

L'EDITORIALE dell'Avv. Francesco Luongo Presidente Nazionale del Movimento Difesa del Cittadino - Twitter @F\_Luongo72

**CONSUMI A PICCO  
E CROLLO DELLA  
FIDUCIA DEI  
CONSUMATORI:  
ASSURDO NON  
POTERNE DISCUTERE  
AGLI STATI GENERALI  
DELL'ECONOMIA. IL  
MOVIMENTO DIFESA DEL  
CITTADINO SQUADERNA  
I DATI CHE DIMOSTRANO  
LA DIFFICOLTÀ DELLE  
FAMIGLIE E CHIEDE UN  
CONFRONTO VERO AL  
GOVERNO.**



Consumi a picco e consumatori sempre più disorientati e sfiduciati, al punto di aumentare i propri risparmi in banca senza minimamente pensare ad alcun investimento, considerati evidentemente un rischio. Questo il quadro tracciato dal Movimento Difesa del Cittadino incrociando i dati emersi in queste prime settimane di fine emergenza COVID-19 e convivenza forzata con il virus. Per l'associazione nei primi tre mesi di quest'anno il PIL

è crollato del 5,4% su base annua e la propensione al risparmio delle famiglie italiane è schizzata nei primi 4 mesi facendo aumentare il tesoretto custodito nei depositi bancari di 69,2 miliardi, portandolo alla cifra monstre di 1.076,2 miliardi con un + 6,9% rispetto al 2019.

*<<Chi pensa di far ripartire l'economia del Paese con bonus, voucher e sovvenzioni varie, spesso da far anticipare a famiglie ed imprese per poi ottenere crediti d'imposta senza rilanciare i consumi si sbaglia di grosso>>*, questo il parere di **Francesco Luongo**, Presidente nazionale del Movimento che denuncia lo strano silenzio sul dato più drammatico emerso negli ultimi giorni dall'Istat, ovvero il crollo della fiducia dei consumatori a Maggio al valore più basso dal 2013, che fa il paio con l'incredibile mancato invito delle associazioni dei consumatori agli Stati generali dell'economia celebrati nella kermesse di Villa Pamphilj.

*<<Evidentemente - prosegue Luongo - gli organismi riconosciuti dalla legge (Codice del Consumo) per la tutela le tasche dei cittadini da truffe, abusi e magheggi vari non è funzionale alla narrazione dell'Italia da "reinventare", su cui si stanno approfondendo le energie delle tante task force governative ed un racconto per nulla coincidente con una realtà di profonda sfiducia>>*.

MDC sottolinea anche che l'attuale spesa media mensile delle famiglie pari a 2.560 euro, già al di sotto dei livelli del 2011 in cui era di 2.640 euro, non potrà che contrarsi

ulteriormente a causa della pandemia ed un recente rapporto di Prometeia, in collaborazione con Intesa San Paolo, considera possibile un ritorno dei consumi a livelli precoronavirus non prima del 2024.

L'associazione di consumatori è particolarmente preoccupata per il dato delle famiglie in difficoltà con i mutui con 219 milioni di euro di rate non pagate da gennaio ad aprile, con una inversione di tendenza su base annua rispetto al Dicembre del 2019(+1,6%).

*Il Governo rifletta bene su questi dati - conclude MDC - e non pensi che la riduzione "temporanea" dell'Iva, che richiederebbe comunque dai 4 ai 10 miliardi di euro, possa rilanciare i consumi in un clima di tale sfiducia, che richiederebbe invece un confronto effettivo tra tutte le parti sociali sulle dinamiche del rapporto tra domanda ed offerta nel Paese.*



## PIANO COLAO, LUONGO (C4DIP): INCENTIVARE USO PAGAMENTI ELETTRONICI



“L’uso del contante agevola l’economia sommersa” “Dove c’è più contante c’è più nero, c’è più evasione, c’è più economia sommersa. Questa anomalia tutta italiana deve essere al più presto eliminata, non si può ancora una volta rinviare una scelta fondamentale per l’economia e la giustizia sociale del Paese”. **Francesco Luongo, presidente di C4DiP** (Consumers for Digital Payments), la coalizione di associazioni di consumatori formata da Movimento Difesa del Cittadino, Asso-Consum e U.Di.Con, sottoscrive il Piano Colao, laddove invita il governo a incoraggiare ed effettuare il prima possibile il passaggio ai pagamenti digitali.

“Come ricorda la task force guidata da Colao, in Italia l’85% delle operazioni avviene ancora in contante, l’Italia è il 23esimo Paese tra i 27 dell’Unione Europea per transazioni con carta e moneta elettronica e questo agevola senza dubbio - sottolinea Luongo - l’economia sommersa che, invece, deve essere eliminata per garantire un mercato più equo”. Luongo condivide “il ricorso a forme di incentivazione ai pagamenti elettronici, come l’ampliamento delle deduzioni/detractions dall’Irpef per specifici pagamenti effettuati con strumenti diversi dal contante, il credito d’imposta per gli esercenti sull’utilizzo dei pagamenti elettronici, così come i disincentivi all’utilizzo del contante per elevate somme e iniziative per mettere

fuori corso le banconote di maggior taglio, 500 e 200 euro”. Insomma, osserva **Luongo**, “non è più possibile rinviare o procedere con passo troppo lento sull’eliminazione del contante. Il periodo di lockdown ha anche dimostrato che gli italiani se la sono cavata molto bene con i pagamenti elettronici, molti si sono affacciati per la prima volta all’e-commerce senza troppe difficoltà. Utilizziamo questo cambiamento di abitudini in atto e diamo una svolta decisiva all’uso dei pagamenti elettronici”.

Un discorso che rientra in quello più ampio della trasformazione digitale del Paese: “Il Piano Colao - afferma **Luongo** - individua la giusta necessità di incentivare tutte le amministrazioni nel processo di digitalizzazione, promuovendo una maggiore diffusione di servizi digitali e piattaforme quali PagoPa, l’app “Io”, Spid e la Carta d’identità elettronica, che possono contribuire in maniera decisiva allo sviluppo digitale Paese”. “Auspichiamo quindi che il Governo renda operativo il Piano sviluppato dal Comitato presieduto dal Dott. Colao già nell’immediato futuro, promuovendo la digitalizzazione del Paese come i consumatori chiedono da tempo”.



**CORONAVIRUS, CRISI ECONOMICA E CROLLO DEL PIL: PER MDC PAGAMENTI ELETTRONICI SEMPRE PIÙ ESSENZIALI PER I CONSUMATORI ALLE PRESE CON LA FASE 2**

<<La pandemia del coronavirus ha dimostrato ancora una volta l’utilità e la necessità per l’economia e la spesa delle famiglie dei pagamenti digitali che hanno subito una accelerazione senza precedenti, proprio nei giorni più bui dell’emergenza sanitaria, superando le stime previste per il 2022”>>.

**Il Presidente del Movimento Difesa del Cittadino Francesco Luongo** non ha esitazione nel definire “essenziali” nuovi interventi del Governo a supporto della rivoluzione digitale nei pagamenti degli italiani, già certificata per il 2019 dal +55% nei pagamenti contactless e dal +109% nel mobile payment.

La speranza è che gli incentivi alla digitalizzazione del Paese, ai pagamenti elettronici e all’innovazione annunciati dal Presidente del Consiglio Conte non restino solo nelle slide del cosiddetto Recovery Plan.

Per l’associazione di consumatori, impegnata da anni sul tema dei pagamenti elettronici anche nell’ambito della coalizione “**Consumers For Digital Payments**”, l’attenzione non deve concentrarsi sulla cosiddetta “guerra al contante”, ma a porre in essere quanto necessario per garantire ai consumatori italiani la possibilità di pagare i propri acquisti sempre e comunque anche con carte di credito, bancomat, o il proprio smartphone.

Un diritto, purtroppo, ancora negato in troppi casi e del tutto privo di sanzioni per scoraggiare i furbetti del POS.

La lotta all’evasione è da sempre l’aspetto più importante per incentivare la moneta elettronica; secondo le ultime stime nel primo semestre del 2019 l’imponibile evaso in Italia è cresciuto del 3,8%, con punte record nel nord dove ha raggiunto il 5,1% per 181,4 miliardi, somma che l’Italia non può permettersi di perdere nella Fase 2 del Coronavirus, che causerà secondo Bankitalia un crollo del PIL dal 9% al 13%.

