



OGM

Dubbi e polemiche: Italia e Europa a confronto

Pag. 5



Acqua

Referendum: prosegue la raccolta firme

Pag. 6



5x1000

Dona il 5x1000 a MC: ecco perché

Pag. 7



Le rubriche

Notizie, campagne, informazioni utili

Pag. 8/11

Consumers' magazine

il mensile dei consumatori



MOVIMENTO CONSUMATORI

giugno 2010

Anno 02 N. 03

via Piemonte, 39/A 00187 Roma Tel. 064880053 Fax 064820227 www.movimentoconsumatori.it info@movimentoconsumatori.it

PARI DIRITTI

DONNE E MEDIA, UNA SFIDA DI DIGNITA'

Un appello non più rinviabile alla società dell'informazione, per sensibilizzare i media

in Italia ad un cambio di prospettiva. Dalla parte del rispetto dell'immagine femminile

Si potrebbe evitare di condire ogni contesto di trasmissione televisiva con un pezzo di carne di donna". A ricordarlo è Gabriella Cims, coordinatrice dell'Osservatorio sui Servizi Audiovisivi, in un appello rivolto ai dirigenti Rai e alla società dell'informazione. Un appello che mira a sensibilizzare finalmente l'opinione pubblica sul modello di donna veicolato dai media. Imputate principali di questo sistema sono le televisioni, che - a detta di molti - propongono una figura femminile basata quasi esclusivamente su stereotipi di genere. Il fenomeno è presente da tempo e gli altri Paesi hanno iniziato questo dibattito fin dal 1995. In Italia inizia in questi mesi e voci autorevoli come quella del presidente della Repubblica, Giorgio Napolitano, si sono levate per esprimere condivisione e solidarietà all'appello. Milioni di cittadini sostengono le campagne nate sul web. Ma davvero può cambiare qualcosa? Per il momento si discute di modifiche al Contratto di servizio Rai nella speranza di riuscire a cambiare la rotta. Non solo questo, però, perché l'opinione pubblica si sta sempre più mobilitando per proporre modelli alternativi. Anche grazie alla Rete. In questo numero cerchiamo di capire l'entità del problema e le possibili soluzioni proposte dalla politica e dalla società civile.

dossier

da pagina 2 a pagina 4



l'intervista: Emma Bonino Vicepresidente del Senato

di Angela Carta

Emma Bonino è da sempre in prima linea per la difesa dei diritti delle donne. E' presidente onorario del comitato Pari e Dispare, un comitato contro le discriminazioni di genere, che ha inaugurato qualche mese fa con la motivazione "in Italia si nasce pari e si diventa dispare. Ma questo non può essere l'unico destino possibile per le donne". Settanta donne e uomini che monitora-

no l'inserimento femminile nel mondo del lavoro, usando la "persuasione morale per premiare le buone pratiche, sanzionare gli esempi negativi", e analizzando anche le rappresentazioni mediatiche delle donne. Emma ha dunque molto da dire sull'immagine femminile negativa propinata quotidianamente dai media.

segue a pagina 4

una buona notizia...

Equitalia, un'autodichiarazione ferma la riscossione

Fermare la procedura di riscossione con una semplice autodichiarazione. Adesso è possibile grazie a una circolare di Equitalia. Chi ritiene di aver ricevuto una cartella di pagamento per tributi già pagati o interessati da un provvedimento di sgravio o sospensione potrà compilare l'autocertificazione e la procedura sarà interrotta. Spetterà poi all'ente di riscossione verificare con l'ente creditore il reale fondamento della pretesa.

...e una cattiva

Sicurezza alimentare, per i "falsi" business da 80 mld

L'Italia è il primo produttore di beni contraffatti a livello europeo e il terzo a livello mondiale. Quasi il 10 per cento degli italiani, nell'ultimo anno, ha acquistato prodotti falsi e taroccati. Particolarmente pesante è il fenomeno dell'agropirateria, che genera un volume d'affari pari a poco meno della metà dell'intero valore della produzione agroalimentare "made in Italy" e provoca un danno da circa 3 miliardi alla nostra produzione agricola.



