locale, gli appuntamenti dei progetti nazionali e regionali, le prese di posizione di una sede, la vittoria ottenuta in un contenzioso o l'azione giudiziaria decisa in favore di un iscritto. Questo scambio informativo va ulteriormente potenziato e rafforzato, soprattutto con l'alimentazione dei siti regionali e con l'intensificazione delle segnalazioni al nazionale di tutto ciò che avviene a livello locale.

- 6) **Va mantenuta e rafforzata la trasparenza contabile** che abbiamo sempre avuto, e che negli ultimi anni abbiamo ulteriormente arricchito con la pubblicazione sul sito del Bilancio nazionale e della Relazione di certificazione del Bilancio da parte di un revisore esterno iscritto all'albo ai sensi dell'art. 14 primo comma lettera a) del D. Lgs. n. 39/2010.
- 7) **Deve intensificarsi la partecipazione del territorio alle scelte della Presidenza e della Segreteria nazionale.** Siamo già una associazione che non ha mai fatto scelte importanti, sul piano politico e organizzativo, senza una condivisione tra presidenza, segreteria nazionale e responsabili territoriali. Dobbiamo continuare in questa direzione, aumentando il tasso di partecipazione dei responsabili di sede ai CN. Per quanto riguarda la Segreteria nazionale, l'esperienza dell'audioconferenza ha dato buoni risultati e va mantenuta, anche se periodicamente è indispensabile il confronto diretto e personale. A questo proposito, e anche per il CN, si potrebbero sperimentare incontri decentrati fuori Roma, in altre sedi regionali, per favorire una maggiore coesione sul territorio.
- 8) **Anche per quanto riguarda i progetti nazionali e regionali, va estesa la condivisione col territorio,** che già viene realizzata con un tasso notevole di coinvolgimento delle sedi locali. Confrontandosi con altre realtà associative, MDC è tra le associazioni che maggiormente spostano risorse finanziarie e attività dei progetti nazionali sul territorio. Questa politica, che ha dato buoni risultati negli anni favorendo la crescita e il consolidamento della presenza MDC sul territorio, deve essere continuata, stabilendo criteri condivisi di scelta delle sedi, come ad esempio quello di favorire le nuove presenze e premiando le sedi più attive in termini di attività in favore degli associati, tesseramento, capacità di incidenza politica e di comunicazione.

Questi punti sono un contributo alla lettura del Bilancio Sociale, alla luce dell'esperienza di questi anni, e una possibile traccia di dibattito e discussione, anche in vista del prossimo congresso nazionale che si svolgerà nel 2013, per costruire insieme un MDC sempre più all'altezza della sua storia, di cui siamo tutti orgogliosi, e sempre più preparato per un futuro di difesa sempre più efficace dei diritti dei cittadini.