Paradossalmente, il COVID-19 ha

posto all'attenzione dell'opinione pubblica e delle istituzioni anche sul problema sanitario connesso alla manipolazione del contante, su cui si raccolgono virus e batteri di ogni genere e va sanificato.

Il Movimento Difesa del Cittadino aveva già richiesto a Febbraio a Bankitalia di ordinare alle banche la sanificazione delle banconote ed il loro ritiro e sostituzione nelle cosiddette "Zone Rosse", ad alto indice di contagio.

Per MDC, se si vogliono ridurre le possibilità di un ritorno del virus che darebbe il colpo di grazia alle famiglie, un importante aiuto potrebbe darlo la riduzione nell'uso del contante attraverso un impulso ai pagamenti da smartphone; i pagamenti via Smartphone e Wearable nel nostro Paese oggi valgono 3,1 miliardi di euro secondo i dati del Politecnico di Milano.

L'associazione di consumatori ribadisce comunque la necessità che l'intervento fondamentale per i cittadini sia una adeguata campagna di formazione ed informazione per i cittadini, altrimenti preda di raggiri e truffe che ne demoliranno ulteriormente la fiducia, crollata a maggio, secondo l'Istat, al valore più basso da dicembre 2013.



**"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.

## PROSEGUE L'IMPEGNO DI MDC PER LA DIFFUSIONE DELL'EDUCAZIONE AL CONSUMO CONSAPEVOLE E RESPONSABILE CON IL PROGETTO CONSUMER ANGELS

di Federica Deplano

Vice Presidente MDC



Il complesso periodo storico in cui viviamo si caratterizza per il fatto che sembra richiedere a tutti, su molte tema-

tiche, una risposta di lungo periodo ed un cambiamento netto su molti fronti. In quest'ottica, appare indispensabile in molti campi lo sviluppo diffuso e stabile di strumenti e di competenze necessarie per comprendere e compiere delle scelte di vita ottimali e ragionate, diffondendo un'informazione che vada a creare un'effettiva conoscenza e, quindi, la coscienza verso il presente e soprattutto verso il futuro, con conseguente piena consapevolezza dei propri diritti.

In un panorama che si caratterizza per la presenza di informazioni ed occasioni in continuo movimento e sempre maggiormente fruibili, si assiste ad una crescente necessità di fornire ai cittadini gli strumenti per muoversi con consapevolezza in un panorama sfaccettato.

Tale esigenza, lungi dall'essere meramente teorica, è fortemente sentita dal Movimento Difesa del

Cittadino in considerazione delle importanti ricadute che l'educazione al consumo responsabile crea nella vita quotidiana e sulla società, condizionando decisioni fondamentali per l'individuo e per le famiglie.

Da questo spunto nasce la riflessione profonda su una **educazione al consumo** effettiva, efficace, completa e che permetta a tutti di acquisire strumenti e competenze che portino a decisioni consapevoli sulla base di un'adeguata informazione, con comprensione approfondita ed effettiva della realtà, che ha condotto alla ideazione del **Progetto "Consumer Angels"**, finanziato dal **Mise con il DM 07/02/2018, in collaborazione con UNC e UDICON.**

A tal proposito, il **Presidente nazionale del Movimento Difesa del Cittadino Francesco Luongo**, osserva che *<<lungi da rincorrere campagne informative temporanee o promozionali, spesso tardive, incomplete o portate avanti con modalità tali da non garantire l'acquisizione di strumenti effettivi ed utili all'individuo per essere autonomo, ciò che dobbiamo perseguire con tutte le nostre forze è una **strategia nazionale con obiettivi ad ampio spettro**>>.*

Ed allora, aggiunge Luongo, *<<il Progetto che portiamo avanti insieme ad UNC ed UDICON deve essere condotto esattamente con la logica della creazione di una finestra stabile a disposizione dei nostri consumatori dalla quale permettere agli stessi di osservare in maniera critica e completa tutti gli strumenti di cui dispongono, dotando i medesimi di un bagaglio indispensabile e duraturo>>.*

L'esigenza è ancor più evidente se si pensa al fatto che ci muoviamo in una dimensione sempre maggior-

mente digitalizzata, caratterizzata da maggiori occasioni (e problematiche) con conseguente utilizzo di enormi quantità di dati personali, frutto dell'analisi delle scelte e delle preferenze ricavate dai *social media* e dai *big data*, che consentono un'attività di *moral suasion* persuasiva e surrettizia, che concorre a determinare i costumi degli individui ed una parte elevata degli scambi commerciali. In definitiva, scopo del Progetto ed idea di fondo di ogni azione è quella di raggiungere un ampio numero di persone le quali saranno in grado, mediante un'azione capillare, di dare giudizi indipendenti ed autorevoli. Questo lavoro costituirà la base per dotare i nostri consumatori di un antidoto per la diffusione di prodotti scadenti, contratti ingannevoli, investimenti rischiosi, interpretazioni fallaci e, in generale, contro la regressione sociale e le truffe. Se la diffusione della cultura e dell'educazione al consumo tra la popolazione sarà ampia, ciò tutelerà tutti i soggetti, anche quelli più deboli e a rischio.

L'esigenza è chiara e precisa e deve trovare risposte precise nel brevissimo periodo: è prioritario impegnarsi in maniera capillare e strutturata per promuovere politiche di educazione che permettano di formare cittadini informati e preparati alla sfida di una crescita culturale inclusiva.



CONSUMER  
ANGELS

OGNI GIORNO ACCANTO A TE

# UN'ALTRA IMPORTANTE CONQUISTA PER I CONSUMATORI: ANCHE "L'INFLUENCER MARKETING" DEVE RISPETTARE I PRINCIPI DI TRASPARENZA E CHIAREZZA NELL'INFORMAZIONE E NEI RAPPORTI CONTRATTUALI

di Irene Coppola



Facebook, Instagram, TikTok, Youtube: sono solo alcuni dei canali che offrono, oramai, esperienze anche di "digital

marketing", consentendo ai consumatori (nella maggior parte dei casi giovani o giovanissimi), incoraggiati e motivati da post, video, commenti o foto di noti blogger/influencer, ad acquistare direttamente i prodotti da costoro sponsorizzati – e ciò con non poche insidie.

Ingolositi dai numeri del fenomeno e dalla crescita esponenziale degli acquisti di alcuni brand, le aziende hanno quindi deciso di sfruttare il potenziale di questi strumenti digitali, tanto da cambiare radicalmente il proprio modo di fare pubblicità e di commercializzare i prodotti, ma con buona pace, spesso – più o meno volutamente – della necessaria trasparenza e chiarezza nei rapporti commerciali, elemento imprescindibile per la tutela degli utenti finali.

Non stupisce quindi che l'AGCM (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato), monitorando l'evoluzione di questo nuovo fenomeno dell'**influencer marketing** e dell'effetto pubblicitario che genera sugli

utenti, abbia "invitato" le società che se ne servono, a garantire **ai consumatori la massima trasparenza e chiarezza** sull'eventuale contenuto pubblicitario di tali comunicazioni.

Cultura della trasparenza e della chiarezza su contenuti e su rapporti commerciali con i consumatori, che MDC non smette di diffondere anche e soprattutto attraverso campagne *ad hoc*, come quelle oggetto di "*Consumer Angels*", progetto finanziato dal Mise con il DM 07/02/2018, in collaborazione con UNC e UDICON, volto a formare ed informare il pubblico su come difendersi dalle insidie del mercato, anche digitale, e su come approcciarsi ai nuovi strumenti di acquisto, in maniera sempre più accorta, aggiornata e consapevole.

Dopo la "bacchettata" di AGCM, alcune società hanno deciso di aderire all'invito di rendere le proprie strategie pubblicitarie più trasparenti e attente al pubblico dei consumatori, e di introdurre nuove forme di rapporti contrattuali, più semplici e chiare da comprendere e da mettere in pratica.

Barilla, ad esempio, ha deciso di diffondere delle specifiche linee guida, che hanno ad oggetto semplici regole di condotta e di ingaggio di influencer, al fine di garantire massima trasparenza in ogni loro comunicazione.

Queste linee guida (solo per citarne alcune) prevedono obblighi di trasparenza della pubblicità; avvisi al consumatore che sta fruendo di contenuti sponsorizzati da un influencer; chiare prescrizioni sui modelli contrattuali con gli influencer e con le agenzie; clausole standard con meccanismi di deterrenza e sanzionatori in caso di violazioni (etc): impegni questi tali da fornire – per AGCM – ai consumatori, un quadro informativo sufficientemente completo e accurato, della natura delle comunicazioni e dell'operato di tali blogger/influencer.