editoriale

Crisi all'italiana

di Lorenzo Miozzi*

Strana la crisi italiana. Prima non c'era, poi sembrava ne fossimo usciti e adesso ci siamo nel mezzo. Una manovra da 25 miliardi di euro è una manovra di crisi. Arriveranno tagli ai servizi e tasse, dirette o indirette che siano, per i consumatori. Come siamo arrivati a questo punto? Che esista una crisi globale e che tutti i Paesi ne subiscano i riflessi è un dato di fatto. C'è la forte sensazione, però, che l'Italia non abbia fatto abbastanza per evitare di trovarsi in questa situazione. La responsabilità del nostro Paese non è, quindi, quella di aver causato il problema ma di aver messo in atto misure sbagliate per trovare la soluzione. Quello che stiamo vivendo in questi giorni, infatti, è il frutto di interventi sbagliati che, quando si sarebbe potuto, non hanno contribuito a risolvere il problema. Pensiamo all'abolizione dell'Ici sulla prima casa. Misura inizialmente apprezzata dai cittadini in quanto rappresentava una diminuzione della pressione fiscale. Oggi, però, i Comuni, soggetti destinatari del tributo, sono in difficoltà per assenza di risorse. E' stata eliminata una tassa sostenibile per la stragrande maggioranza dei cittadini e che riusciva a dare ossigeno ai Comuni per ritrovarci in una situazione in cui le amministrazioni locali non hanno più disponibilità per garantire i servizi pubblici. Significa manutenzione, strade, asili, servizi sociali, assistenza. Adesso i Comuni sono indebitati fino al collo e il rischio è che non possano più fornire i servizi a meno di non aumentare le tasse per i consumatori. Oggi i consumatori si chiedono se eliminare l'Ici sia stata una scelta saggia di politica economica o una scelta elettorale. Tornando alla crisi attuale e alla necessità di trovare 25 miliardi di euro, verone proposto di aumentare la lotta all'evasione.

*presidente del Movimento Consumatori

segue a pagina 4



UNA BATTAGLIA CULTURALE E DI CIVILTÀ

Donne e media, si moltiplicano gli appelli della società civile: «Basta usare le donne come pezzi di carne»

Napolitano: "La comunicazione di un'immagine femminile che risponda a funzioni ornamentali o che venga offerta come bene di consumo offende profondamente la dignità delle donne italiane"

di Piero Pacchioli

La perdurante diffusione di immagini negative e degradanti di donne nei mezzi di comunicazione di massa - elettronici, a stampa e audiovisivi - deve terminare. I mezzi di comunicazione di massa a stampa ed elettronici nella maggior parte dei Paesi non forniscono una rappresentazione equilibrata della diversità della vita delle donne e del loro contributo alla società, in un mondo in continua trasformazione. Queste le conclusioni contenute nella Piattaforma d'Azione con cui si è conclusa la IV Conferenza Mondiale delle Nazioni Unite sulle donne. Luogo: Pechino. Anno: 1995. Si legge ancora nella relazione che "inoltre, i prodotti dei media violenti, degradanti o pornografici hanno anche conseguenze negative per le donne e la loro partecipazione alla società. I programmi che rinforzano i ruoli tradizionali delle donne possono anche essi avere un ruolo limitante. La tendenza mondiale verso il consumismo ha creato un clima nel quale la pubblicità e i messaggi commerciali spesso presentano le donne essenzialmente come consumatrici, e le bambine e le donne di tutte le età sono le destinatarie di messaggi pubblicitari contestabili". Già nel 1995, quindi, il problema del rapporto tra Tv e immagine della donna era sentito tanto che uno degli obiettivi strategici usciti dalla conferenza del 1995 era proprio "promuovere un'immagine equilibrata e non stereotipata delle donne nei mass media".

