



**difesadelcittadino.it**  
I tuoi diritti prima di tutto

**MDC NEWS - Bisettimanale del Movimento Difesa del Cittadino**

**Editore** Movimento Difesa del Cittadino

**Dir. Resp.** Francesco Luongo

**In redazione:** Gerry Mottola, Federica Deplano, Barbara Gualtieri, Giorgio Durante

**Web:** [info@mdc.it](mailto:info@mdc.it) - [www.difesadelcittadino.it](http://www.difesadelcittadino.it)

**Redazione:** Roma, Via Casilina n.3/T - Tel. 064881891 Fax. 0642013163

Stampa in proprio-R.T. Roma n. 502/00 Anno XXI - n. 8 del 28.05.2020 - Finito di stampare il 27.05.2020

Seguici su...



## IN PRIMO PIANO



**CONSUMER  
ANGELS**  
OGNI GIORNO ACCANTO A TE

### Speciale Newsletter Progetto "Consumer Angels"

"*Consumer Angels*" è un progetto finanziato dal **Ministero dello Sviluppo Economico** (ai sensi del **D.D. del 07/02/2018**) e realizzato dal **Movimento Difesa del Cittadino** in partenariato con il capofila **Unione Nazionale Consumatori** e il partner **U.Di.Con.** L'intento del progetto è di proporsi come "angeli custodi" dei consumatori: le iniziative in tal senso consistono in attività di informazione, assistenza e di contatto con la cittadinanza attraverso strumenti efficaci e innovativi, volti a migliorare il grado di consapevolezza sui diritti dei consumatori fornendo loro gli strumenti per metterli in atto nel modo più semplice e immediato.

A seguire, le news del progetto.



## LE ALTRE NEWS



**Le pratiche commerciali "scorrette e ingannevoli" ai tempi del Covid-19: il MDC raccomanda di non abbassare mai la guardia, e lo fa con la campagna informativa "Consumer Angels".**

**In un momento particolarmente delicato quale quello in cui stiamo oggi vivendo, il cittadino "consumatore" deve essere più che mai tutelato e protetto, affinché le proprie scelte ed il proprio "comportamento economico" non sia alterato o falsato o ingannato da venditori scorretti - siano essi grandi colossi o piccole imprese - che, approfittando del caos e dello smarrimento in cui è facile cadere in tempo di Covid, pongano in essere delle pratiche commerciali discutibili, se non aggressive e scorrette.**

Proprio in tale ottica, ad al fine di rendere il consumatore sempre più informato e consapevole dei propri diritti e del proprio potere contrattuale, MDC -insieme ad UNC e ad UDICON - sta portando avanti un importante e innovativo progetto, denominato "[CONSUMER ANGELS](#)" (progetto già patrocinato e finanziato dal Mise con DM 07/02/2018), che ha come obiettivo quello di promuovere delle campagne informative di sensibilizzazione dei consumatori stessi, destinatari di un "sapere" indispensabile per mantenere alta la guardia e difendersi dalle insidie del mercato.

E che la tematica della libertà di scelta del consumatore, connessa ad una informazione trasparente, chiara e non ambigua, soprattutto in questo momento storico, sia di particolare importanza, lo ricorda nel suo intervento, di pochi giorni fa, sul portale "**Help Consumatori**" anche il Direttore responsabile e **Presidente Onorario di MDC, Antonio Longo**, il quale ha richiamato l'attenzione dei lettori sul comportamento tenuto dalla multinazionale Nestlè, che, forse approfittando dell'attenzione (o meglio della disattenzione) della politica su altre tematiche, ha "sollecitato" l'UE affinché introduca il "**nutriscore**", ovvero un sistema di etichettamento sui vari prodotti alimentari, in cui si comunica al consumatore se quel prodotto è dannoso per la sua salute o meno. E come dovrebbe essere dato questo avviso al cittadino? Segnalando, ad esempio, contenuto di grassi e sali dei vari alimenti.



### Quando "l'etichetta" può trasformarsi in una trappola per il Made in Italy.

Etichetta "furbetta" che, in questo modo, sulla base di una classificazione decisamente arbitraria e parziale, finirebbe per tacciare di pericolosità quei prodotti alimentari di qualità (guarda caso primi su tutti quelli del Made in Italy, come il Parmigiano, tanto per citarne uno, ritenuti invece dalla comunità scientifica e dai nutrizionisti, necessari per una dieta sana ed equilibrata).

E ciò, con buona pace non solo della salute di tutti i consumatori, che finirebbero per sostituire cibi sani con altri "spazzatura", ma anche e soprattutto della produzione nazionale che, nonostante abbia fatto della "qualità" il suo vessillo, per colpa di una campagna informativa scorretta e sleale, o quanto meno omissiva e parziale, verrebbe invece declassata e surclassata da *competitors* che, salvati da un ipotetico "semaforo" verde in etichetta, potrebbero invece diffondere sul mercato prodotti di pessima qualità e questi sì, realmente, dannosi per la salute dei consumatori.



### Codice del Consumo: cosa dice su pratiche commerciali scorrette e ingannevoli?

Non dimentichiamo infatti che, a norma del "Codice del Consumo", per pratiche commerciali scorrette e ingannevoli a danno dei **consumatori e delle imprese concorrenti**, debbono intendersi quelle "in contrasto con il principio della diligenza professionale, ovvero false o idonee a falsare, in misura apprezzabile, il comportamento economico del consumatore medio al quale sono dirette, nonché quelle che, riguardando prodotti suscettibili di porre in pericolo la salute e la sicurezza dei consumatori, omettono di darne notizia, in modo da indurre i consumatori stessi a trascurare le normali regole di prudenza e vigilanza."

Le pratiche sono quindi ingannevoli se, contenendo informazioni non rispondenti al vero (su prezzo, disponibilità sul mercato, caratteristiche del prodotto, i rischi connessi al suo impiego) oppure corrette ma presentate in maniera tale da generare confusione e poca chiarezza, riescono ad indurre in errore il consumatore medio, falsandone il processo decisionale, cioè facendogli assumere scelte di natura commerciale che altrimenti non avrebbe preso.

Stesso valga per le informazioni "omesse": per poter prendere delle decisioni **consapevoli**, infatti, i consumatori hanno bisogno di tutte le informazioni loro necessarie.



### L'importanza di diffondere la cultura della sicurezza e della consapevolezza del consumatore.

Pertanto, MDC, ricordando che non bisogna mai abbassare la guardia davanti alla gravità di certe condotte e che le pratiche commerciali investono qualsiasi azione, omissione, condotta, dichiarazione, comunicazione commerciale, proprio al fine di garantire la massima tutela, anche e soprattutto di quelle categorie di consumatori più fragili, e dunque più facilmente influenzabili, come **minori, adolescenti o anziani**, ha deciso di impegnarsi nella campagna "Consumer Angels", consapevole che è solo grazie ad una informazione trasparente, chiara, completa e costante, veicolata da materiale informativo funzionale e fruibile (con varie modalità e in svariati canali) che si può diffondere la "cultura" della sicurezza e trasformare il consumatore in un soggetto partecipe e padrone del proprio potere commerciale e dei propri diritti.



Movimento Difesa del Cittadino | Contattaci

This email was sent to <<E-mail>>  
[why did I get this?](#) [unsubscribe from this list](#) [update subscription preferences](#)  
Movimento difesa del cittadino · Via Casilina 3/T · Roma, RM 00185 · Italy