Non si può dimenticare infatti che il Codice del consumo, all'art. 2, com-

ma 2, lett. c), prevede che "i consumatori hanno diritto ad un'adeguata informazione e ad una corretta pubblicità" ed ancora, alla lettera e), "alla correttezza, alla trasparenza ed all'equità nei rapporti contrattuali". Inoltre, l'art. 5, comma 3, prevede che "le informazioni al consumatore, da chiunque provengano, devono essere adeguate alla tecnica di comunicazione impiegata ed espresse in modo chiaro e comprensibile, tenuto conto anche delle modalità di conclusione del contratto o delle caratteristiche del settore, tali da assicurare la consapevolezza del consumatore."

I social costituiscono dunque, nell'odierno panorama, uno strumento potentissimo per influenzare e indirizzare le scelte d'acquisto dei consumatori, soprattutto dei più giovani, che, grazie alla rapidità e alla semplicità con cui si può procedere all'ordine di un prodotto, talvolta dimenticano che dietro quel rapido click, si nasconde un vero e proprio contratto, con specifiche regole e caratteristiche.

*"La facilità di accesso all'e-commerce e l'apparente semplificazione delle modalità di acquisto - come ci ricorda il **Presidente MDC, Francesco Luongo** - non deve mai far venire meno nel consumatore la consapevolezza circa i propri diritti, nonché la necessaria attenzione a che il venditore rispetti le norme imposte sia dal codice del Consumo che dalle direttive Ue, ad esempio in tema di diritto alla correttezza, alla trasparenza e all'equità nei rapporti contrattuali. Il professionista/venditore dovrà infatti, anche in caso di acquisti on line, predisporre e formulare contratti in modo chiaro e comprensibile, completo e leggibile, nel rispetto della clausola di buona fede e con contenuti "giusti", ovvero equi per entrambe le parti. Il consumatore deve sempre essere messo nelle condizioni di valutare liberamente e consapevolmente la convenienza e l'opportunità della contrattazione, assumendosene i relativi rischi, tanto più in una realtà virtuale dove le modalità di espressione del proprio libero e informato consenso*

*sono assai insidiose*”. I contratti di e-commerce costituiscono una tipologia di contratti a distanza, con ciò che ne consegue in termini, principalmente, di recesso e di termini in cui azionare tale facoltà. L’articolo 13 del Dlgs 70/2003, infatti, prevede che al consumatore debba essere recapitata per via telematica una copia dell’ordine, e che il contratto si conclude solo quando tale ricezione sia avvenuta. Ciò al fine di renderlo edotto sul significato giuridico della propria scelta anche al fine di operare un eventuale recesso.

Il diritto a una adeguata informazione consiste dunque nell’utilizzo di tecniche di comunicazione e di espressione chiare e comprensibili, che permettano al consumatore di agire con consapevolezza soprattutto in tema di sicurezza, composizione e qualità dei prodotti. Ad esso si accompagna il diritto all’esercizio delle pratiche commerciali secondo i principi di buona fede, correttezza e lealtà, ovvero l’obbligo di non fornire al consumatore indicazioni che possano alterare sensibilmente la sua capacità di scelta, inducendolo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso. Per chi si appresta dunque ad effettuare acquisti via web, alcune buone regole dovrebbero essere sempre adoperate.

Innanzitutto, un consumatore accorto deve valutare l’esistenza, sul sito del venditore, di uno specifico documento che contenga tutte le condizioni generali che disciplinano il rapporto contrattuale (sia che si tratti di vendita di prodotto che di fornitura di servizio).

Tale documento deve poter essere facilmente rinvenibile; deve avere un contenuto chiaro, semplice e comprensibile; non deve prevedere (in caso contrario non avrebbero effetto, salvo che non siano espressamente approvate) limitazioni alla responsabilità del venditore, alla facoltà di recedere dal contratto o di sospenderne l’esecuzione; clausole che pongono a carico del contraente

decadenze e limitazioni alla facoltà di opporre eccezioni, restrizioni alla libertà contrattuale nei rapporti coi terzi, ovvero che impongono tacita proroga o rinnovazione del contratto; clausole compromissorie o deroghe alla competenza dell’autorità giudiziaria.

Il consumatore deve poter inoltre individuare, in maniera semplice, caratteristiche principali di beni e servizi; prezzi comprensivi di imposte o spese aggiuntive; identità del professionista con suoi dati di contatto; modalità di pagamenti; date di consegna, durata ed esecuzione del contratto; garanzie e diritto di recesso; modalità di risoluzione.

Alla conclusione dell’accordo, poi, il professionista dovrà consegnare una copia del contratto firmato.



## **GLI EFFETTI DEL LOCKDOWN SULLA SALUTE E L'AUMENTO DEL RISCHIO OBESITÀ. L'IMPEGNO DI MDC CON IL PROGETTO "CONSUMER ANGELS"**

di Irene Coppola

Una ricerca dell'università di Buffalo, di fresca pubblicazione sulla rivista Obesity, e condotta in collaborazione l'università di Verona, ha evidenziato come, tra i vari effetti del lockdown, vi sia anche il peggioramento dello stato di salute dei bambini/adolescenti, connesso all'aumento

del rischio di obesità (l'esame ha riguardato, più nello specifico, 41 bambini in sovrappeso, rimasti in isolamento nei mesi di marzo e aprile a Verona).

La chiusura forzata in casa, a discapito dell'attività fisica e del movimento all'aperto, ha costretto molti bambini e adolescenti a passare un tempo maggiore davanti a tablet, videogiochi, pc e televisione, incrementando anche spuntini e numero di pasti durante l'arco della giornata. Secondo lo studio effettuato, infatti, questi giovani pazienti hanno in parte mutato, durante la quarantena, le proprie abitudini di vita rispetto all'anno precedente, tendendo a introdurre un pasto in più durante la giornata – nella maggior parte dei casi "merendine", cibi "spazzatura" e bevande zuccherate –, a dormire almeno mezz'ora di più e a trascorrere ben cinque ore in più al giorno davanti allo schermo.

Per uno dei ricercatori ed esperto di obesità infantile, Myles Faith, il rischio più serio è che "il peso acquisito durante queste settimane potrebbe non essere facilmente reversibile": dato questo che potrebbe contribuire, nel corso della vita di questi soggetti, ad aumentare il rischio di obesità e di malattie a tale stato connesse.

Preoccupazione pienamente condivisa e particolarmente a cuore a MDC che, da sempre coinvolto nella prevenzione e nella tutela della salute dei consumatori – comunque la si voglia intendere, ovvero sia come salute alimentare, fisica che come benessere psichico e psicologico – ha oggi intrapreso numerose campagne informative, nonché un importante progetto "Consumer Angels", finanziato dal Mise con il DM 07/02/2018, in collaborazione con UNC e UDICON, il cui obiettivo è quello di sensibilizzare i consumatori, soprattutto giovani e adolescenti, su delicati argomenti connessi all'alimentazione, alla ludopatia e al cyberbullismo, alla sicurezza nell'uso degli strumenti

informatici e telematici (solo per citarne alcuni). Pertanto il tema dell'obesità giovanile, poiché strettamente connesso al tema della salute e della sicurezza dell'alimentazione, non può che toccare da vicino il Movimento, spingendolo a sensibilizzare, con sempre crescendo impegno, il vasto pubblico di giovani e adolescenti affinché comprendano l'importanza – personale e sociale – di un corretto stile vita e di una corretta scelta alimentare.

Ma cerchiamo di comprendere cosa sia e cosa debba intendersi per obesità giovanile e quali siano i rischi derivanti da tale condizione.

L'obesità – uno dei principali problemi di salute pubblica a livello mondiale – non è altro che un eccessivo accumulo di grasso corporeo da cui scaturisce un serio e importante rischio di sviluppare, in età adulta ma non solo, svariate malattie croniche.

Essa è generalmente causata da stili di vita scorretti, come alimentazione ipercalorica e ridotta attività fisica e, quando si manifesta in età infantile, quasi sicuramente permarrà in età adulta, portando all'insorgenza di problemi di salute fisica quali il diabete di tipo 2, malattie cardiovascolari, problemi muscoloscheletrici, dolori articolari e muscolari, ridotta mobilità e problemi di postura, apnea ostruttiva del sonno, asma e pubertà anticipata.