Un problema ancora aperto

Che gli appelli del '95 non siano stati recepiti in Italia lo si capisce ascoltando il Presidente della Repubblica: "Preparatevi ad esigere, da chiunque e in qualsiasi circostanza - nel lavoro, nella famiglia, nell'attività politica - il rispetto della vostra dignità di donne. E' la premessa, è la condizione per ogni vostra autentica affermazione e conquista". Questo l'appello del Presidente Napolitano alle giovani intervenute alle celebrazioni per la giornata internazionale della donna l'8 marzo scorso. La tutela delle donne e la battaglia contro le discriminazioni di genere non sono certo una novità. In questi ultimi anni, però, si è aperto un nuovo fronte che riguarda il rapporto tra le donne, i media e il modo in cui la figura femminile viene veicolata, soprattutto dalla Tv. Il dato allarmante è che proprio i mezzi di comunicazione che dovrebbero veicolare un modello che tenga conto delle evoluzioni e delle conquiste che negli anni vengono faticosamente ottenute, sono invece i primi a propagandare una donna oggetto. "E' evidente", ha affermato Napolitano in un messaggio inviato al workshop 'Donne in TV e nei Media: un nuovo corso per l'immagine femminile' che si è tenuto a Roma, "che la comunicazione di un'immagine della donna che risponda a funzioni ornamentali o che venga offerta come bene di consumo offende profondamente la dignità delle donne italiane. E' certamente importante che si ponga un argine a questo dilagare della tenden-

za alla sottovalutazione o all'aperto disprezzo della dignità femminile, educando fin dall'infanzia i giovani al rispetto delle donne, le ragazze a pretenderlo e ancor di più i ragazzi a esprimerlo". Gli interventi di Napolitano fanno seguito a una serie di iniziative spontanee portate avanti sulla Rete e che hanno visto crescere esponenzialmente la partecipazione.

Le iniziative

I due esempi che hanno catalizzato maggiormente l'attenzione sono sicuramente il libro/documentario "Il corpo delle donne" di Lorella Zanardo e l'appello "Donne e TV" di Gabriella Cims, coordinatrice dell'Osservatorio sui Servizi Audiovisivi insediato dal Vice Ministro delle Comunicazioni.

"Le sorti del documentario 'Il corpo delle donne' sono emblematiche della situazione che stiamo vivendo in Italia", spiega Lorenzo Miozzi, presidente del Movimento Consumatori. "Lorella Zanardo ha fotografato la realtà che tutti vediamo con i nostri occhi ogni giorno. Non ha effettuato indagini particolari o svelato misteri. Come emerge anche dal sondaggio che abbiamo condotto sul sito della nostra associazione (vedi risultati a pagina 11), gli italiani sono consci della scorretta rappresentazione delle donne in TV eppure in tutti questi anni non abbiamo assistito a nessuna concreta critica dell'opinione pubblica sull'argomento. Siamo contenti quindi che il documentario della Zanardo, insieme alle altre iniziative di questi mesi, abbiano risvegliato le coscienze dei cittadini su questi temi". Grazie a questi e a molti altri impulsi, inoltre, le istituzioni hanno iniziato a porre i riflettori sull'argomento. Anche se con molto ritardo rispetto agli altri Paesi europei, i risultati stanno arrivando. Il principale è la modifica al contratto di servizio Rai che per la prima volta responsabilizza l'azienda sul tema e pone degli strumenti di controllo.

Conseguenze

Nel breve periodo però, la situazione difficilmente cambierà radicalmente. I rischi legati al modello che viene proposto oggi sono notevoli e coinvolgono

il ruolo di educatrice che la Tv svolge nel nostro Paese. "Questo stile di comunicazione nei media, nelle pubblicità, nel dibattito pubblico può offrire un contesto favorevole dove attecchiscono molestie sessuali, verbali e fisiche, se non veri e propri atti di violenza anche da parte di giovanissimi", spiega Napolitano. Lo stesso pericolo è avvertito da Gabriella Cims: "C'è un concetto che si chiama dignità



umana, culturale e professionale. Credo che questo concetto, riferito alle donne, sia stato ultimamente troppo tradito dai mezzi di comunicazione, in un processo a valanga che sta travolgendo tutto e tutti, consci ed inconsci. Il rischio di una subcultura strisciante e un po' medievale, che permea la società, dà il suo allarme quando la cronaca ci schiaffeggia con la violenza di minorenni su loro coetanee. E lì rimaniamo atterriti". "Probabilmente per i giovani di domani Internet e i nuovi media rappresenteranno la fonte principale di informazioni ma allo stato attuale la Tv è ancora di gran lunga il media più influente", ha concluso Lorenzo Miozzi, Presidente del Movimento Consumatori. "E' quindi imprescindibile apportare al più presto i cambiamenti necessari. Per troppo tempo abbiamo assistito quasi con rassegnazione a questo degrado del modello femminile. Adesso non possiamo più ignorare il problema."

* I dati

Altri fronti. Le donne e il mondo dell'informazione

In tema di donne e media, sono diversi i fronti ancora aperti oltre a quello del modello stereotipato prevalente. Solo per fare un esempio ricordiamo un'indagine dell'Osservatorio di Pavia (Donne e Tv. Riflessioni sull'emittenza locale) condotta sui programmi di informazione trasmessi dalle ore 8 alle ore 24, da 11 TV campione (Rete Saint Vincent, Quartarete, Rete 7, Telem Lombardia, Telenova, Telefriuli, Telequattro, Canale 10, RTV 38, Sardegna 1 e Videolina). L'analisi sulle funzioni ricoperte da donne e uomini a confronto, si legge nella ricerca, evidenzia come, nella maggioranza dei casi, la visibilità mediatica delle donne dipende dal loro coinvolgimento diretto in fatti che hanno superato la soglia della notiziabilità e sono entrati nell'agenda dell'informazione: nell'84,5% dei casi esse sono presenti nelle notizie come protagoniste. Gli uomini, invece, riescono ad avere una visibilità mediale, anche se non realmente coinvolti negli eventi notiziati. I soggetti di sesso maschile, inoltre, risultano più rappresentati, rispetto alle donne, dalla categoria degli esperti (nel 15,8% dei casi contro il 6,7% dei casi femminili), ruolo prestigioso, perlopiù esercitato in funzione di una professionalità o di uno status sociale. Le donne, invece, sono rappresentate più degli uomini in funzioni medial di scarso prestigio quali l'opinione popolare, la testimonianza e l'esperienza personale: ruoli che non richiedono né status né professionalità. La situazione è simile anche a giudicare dai dati di una differente indagine condotta dal Censis (Women and Media in Europe) che ha riguardato le 7 emittenti nazionali: Rai 1, Rai 2, Rai 3, Canale 5, Rete 4, Italia 1 e La 7. In questo caso è emerso che le donne in televisione sono spesso protagoniste della situazione o della vicenda rappresentata, ma assai meno frequentemente le conduttrici (solo il 10,3%). Lo spazio offerto alla figura femminile è dunque ampio, ma generalmente "gestito" da una figura maschile. Le donne hanno conquistato ruoli sempre più centrali, ma comunque restano per lo più "comprimarie", in relazione a una figura maschile "ordinante". Il "tema" al quale la donna è associata si rivela particolarmente significativo: è rappresentata prevalentemente in rapporto al tema "moda/spettacolo" che se associato al tema "bellezza" raggiunge una percentuale schiacciante (38%) rispetto all'associazione a temi come cultura (6,6%), disagio sociale (6,8%) realizzazione professionale (2%) e politica (4,8%). Per concludere, un dato della ricerca del Censis che riassume l'intero problema: "lo spazio dedicato alla trattazione diretta di questioni di uguaglianza di genere è quasi nullo, meno dell'1%, segno che anche le poche occasioni di un'informazione gender oriented vengono mancate dal giornalismo locale, seppure le donne vi partecipino in modo rilevante."



IL SERVIZIO PUBBLICO

Contratto di servizio Rai: in arrivo l'Osservatorio contro le discriminazioni

Si riscalda il dibattito sul rinnovo: si affronta anche il problema dell'immagine e della qualità della presenza delle donne in Tv e la lotta contro gli stereotipi. Scajola: "Particolare attenzione al ruolo femminile"