Sovrappeso e obesità rappresentano il quinto più importante fattore di rischio per mortalità globale e sempre di più, purtroppo, coinvolgono giovani e giovanissimi: già nel 2011 si stimavano essere in sovrappeso oltre 40 milioni di bambini, al di sotto dei 5 anni.

Un dato che non può lasciare indifferenti e che merita di essere reso noto, con campagne informative dirette e chiare, proprio verso quel pubblico di giovani e giovanissimi che, se ben istruiti ed educati, con piccoli accorgimenti, possono prevenire seri danni alla loro salute

e alla loro vita di adulti, evitando una serie di gravose ripercussioni, anche di natura psicologica e relazionale, che possono portare ad un peggioramento della propria qualità di vita e, persino, incidere in maniera significata sulla spesa della sanità pubblica.

Un problema sicuramente connesso al tema dell'obesità, da non sminuire e ridimensionare nella sua gravità, è senza dubbio quello delle conseguenze sociali che tale condizione genera sullo stato di salute psicofisica del giovane o del bambino che ne soffre.

Tra gli effetti diretti, più facilmente percepibili – ma non per questo meno pericolosi – ritroviamo sicuramente la stigmatizzazione, la discriminazione e il bullismo che possono portare allo sviluppo di una ridotta autostima, ad un basso rendimento scolastico, al senso di colpa, frustrazione e impotenza, fino alla depressione.

Come più volte ribadito dal Presidente onorario di MDC, Antonio Longo *"L'obesità è sì, prima di tutto, un problema medico, ma le ripercussioni di natura psicologica e sociali connesse a tale problematica risultano spesso più gravi e stigmatizzanti, se non addirittura invalidanti, rispetto all'aspetto puramente clinico. Proprio per tale ragione, consapevoli dell'importanza di diffondere tra i giovani una cultura della salute e della prevenzione a 360° gradi, noi di MDC ci stiamo impegnando attivamente e sotto più fronti per aiutare questi adolescenti ad acquisire un bagaglio informativo e conoscitivo – attraverso campagne informative, testi facilmente comprensibili, brochure, corsi di formazione – necessario per affrontare determinate problematiche e superarle, in maniera consapevole e strutturata. Far comprendere ad un giovane che l'obesità non è una condanna a vita, e che piccole regole di vita servono e aiutano a ritrovare un benessere generale e a mantenerlo nel tempo, significa non solo migliorare la vita di quel giovane, che sarà più sicuro di sé e sempre più inserito nel suo contesto sociale e relazionale, ma altresì renderlo un consu-*

*matore attento anche ai prodotti che acquista, alla filiera e alla sicurezza alimentare, a tutte le tematiche annesse alla salute sotto ogni sfaccettatura; insomma un cittadino sempre più responsabilizzato e orientato al benessere di sé e degli altri".*

Gli strumenti per prevenire il rischio che bambini e adolescenti possano sviluppare condizioni di sovrappeso e obesità, sono quelli dettati innanzitutto dal buon senso e dalla misura. Trattandosi infatti di fenomeni che nascono e si sviluppano, in primis, nel contesto familiare, è importante responsabilizzare i genitori e i familiari sul fatto che se non si interviene in modo adeguato sin dagli esordi, ovvero da quando si manifesta il primo stato di sovrappeso, la situazione potrebbe non risolversi in maniera autonoma, ma anzi peggiorare.

Dunque tutto il nucleo familiare dovrà promuovere, facendosi parte attiva, uno stile di vita sano, in cui si svolgano – possibilmente insieme – attività sportive e all'aperto, pasti regolari, dieta congrua e sana; abolendo il più possibile prodotti ipercalorici, bevande gassate e in generale, cibo spazzatura.

Di altrettanta importanza è senza ombra di dubbio anche il contesto scolastico, sia per quanto attiene il servizio di mensa, attraverso l'introduzione di diete equilibrate e bilanciate, che dal punto di vista didattico, con l'incremento di attività, l'inserimento di lezioni dedicate

all'educazione alimentare e la possibilità di richiedere un supporto e un'assistenza psicologica qualora dietro al disturbo alimentare, si nascondano problematiche di altra natura.

Infine, di grande aiuto, sono sicuramente le campagne informative, attraverso i canali social, in cui veicolare più facilmente al giovane pubblico di adolescenti e ragazzi, il messaggio che la salute – in ogni sua espressione – è una cosa seria: messaggio che MDC, con grande impegno e atten-

zione, non si stanca mai di diffondere.



## UN "EFFETTO COLLATERALE" DEL CORONAVIRUS: L'AUMENTO, DURANTE IL LOCKDOWN, DELLE RICHIESTE AIUTO DA PARTE DI "LUDOPATICI". IL PROGETTO "CONSUMER ANGELS" E L'INFORMAZIONE SUI RISCHI DELLA LUDOPATIA

di Irene Coppola

Se il lockdown ha comportato, da una parte, il blocco della maggior parte delle attività commerciali (comprese sale slot, centri scommesse e sospensione delle lotterie etc), dall'altra però non ha interrotto né ridotto – ma anzi ne ha favorito la crescita – il flusso delle giocate e, di conseguenza, il manifestarsi di serie dipendenze, quali quella dal gioco d'azzardo.

Il numero di quanti, durante la pandemia, si è infatti avvicinato al mondo del gioco d'azzardo *on line* è cresciuto in maniera esponenziale - anche in ragione della accresciuta possibilità di accedere, comodamente da casa propria e con maggior tempo libero a disposizione - a siti di scommesse. Di pari passo, però, secondo le stime dell'Istituto Superiore di Sanità, è cresciuto anche il numero di coloro che, presa consapevolezza del proprio disagio psicologico, si sono rivolti al numero verde nazionale, istituito

per le problematiche legate al Gioco d'Azzardo, per chiedere un sostegno.

L'impossibilità di giocare e i correlati livelli di stress, di inquietudine, di aggressività – amplificati dalla chiusura forzata nelle proprie abitazioni, in solitudine o con i familiari – hanno infatti portato molti giocatori, in crisi di astinenza, a scoprire e prendere atto della gravità della propria condizione e della dipendenza al gioco d'azzardo, rivolgendosi a strutture di supporto per iniziare dei percorsi di recupero.

Quello della dipendenza da gioco d'azzardo è un fenomeno tutt'altro che marginale, visti i numeri presentati lo scorso anno dall'Osservatorio nazionale in Parlamento, se solo si pensa che in Italia si stimano 8/10 milioni di giocatori d'azzardo, e quasi un milione e mezzo di malati di ludopatia, con diagnosi accertata di dipendenza patologica.

Di questi giocatori, moltissimi, purtroppo sono gli adolescenti dagli 11 ai 19 anni che – principalmente - scommettono *on line*; si recano nei centri scommesse (pur essendo vietato); giocano nelle sale slot o tentano la fortuna al gratta e vinci: problema talvolta sottostimato e sottovalutato dagli stessi genitori che non percepiscono o trascurano alcuni gravi segnali d'allarme o che non sono adeguatamente informati sul fenomeno dilagante della ludopatia.

Proprio in virtù dei dati allarmanti sull'espansione di questa realtà tra i giovani ed i giovanissimi, il Movimento difesa del cittadino ha ritenuto di prioritaria importanza aderire al progetto "**Consumer Angels**", finanziato dal Mise con il DM 07/02/2018, in collaborazione con UNC e UDICON, con l'obiettivo di sensibilizzare i consumatori, ed in particolare gli adolescenti, su tematiche particolarmente delicate, prime tra tutte la **tutela della salute** in ogni sua sfaccettatura, sia in senso strettamente fisico che come benessere psichico e psicologico.

Il progetto si propone dunque di informare e formare un pubblico sempre più vasto, su temi importanti come l'educazione alimentare, il cyberbullismo, la ludopatia, la sicurezza degli acquisti anche in rete (solo per citarne alcuni) ed MDC ha messo in atto una serie di attività e di campagne informative per diffondere, in maniera chiara e mirata, la cultura del "sapere e dell'agire consapevolmente" sia come consumatori che, soprattutto, come cittadini.

Come ha ricordato in diversi interventi il **Presidente nazionale di MDC, Francesco Luongo**, "*il gioco d'azzardo è una piaga del nostro tempo, che necessita di essere affrontata e combattuta in tempo, soprattutto nei più giovani, abituati ad utilizzare, talvolta senza alcun controllo, giochi on line (sugli smartphone) che prevedono una corrispondente vincita al superamento di certi livelli o gradi di difficoltà. Se nei più piccoli si innesca l'abitudine al binomio gioco-vincita, il passaggio al gioco d'azzardo on line potrebbe essere quasi naturale, non essendoci alcun tipo di percezione del rischio o di pericolosità in tali comportamenti. E ciò tanto più in un mondo virtuale dove le opportunità di avvicinarsi alle scommesse sono incentivate da pubblicità allettanti e da promesse di facili vincite che alterano, ovvero annullano, la libertà di scelta o la capacità di discernimento. Per molti ragazzi, inoltre, il fatto di poter scommettere direttamente dal proprio smartphone, in maniera istantanea, e vedendo il risultato in tempo reale, porta a superare ulteriormente la percezione della pericolosità di quel modo di agire, che viene visto al pari di un qualunque passatempo non solo innocuo ma altresì adrenalinico. Per questo appare fondamentale parlare chiaro ai più giovani affinché comprendano che il passo dal gioco per noia alla dipendenza è davvero breve e che le ripercussioni sulla vita sociale, lavorativa e personale possono essere serie e gravose. In parole semplici, il gioco d'azzardo è un problema di salute pubblica che coinvolge tante persone, di ogni età ed estrazione sociale, e che riguarda non solo il singolo giocatore,*



ma anche la sua famiglia e l'intera comunità".

La ludopatia è una vera e propria patologia che rientra nelle cosiddette nuove dipendenze o *new addiction* e nei giovani, in molti casi, ha sostituito la dipendenza da sostanze psicotrope. La dipendenza dal gioco d'azzardo comporta nei giocatori di qualsiasi fascia d'età la perdita di controllo sull'abitudine e l'assunzione di comportamenti disfunzionali e aggressivi.

Al giocatore patologico generalmente non interessa il gioco in sé ma il senso di evasione e l'adrenalina che quel comportamento gli procura; prova un bisogno irrefrenabile di provare forti sensazioni ed emozioni attraverso il gioco/scommessa. L'ossessione per il gioco è spesso accompagnata da alterazione del comportamento e dell'umore, da stati di euforia eccessiva che si alternano a crisi depressive.

I giovani – generalmente under 15 – spesso si avvicinano al gioco d'azzardo per curiosità, divertimento, noia, facilità di accesso o perché spinti da pubblicità viste in tv, su giornali o sui social. I primi segnali di allarme a cui prestare attenzione sono, generalmente, cambiamenti di atteggiamenti nella quotidianità, cambi di umore, irritabilità e aggressività. Spesso i ragazzi diventano apatici, irrequieti e irritabili; modificano le abitudini alimentari, di igiene, del sonno; tendono a giocare di nascosto; a litigare con i genitori; ad avere esplosioni di rabbia e a trascurare la scuola, lo sport e le relazioni sociali. Per prevenire il dilagare del fenomeno dunque, **MDC** sta portando avanti con impegno e chiarezza una complessa attività di informazione e di educazione al "gioco", attraverso pubblicazioni, articoli, brochure, campagne mediatiche sulla prevenzione ed il trattamento della dipendenza da gioco d'azzardo, sui sintomi e sui campanelli di allarme da tenere in considerazione e ciò al fine di aumentare la consapevolezza, sia nei giovani che nelle loro famiglie,

sulle problematiche ripercussioni che tali dipendenze hanno nella vita personale, sociale e lavorativa del giocatore, nonché di diffondere "la cultura del gioco misurato, responsabile e consapevole".



## PROGETTO PLUS: IL SEMINARIO FINALE

IL PROGETTO,  
PROMOSSO DALL'UNIONE  
ITALIANA LOTTA ALLA  
DISTROFIA MUSCOLARE  
SI AVVIA VERSO LA SUA  
FASE FINALE CON IL  
SEMINARIO

"PLUS: DAL PROGETTO  
ALL'AUTONOMIA  
DELLE PERSONE CON  
DISABILITÀ"

Si svolgerà martedì 30 giugno il seminario di chiusura del progetto "PLUS: Per un lavoro utile e sociale", promosso da UILDM - Unione Italiana Lotta alla Distrofia Muscolare.

Il seminario, dal titolo "PLUS: dal progetto all'autonomia delle persone con disabilità", si svolgerà in modalità online alle ore 10 e vedrà la presenza di tutti i soggetti che hanno partecipato al progetto: il presidente nazionale UILDM Marco

Rasconi, le tre associazioni partner Movimento Difesa del Cittadino, Associazione Atlantis 27 e Anas Puglia – Associazione Nazionale di Azione Sociale e i beneficiari, persone con disabilità dai 18 ai 40 anni, che in questi mesi sono stati coinvolti nei percorsi di formazione e inserimento lavorativo. Si tratterà di un momento di confronto che intende fare sintesi di un percorso avviato nel 2018 e rilanciare riflessioni e stimoli in tema di inclusione lavorativa delle persone con disabilità.

*"Con questo progetto - commenta Marco Rasconi, presidente nazionale UILDM - ci impegniamo su uno dei fronti che, da sempre, è essenziale per le nostre azioni: l'avviamento di percorsi per il raggiungimento dell'autonomia delle persone con disabilità attraverso l'inclusione lavorativa. Il lavoro è un diritto fondamentale: grazie al progetto PLUS abbiamo offerto ai partecipanti strumenti e conoscenze utili per affrontare il mondo del lavoro".*

Il seminario sarà preceduto dall'ultimo step formativo previsto, che ha come obiettivo la condivisione delle competenze acquisite dai beneficiari durante l'intero percorso. Ciascun partecipante sarà chiamato a redigere un elaborato contenente tutti i dettagli sul tipo di attività svolta, con considerazioni e riflessioni.

**IL PROGETTO PLUS**  
[www.progettoplus.it](http://www.progettoplus.it)

Il progetto 'PLUS': Per un lavoro utile e sociale", è un progetto di inclusione socio-lavorativa per le persone con disabilità che ha vinto il primo bando "unico" previsto dalla riforma del Terzo Settore, emesso nel novembre 2017 e finanziato dal Ministero del lavoro e delle politiche sociali.

Il progetto, promosso da UILDM - Unione Italiana Lotta alla Distrofia Muscolare - insieme ai partner Movimento Difesa del Cittadino, Associazione Atlantis 27 e Anas Puglia – Associazione Nazionale di Azione Sociale, intende migliorare

la qualità di vita delle persone con disabilità favorendo e promuovendo l'inserimento lavorativo, sociale e territoriale attraverso un percorso di orientamento, formazione e job coaching.

La prima fase del progetto ha previsto la formazione in aula di 40 ore, si è conclusa a febbraio 2019 e ha visto gli 80 partecipanti approfondire diverse tematiche: dalla sicurezza sul lavoro all'organizzazione del lavoro, dalla sociologia della comunicazione alle tecniche di ricerca attiva del lavoro.

Successivamente, a luglio 2019, **è partita la formazione pratica della durata di 30 ore all'interno di imprese, cooperative ed enti pubblici dislocati sul territorio nazionale.** Le attività proposte sono state individuate analizzando e valorizzando le caratteristiche della persona, le sue aspirazioni e bisogni, i percorsi personali, le qualifiche ed esperienze professionali, i titoli di studio.

A partire dal mese di novembre 2019 sono stati attivati **16 sportelli** gestiti da 23 partecipanti al progetto per offrire informazioni e supporto sui servizi socio-assistenziali del territorio. Gli sportelli, situati in 16 regioni italiane, sono stati un punto di riferimento per richieste in ambito di inserimento lavorativo e segretariato sociale a partire dall'ascolto dei bisogni specifici della persona.

Gli altri 67 partecipanti, sempre a partire da novembre 2019, hanno proseguito il loro percorso di inserimento lavorativo.

#### PROFILO PARTECIPANTI E AZIENDE

I partecipanti del progetto PLUS sono persone con **diversi tipi di disabilità, fisica e sensoriale, il 40 % donne e il 60 % uomini** provenienti da 16 regioni Italiane: Abruzzo, Calabria, Campania, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte, Puglia, Sardegna, Sicilia, Toscana,

Trentino Alto Adige e Veneto. **L'età media complessiva è di 29,8 anni.** La maggioranza ha la licenza media superiore o una laurea e ha già avuto esperienze lavorative.

Diverse le aziende che hanno aderito al progetto offrendo ai partecipanti la possibilità di intraprendere il percorso di formazione pratica: cooperative sociali, enti pubblici, associazioni di volontariato, società di consulenza e formazione, aziende agricole, istituti scolastici, panifici, ristoranti/pizzerie, pasticcerie, saloni di bellezza, e altre ancora.

Diverse anche le mansioni: dalle attività amministrative e di segreteria alle attività di servizio al pubblico, da aiuto pasticcere a cameriere, da banconista a bibliotecario ad addetto alle vendite.

#### I NUMERI DELLA DISABILITÀ IN ITALIA

In Italia si stima che siano circa 4 milioni 360 mila le persone che hanno una disabilità, cioè il 7,2% della popolazione.

*Secondo i dati presentati nel volume "Conoscere il mondo della disabilità" dell'ISTAT, è occupato solo il 31,3% delle persone tra i 15 e i 64 anni con limitazioni gravi contro il 57,8% delle persone senza limitazioni, nella stessa fascia di età. Lo svantaggio è ancora più netto per la componente femminile – risulta occupata solo il 26,7% delle femmine con disabilità mentre per i maschi la quota sale al 36,3%.*



## INTERVISTA A STEFANO MEI

di Barbara Gualtieri

Presidente MDC Firenze



Stefano Mei non necessita presentazioni né per gli appassionati di atletica, per gli sportivi in generale e per gli

italiani, il cui nome ha portato in alto nelle competizioni nazionali e Internazionali di maggior prestigio. Il suo impegno per l'Atletica Italiana continua come dirigente propositivo e concludente con la recente formulazione di proposte costruttive al Consiglio Federale Fidal, per contribuire alla ricerca di soluzioni immediate ed utili al mondo dell'atletica italiana in questo momento storico senza precedenti.

A fronte delle quali spiace constatare che le misure messe in campo a sostegno delle società siano così esigue. Stefano crede, e noi con lui, che la stragrande maggioranza delle società di atletica abbia bisogno di aiuto ora e non tra cinque mesi, o più e con risorse vere pena la sparizione definitiva di tante società di atletica, e quindi di possibili atleti o campioni, di un settore fondamentale non solo per lo sport ma anche per l'educazione dei giovani.

Sarebbe un momento gravemente buio per l'Italia, un segnale pessimo che va ben oltre la pista e il cronometro.



Anno	Manifestazione	Sede	Evento	Risultato	Prestazione	Note
1984	Giochi olimpici	 Los Angeles	1500 m piani	Semifinale	3'37"96	
1985	Europei indoor	 Il Pireo	1500 m piani	7°	3'41"26	
	Universiadi	 Kōbe	5000 m piani	 Oro	13'56"48	
1986	Europei indoor	 Madrid	3000 m piani	 Argento	7'59"12	
	Europei	 Stoccarda	5000 m piani	 Argento	13'11"57	
			10000 m piani	 Oro	27'56"79	
1988	Giochi olimpici	 Seul	5000 m piani	7°	13'26"17	
1989	Mondiali indoor	 Budapest	3000 m piani	8°	7'53"73	
	Universiadi	 Duisburg	5000 m piani	 Oro	13'39"04	
1990	Europei	 Spalato	5000 m piani	7°	13'27"13	
			10000 m piani	 Bronzo	28'04"46	

Fonte: Wikipedia

**Stefano, in parole semplici anche x i non addetti, cosa ritieni corretto debba essere fatto?**

A mio avviso e ad avviso del mio gruppo le risorse economiche si dovrebbero rivolgere e dovrebbero essere devolute alle società di atletica affinché non si parli di ripartenza solo in maniera teorica: se le società non hanno risorse per sostenere i costi di gestione non è possibile pontificare, parlare, organizzare e gestire gare di sorta, men che meno campionati italiani, coppe e quant'altro viene teorizzato. Resterebbero solo intenti e lettera morta. Non si può contare esclusivamente sul volontariato nell'atletica.

**Quanto impegno serio vedi nella federazione così come attualmente rappresentata?**

Ognuno di noi parte con un obiettivo, con una visione dell'atletica: la visione dell'attuale Presidente Alfio Giomi era ab origine quella di rivoluzionare l'atletica e la mission era ottenere risultati risparmiando, facendo quadrare i bilanci.

Viste le medaglie degli ultimi 8 anni (escludiamo Tokio tutto da disputare) il fallimento è abbastanza evidente: per sei anni su sette è prevalso il deficit

di bilancio. Ci sono stati dei risultati interessanti, alcuni ottimi atleti, ma non una progressione ascrivibile alla progettazione della Fidal.

I risultati giovanili che tanto hanno costituito fiore all'occhiello e vanto ci sono sempre stati, già negli anni 80-90-2000. In realtà forse è sceso un pochino il livello europeo complessivo per cui i risultati italiani ultimi emergono con brillantezza ed evidenza.



**Ci sono margini per tornare allo splendore degli anni 80-90 come materiale umano dal punto di vista dirigenziale e atletico (atleti e allenatori)?**

I margini per tornare a certi risultati

brillanti quali quelli degli anni 80 90 ci potrebbero essere ma è più difficile oggi ottenere risultati i di vertice come vincere le olimpiadi o i mondiali o gli europei; gli avversari sono i più numerosi, il talento si è spalmato su più territori nel mondo. a Me piacerebbe e vorrei vedere una atletica italiana viva,

brillante che se porta un certo numero di atleti nelle manifestazioni di rilievo internazionale ne vede una parte interessante che emerge e guadagna la finale; i finalisti ultimamente sono sempre pochi in relazione al potere economico della federazione italiana. Sarebbe necessario riuscire aumentare il numero dei finalisti.

Avendo presente che oltre la finale, per vincere una medaglia non occorre fortuna, occorrono in primis una corretta programmazione e poi dei talenti veri.

E soprattutto saperli gestire.

L'Italia non ha dato prova in questi otto anni di saper gestire i talenti individuati.

**C'è idoneo reclutamento tramite le scuole medie e superiori come quando venivamo indirizzati dai professori a fare i giochi della gioventù?**

Non c'è un idoneo reclutamento, a causa

del cambiamento epocale verificatosi da quando la scuola si è "chiamata fuori dallo sport": è ovvio che negli anni 70-80 il reclutamento effettuato nei compi sopporti i delle scuole medie era un bacino notevolissimo di grandi risorse.

Oggi sarebbe opportuno prevedere progetti per i quali le società che dimostrano di saper lavorare bene col settore giovanile possano essere insignite di un titolo che ne valorizzi questa capacità fondamentale e preziosa con questa "patente" e con un giusto contributo e risorse fare in modo che queste società entrino nella scuola e vengano loro assicurati dei contributi affinché nei mesi primaverili per esempio da marzo a maggio istituire la possibilità di creare gruppi sportivi per le scuole.

La federazione dovrebbe farsi carico dei compensi da erogare agli allenatori che andrebbero ad allenare appunto in questi campus estivi scolastici.

Ringrazio Stefano Mei, chiaro illuminante e propositivo, con l'auspicio di migliori e più numerosi risultati in capo a sempre un maggior numero di atleti.

## MDC LAZIO

Prosegue il progetto "Salute in tour" ([www.saluteintour.it/](http://www.saluteintour.it/)) realizzato da MDC Lazio e ASSOCONSUM Regionale Lazio, con il patrocinio della Regione Lazio. Il progetto, che affronta il tema dei Diritti sanitari e dipendenze, è un percorso formativo che si articola in 5 giornate a cui partecipano i legali di MDC delle sedi del Lazio ed illustri autorità, come il Segretario generale del Ministero della Salute, rappresentanti di FEDERFARMA Servizi e docenti universitari, ecc.

Ecco il link per seguire tutti gli eventi: (<https://www.facebook.com/saluteintour/>)



## MDC FRIULI VENEZIA GIULIA

Avvio procedura veloce di erogazione  
Indennizzi Fondo Risparmiatori  
CONSAP

### **INVITO AD ADERIRE ALLE AZIONI COLLETTIVE RISARCITORIE CONTRO EX AMMINISTRATORI, SINDACI, SOCIETÀ DI REVISIONE, E TUTTI I SOGGETTI TERZI CORRESPONSABILI DEL DEFAULT DELLE POPOLARI VENETE**

Il g. 18 Giu. u.s., si è conclusa la presentazione delle istanze di indennizzo sul portale del FIR. Sono stati concessi 10 mesi di tempo ai Risparmiatori, con l'ultima proroga di 60 gg., per formalizzare le istanze, giungendo, per tutte le Popolari in default "gli aventi diritto erano complessivamente ca. 320mila risparmiatori", a circa 144 mila domande registrate ed inoltrate (circa 18 mila sono state compilate nel corso delle ultime 4 settimane con un picco, dell'ultimo giorno utile, per oltre 4.000 domande, con il buon esito della procedura informatica!).

Il Presidente Gianfranco Servello ha convocato, nella giornata odierna, la Commissione Tecnica FIR in modo tale da avviare tempestivamente il processo di verifica delle istanze, ossia quest'ultima procederà parallelamente alla verifica dei dati di reddito e patrimonio e contemporaneamente alla valutazione delle istruttorie, che per velocizzare le attività è stata

distinta in tre sottocommissioni!. Rimarchiamo che per le domande presentate, anche se alcune di esse incomplete, (Banca Intesa SanPaolo ha ritardato la consegna della documentazione necessaria per la domanda al Fir nonostante ultimamente la Task Force abbia velocizzato la consegna della documentazione ) potrà essere richiesta l'integrazione documentale al momento del concreto esame della domanda, la quale dovrà essere esibita entro 60 gg. dalla data di avvenuta ricezione della richiesta da parte della Segreteria Tecnica Consap.

Il 94% delle domande riguardano le "azioni" ed il 6% le "obbligazioni subordinate", l'88% è riferita alla procedura forfettaria "semplificata" mentre il restante 12% alla procedura ordinaria "arbitrale".

Confidando nell'impegno profuso e nell'alto senso di responsabilità istituzionale del sottosegretario con delega al Fir, Alessio Villarosa, e della Commissione incaricata dal Mef alla Consap, siamo fiduciosi che i lavori si concluderanno positivamente per tutti i Risparmiatori, fermo restando che continueremo a monitorare il prosieguo delle attività Consap nella fase di erogazione dei singoli indennizzi, nell'interesse dei ns. Assistenti!. A tal riguardo, ci preme sottolineare che, la ns. Associazione ha espresso il fermo dissenso all'ipotesi di un'ulteriore proroga dei termini del Fondo di indennizzo ai Risparmiatori, approvato il 28 giugno dello scorso anno in via definitiva dal Senato e presentato come all'interno del "Decreto Crescita", quindi con le caratteristiche di "necessità e urgenza", ma che per varie ragioni si è dilungato alle faticose "calende greche".

La travagliata legge sul Fir e la sua ancora più tribolata applicazione deve trovare compimento al più presto, perchè i ns. Associati ci ricordano, da oltre un anno, che i soldi servono ora!

Del resto, considerato che il

Fondo Indennizzo Risparmiatori (FIR) prevede – come è noto – la possibilità di ottenere un indennizzo del 30% del costo di acquisto delle azioni e del 95% delle obbligazioni subordinate (entro il limite massimo di € 100.000) e quindi di ottenere un indennizzo parziale, non impedisce ai Risparmiatori truffati di agire anche in altre sedi per cercare di ottenere e recuperare la restante parte della perdita e del danno patiti!.

La Legge istitutiva del FIR prevede espressamente, infatti, la possibilità di intraprendere altre iniziative per il risarcimento del danno: il ricorso in sede giuziale e la costituzione di parte civile sono, quindi, iniziative pienamente compatibili con il FIR e conformi alle finalità della Legge istitutiva del Fondo.

La dichiarazione dello stato di insolvenza delle due popolari venete, difatto, apre la strada a molte possibili utili azioni giudiziarie, garantendo ancora i margini per poter aderire all'azione collettiva risarcitoria per esercitare l'azione di responsabilità contro ex amministratori, sindaci, società di revisione, e tutti i soggetti Terzi corresponsabili del default delle popolari venete.

Gli ex Azionisti e gli ex Obbligazionisti di Popolare di Vicenza ( N.B. restano esclusi coloro che hanno aderito all'accordo transattivo "tombale" nel 2017) e gli ex Azionisti e gli ex Obbligazionisti di Veneto Banca, (compresi coloro che hanno aderito all'accordo transattivo nel 2017) che non hanno ancora aderito all'azione collettiva risarcitoria del Movimento Difesa del Cittadino, possono inserirsi, tramite i Legali dell'Associazione, nei suddetti procedimenti penali, al fine di ottenere il risarcimento del danno patrimoniale (in misura pari alla perdita economica subita a seguito della diminuzione di valore dei titoli) ed – in aggiunta – del danno morale, che mediamente viene quantificato in una somma ulteriore pari al 30% della perdita subita, con un minimo di € 10.000,00 (salvo valutazioni da compiere caso per caso).

Come è noto, la legge riconosce a tutti coloro che sono stati danneggiati da un reato il diritto di costituirsi parte civile nel processo penale per ottenere il risarcimento del danno patrimoniale e non patrimoniale (danno morale).

Il Resp.le del settore Risparmio ed Investimenti di MDC FVG, Agostino Atzori: " Vi sono tutti i presupposti per intraprendere l'azione legale con buone prospettive di successo, in quanto, i rispettivi Tribunali di Vicenza e di Treviso, per garantire i risarcimenti, hanno già disposto il sequestro di oltre 220 milioni di euro nei confronti degli ex Presidenti ed ex Amministratori!!.

Oltre alla responsabilità degli imputati di entrambi gli Istituti veneti, secondo alcune recenti decisioni giurisprudenziali, anche INTESA SANPAOLO (acquirente di Veneto Banca e Popolare di Vicenza) potrebbe essere chiamata al risarcimento dei danni, quale responsabile civile.

Pertanto, il Movimento Difesa del Cittadino FVG, a favore dei propri associati-assistiti, tramite i propri Legali, chiederà al GUP di estendere la richiesta risarcitoria anche ad INTESA SAN PAOLO, in modo che INTESA sia condannata a pagare il risarcimento unitamente agli ex Presidenti ed ex Amministratori Delegati, in caso di condanna penale di quest'ultimi.

Non solo. Analoga richiesta al GUP verrà fatta anche nei confronti di Banca d'Italia e CONSOB, colpevoli di non aver adeguatamente vigilato sull'operato di codesti Istituti e degli ex Amministratori Delegati.

Vieppiù. Ulteriore richiesta risarcitoria verrà indirizzata alle Società di Revisione PricewaterhouseCoopers, in breve PwC, e KPMG, che per anni hanno certificato i bilanci ed i prospetti informativi di Veneto Banca e Popolare di Vicenza, rivelatisi poi falsi e contenenti dati fuorvianti e contraffatti, colpevoli pertanto di aver "certificato" una presunta

solidità delle rispettive banche per convincere i risparmiatori ad acquistare le azioni e le obbligazioni ( la serietà ed equilibrio con cui la Magistratura ha sino ad ora affrontato e risolto i casi attinenti la crisi delle popolari venete ci rende ragionevolmente sereni sull'argomento).

Vi sono quindi le condizioni oggettive per perseguire l'ottenimento del risarcimento del danno patito!. D'altro canto, l'inerzia non conduce a nessun risultato positivo, laddove l'alternativa all'azione sarebbe rinunciare definitivamente a quest'unica possibilità!.

Chi fosse interessato ad aderire alla suddetta iniziativa giudiziale "collettiva" e quindi a costituirsi parte civile nei procedimenti penali sopra citati ( una volta che il GUP rinvierà a giudizio gli indagati), è pregato di contattare il Movimento Difesa del Cittadino Fvg, inviando la propria adesione per sottoscrivere la procura speciale e le condizioni di conferimento incarico riservate agli associati MDC.

Il Movimento Difesa del Cittadino del F.V.G., resta a disposizione di tutti i Risparmiatori per assistenza. Per info scrivere a: [assistenza-azionisti-pop-venete@mdc.fvg.it](mailto:assistenza-azionisti-pop-venete@mdc.fvg.it) e/o chiamare: Uff. 0432 490.180 r.a. Cell. 335/5830.536 - Cell. 347 8624.225



**PROSEGUE  
L'IMPEGNO DEL  
MOVIMENTO DIFESA  
DEL CITTADINO FVG  
A SOSTEGNO DELLE  
FAMIGLIE IN DIFFICOLTÀ  
CON LA SPESA SOLIDALE  
-ANDRÀ TUTTO BENE  
SE AIUTIAMO CHI  
HA PIÙ BISOGNO" IN  
COLLABORAZIONE CON  
PAM PANORAMA IN  
FRIULI V.G.**

*'Consegnate, negli ultimi 15 gg., complessivamente oltre 70 colli di Derrate Alimentari alla C.R.I. sez. di Udine e sez. di Pordenone, alla Caritas di Udine e all'Assoc. San Vincenzo de Paoli conferenza di San Marco in Udine, ai Portierati di Gretta, di Ponziana e di Opicina/Cittavecchia a Trieste (all'interno del Programma Habitat-microaree del Comune di Trieste)*

Nel corso degli ultimi 15 gg., sono state consegnate dal Movimento Difesa del Cittadino FVG, con il coordinamento del Segretario reg. le , Dino Duñ, e del Segretario prov. le di Pordenone, Serafino Colosimo, oltre 70 colli di derrate alimentari raccolte presso i Punti Vendita PAM Panorama, e distribuiti alla C.R.I. sez. di Udine, alla C.R.I. sez. di Pordenone e alla C.R.I. sez. Spilimbergo-Maniago, ( vedasi foto all./jpg), alla Caritas di Udine e all'associazione San Vincenzo de Paoli conferenza di San Marco in Udine ( la quale assiste oltre 55 famiglie in stato di grave precarietà finanziaria), per consentire a codesti Enti di soccorso e di Beneficienza, di consegnarle direttamente nelle mani dei Cittadini più bisognosi ed in grave difficoltà, garantendo la privacy dei medesimi! Parimenti, a Trieste, tramite gli Operatori Referenti dei Portierati di Gretta , di Opicina/Cittavecchia e

di Ponziana, le spese di viveri sono state recapitate direttamente ai Cittadini più bisognosi ed in grave difficoltà.

*'Sono stati giorni intensi di lavoro sinergico "di squadra", a titolo totalmente gratuito, di definizione e coordinamento delle attività logistiche, ma l'aver reso disponibili risorse alimentari nei territori presidiati nella Regione ci ha ripagato di ogni sforzo!*

*Cerchiamo di fare la nostra parte con i pochi mezzi a disposizione coinvolgendo il mondo della grande e media distribuzione in iniziative di beneficenza!"* quanto rimarcato da **Raimondo Gabriele Englaro** **Presidente reg.le del Movimento Difesa del Cittadino F.V.G.** ( MDC FVG), confermando l'impegno della associazione, che ha lanciato la Spesa Solidale con Pam Panorama, anche nelle prossime settimane!

*Il motto è "andrà tutto bene se aiutiamo chi ha più bisogno", e chi ha bisogno non ha ragione di trovarsi in imbarazzo né di provare vergogna, il disagio alimentare è già sufficientemente grave e pesante!*

L'attività di raccolta viene supportata da cartelli Pam Panorama esposti nelle aree di maggior afflusso della clientela e presso il Banco Accoglienza del pdv .

**Il Movimento Difesa  
del Cittadino FVG  
resta a disposizione  
di tutti i Cittadini  
Utenti per**

**Assistenza ai numeri**

**0432 490180 r.a.,  
335 5830536,  
347 8624225**

**o via mail**

**sportello-sos-consumer@  
mdc.fvg.it .**



**LEGAMBIENTE**

**ABBATTIMENTO  
ORSO.  
LEGAMBIENTE:  
"DECISIONE SBAGLIATA"**

Orso in Trentino: firmata l'ordinanza di abbattimento. Legambiente: "Decisione sbagliata. Ennesima condanna a morte per un orso. Occorre mettere in campo interventi gestionali condivisi, rispettando leggi e normative fatte appositamente per tutelare cittadini e fauna selvatica".

Legambiente ha dato mandato ai suoi legali di denunciare il Presidente Fugatti per i reati di delitto tentato e uccisione senza necessità.

“La decisione presa dalla provincia autonoma di Trento di abbattere l’orso, che nei giorni scorsi ha aggredito due cacciatori, è una decisione sbagliata. La delibera del presidente Fugatti viola le norme nazionali e internazionali sulla tutela della fauna specialmente protetta e interpreta in maniera estensiva la possibilità prevista dal PACOBACE (Piano d’azione interregionale per la tutela dell’orso bruno sulle alpi centro-orientali) di intervenire con azioni di controllo volte a risolvere i problemi e/o limitare i rischi connessi alla presenza di un orso problematico, poiché non spetta alla provincia decidere il tipo di intervento.

Quello che veramente occorre è di mettere in campo interventi gestionali condivisi rispettando leggi e normative fatte appositamente per tutelare cittadini e fauna selvatica.

Per questo auspichiamo al più presto un intervento da parte del Ministro dell’ambiente Sergio

Costa chiedendo al ministero di impugnare gli atti unilaterali della provincia di Trento che prevedono, come in questo caso, l’abbattimento, dell’orso.

Occorre fermare questa escalation assurda anche perché la reintroduzione dell’orso in Trentino è stata pagata da tutti i cittadini italiani ed europei e il Presidente della provincia di Trento non può decidere l’eliminazione degli orsi, uno dopo l’altro.

Da Roma ci aspettiamo che arrivi un segnale importante per evitare una nuova e insensata condanna a morte come già successo in passato per la vicenda di Daniza2”, così commenta la notizia Antonio Nicoletti, Responsabile Nazionale Aree Protette e Biodiversità di Legambiente.

Per Legambiente gli orsi non possono essere condannati a morte per il fatto di “essere orsi”, ancor meno giusto è che diventino oggetto di vendette.

L’uomo non può equiparare il rischio, e le responsabilità conseguenti, dovute a malfunzionamenti e/o errori in opere e azioni umane, con il rischio intrinseco presente nel vivere, pensando di eliminare questo rischio o, peggio, scaricandolo su altri (vedi enti gestori di aree naturali) o, ancor peggio nel caso degli animali, autorizzando vere e proprie vendette.

Negli animali l’effetto sorpresa produce sempre una reazione di spavento e difesa, non paragonabile con aggressività.

Ne è un esempio quello che è accaduto in Trentino.

Per questi motivi Legambiente ha dato mandato ai suoi legali di denunciare il presidente protempore della provincia di Trento per i reati previsti dall’art.56 del codice penale (delitto tentato) e dall’art. 544 bis codice penale (uccisione senza necessità).



## MENSILE DEL MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO

**Direttore Responsabile** Francesco Luongo

**In Redazione** Gerry Mottola, Barbara Gualtieri,  
Federica Deplano

**Hanno collaborato a questo numero** Fabio Cirina, Irene Coppola

**Progetto Grafico** Eleonora Salvato

**Sede e Redazione** Via Casilina, 3/T  
00182 Roma Tel. 064881891

**Mail** [ufficiostampa@mdc.it](mailto:ufficiostampa@mdc.it)

**Stampa** Stampato in proprio

**Finito di stampare** il 27/06/2020



*Il Movimento Difesa del Cittadino nasce nel 1987 con l'obiettivo di promuovere con ogni mezzo la difesa dei diritti, della libertà e della dignità dei cittadini, in particolare nei confronti della Pubblica Amministrazione. Uno scopo a cui, negli ultimi anni, si sono affiancati tanti altri temi legati alla tutela del cittadino e consumatore. Siamo un'associazione rappresentativa dei consumatori a livello nazionale, riconosciuta dal Ministero dello Sviluppo Economico e componente del Consiglio Nazionale dei Consumatori ed Utenti. La nostra rete di oltre 100 Sedi e Sportelli del cittadino in 18 Regioni Italiane offre quotidianamente ai soci servizi di assistenza e consulenza, con esperti qualificati, per tutte le problematiche connesse al consumo ed al risparmio consapevole e sicuro.*



**LEGAMBIENTE**

Il Movimento Difesa del Cittadino

collabora con Legambiente: [www.legambiente.it](http://www.legambiente.it)

## L'ISCRIZIONE A MDC COSTA SOLO 1 EURO!

TIENITI AGGIORNATO SU [WWW.DIFESADELCITTADINO.IT](http://WWW.DIFESADELCITTADINO.IT)

E ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER **MDC NEWS**

segui su



**MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO**



**DIFESA DEL CITTADINO**

DONA IL 5X1000 AL MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO

CODICE  
FISCALE: **97055270587**

**SOSTIENI CHI  
TI SOSTIENE!**



**DONACI IL 5X1000, SCRIVI 97055270587**