Il contratto di servizio Rai stabilisce "un insieme di obiettivi, di indirizzi operativi, di parametri di qualità, di tipologie di programmi la cui realizzazione è affidata alla società concessionaria". È predisposto dal ministero delle Comunicazioni (oggi dipartimento del ministero dello Sviluppo Economico) e dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e, sul testo, è richiesto il parere obbligatorio della Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi (Commissione di vigilanza Rai). Oltre alle previsioni che maggiormente accendono il dibattito politico (offerta di programmi, compensi dei conduttori, organi di vigilanza...) il rinnovo che si decide in questi giorni affronta anche il problema del ruolo delle donne in Tv e la lotta contro gli stereotipi di genere. Come ha anticipato l'ex ministro allo Sviluppo Economico, Claudio Scajola, "nel nuovo Contratto nazionale di servizio Rai - che ho seguito in prima persona e che proprio in questi giorni è all'esame del Parlamento - abbiamo dedicato particolare attenzione al ruolo femminile, anche recependo alcune indicazioni contenute nell'appello "Donne e media", (vedi articolo sotto), lanciato lo scorso novembre via internet e che ha riscosso tante adesioni". Cosa dovrebbe cambiare? A spiegarlo è lo stesso Ministro. "Siamo intervenuti su diversi fronti. Nel capitolo dedicato all'offerta televisiva, abbiamo inserito tra gli obblighi di servizio pubblico la trasmissione di programmi diretti a valorizzare una più moderna rappresentazione della donna, con particolare attenzione alla sua crescita sociale, ai suoi diritti costituzionali, al suo ruolo nella famiglia, nella società civile, nelle istituzioni, nel mondo del lavoro. Abbiamo previsto un analogo obbligo di trasmissione anche per le rubriche radiofoniche dedicate al tema delle pari opportunità e nella programmazione destinata all'estero. Colmando una grave lacuna del precedente contratto di servizio, abbiamo inoltre sancito l'impegno della Rai alla prevenzione e al contrasto della violenza sulle donne, attraverso la realizzazione e la diffusione di specifici programmi, anche in collaborazione con soggetti pubblici". Inoltre, grazie a un emendamento voluto fortemente da alcuni parlamentari fra cui Emma Bonino e dai tanti movimenti che

si stanno creando a tutela dell'immagine della donna nei media, dovrebbe essere inserito nel contratto un articolo espressamente dedicato alla tutela del ruolo della donna. L'emendamento, che dovrebbe essere stato recepito integralmente, chiede l'istituzione di un Osservatorio contro le discriminazioni di genere.

L'Osservatorio dovrebbe avere il compito di:

- effettuare un monitoraggio quotidiano della programmazione per analizzare la presenza di stereotipi di genere al fine di pervenire al loro superamento, con la redazione di report semestrali. I risultati delle rilevazioni semestrali dovranno essere resi pubblici dalla concessionaria attraverso pubblicazioni sul proprio portale web, con apposite pagine a ciò dedicate del servizio Televideo, e comunque attraverso modalità che garantiscano la diffusione di tali dati all'universalità dell'utenza;
- effettuare ricerche e analisi qualitative e quantitative su contenuti e modalità della rappresentazione di genere, anche con riferimento alle categorie professionali rappresentate, con cadenza almeno semestrale i cui risultati dovranno essere resi pubblici dalla concessionaria attraverso pubblicazioni sul proprio portale web, con apposite pagine a ciò dedicate del servizio Televideo, e comunque attraverso modalità che garantiscano la diffusione di tali dati all'universalità dell'utenza;
- prevedere, sul portale Rai, una sezione dedicata alla raccolta di comunicazioni degli utenti sulla attività svolta dall'Osservatorio, al fine di migliorare il proprio servizio, rendendola nota con appositi avvisi anche su tutte le altre piattaforme tecnologiche utilizzate per la programmazione;
- fornire tempestivamente, alla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, e comunque non oltre un mese dalla loro redazione i dati risultanti dal monitoraggio. Analoga comunicazione dovrà essere inviata alla Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e alla Sede Permanente di confronto.

(P.P.)

L'APPELLO

Le richieste alle istituzioni e la ricetta proposta

Gabriella Cims, coordinatrice dell'Osservatorio sui Servizi Audiovisivi presso il Ministero dello Sviluppo Economico, il 27 novembre 2009 ha pubblicato su Key4biz, testata online, l'articolo "Solo la bellezza fa audience?", contenente un appello a Paolo Romani (Vice Ministro MSE), Corrado Calabrò (AgCom) e Paolo Garimberti (Rai), perché in occasione del rinnovo del Contratto di Servizio della Rai si indicassero precisi obiettivi in direzione di un corretto posizionamento della donna in seno alla programmazione del servizio pubblico. L'incipit dell'appello ("Si potrebbe evitare di condire ogni contesto di trasmissione televisiva con un pezzo di carne di donna") è molto forte. E Gabriella Cims è diventata immediatamente una delle donne più rappresentative del movimento critico che si va formando in questi mesi sul rapporto tra donne e tv e l'appello è subito diventato uno dei manifesti del movimento. "Credo che il principale motivo del successo di questa nostra iniziativa sia proprio il fatto che non ci siamo fermati all'analisi critica della situazione:

ma dopo la diagnosi abbiamo indicato "la cura" con una proposta ben precisa di riforme a nostro avviso necessarie per migliorare la situazione attuale", ha spiegato la Cims. Come accennato, infatti, l'appello era finalizzato a una serie di proposte per migliorare la situazione e proponeva una serie di soluzioni al servizio pubblico. Queste, in sintesi, le proposte.

- Modifica del Contratto di servizio pubblico
- La richiesta di spazi ad hoc per rappresentare più ampiamente la pluralità della realtà femminile;
- L'adozione di un Codice di autoregolamentazione "Donne e Media" condiviso, simile a quello di cui si sono dotati gli altri paesi dell'Unione Europea;
- Un Comitato ad hoc in grado di monitorare l'applicazione del suddetto Codice.

Come diamo conto in questo numero, sembrerebbe

che gran parte delle proposte siano state accolte.

Il documentario

Sempre nel 2009, questa volta in maggio, è iniziato a circolare in rete un documentario di Lorella Zanardo intitolato "Il corpo delle donne". Il video ha raggiunto immediatamente un gran numero di persone fino ad approdare alla trasmissione televisiva di La7 "L'infedele". "Da quando il documentario è sul nostro sito www.ilcorpodelledonne.com", ha affermato la Zanardo, "è stato cliccato da un milione di persone. All'estero ha suscitato un dibattito importante tanto che oggi ci sono versioni online in inglese, francese, spagnolo, portoghese, greco e tra 15 giorni in russo. La stampa internazionale ci ha dato spazio con articoli su Le Monde, New York Times, Observer, oltre a molte televisioni europee". Lorella Zanardo è



socia fondatrice del comitato Pari e Dispare, consulente organizzativa, formatrice e docente. Scrive e si occupa di tematiche inerenti il femminile ed è speaker apprezzata in convegni internazionali di donne, dove tratta il tema della conciliazione sostenibile tra vita privata e professionale. Il documentario è incentrato sulla tv: attraverso un lungo monitoraggio, la Zanardo ha messo insieme una serie di immagini e spezzoni di programmi per evidenziare come la donna sia ridotta quasi sempre a corpo e mai a persona.

La forza del web

"E meno male che c'è il web", ha ricordato Gabriella Cims.

"Va detto, infatti, che negli organismi tradizionali di informazione, ben poca attenzione è stata attribuita ad una campagna così ampiamente condivisa. Ci rammarichiamo di questo e invitiamo i colleghi giornalisti a mostrare un accenno di sensibilità, di battere un colpo, dando spazio ad una iniziativa che pur qualche risultato lo sta producendo".

* Donne & Web

La spontaneità delle tante iniziative della Rete

Il problema della tutela della dignità delle donne è molto sentito soprattutto in rete dove si moltiplicano i blog e le campagne di protesta e di critica contro la Tv e contro la pubblicità. La maggior parte sono iniziative spontanee di cittadini indignati che hanno trovato un seguito notevole. Altre sono più organizzate e strutturate. In molti casi è prevalente la volontà di proporre soluzioni più che di criticare la situazione esistente. Di seguito alcune esperienze.

Donne della realtà

Nasce da un gruppo di giornaliste, per parlare delle "altre donne", per interrogarsi su come i media possano ridare visibilità alla molteplicità delle esperienze femminili e recuperare un ruolo di analisi e critica nei confronti dei fatti della cronaca.

www.donnedellarealta.wordpress.com

Il corpo delle donne

Blog dell'omonimo documentario e libro curato da Lorella Zanardo. Commenti e notizie sul rapporto tra donne e Media.

www.ilcorpodelledonne.it

Non considero normale

"Io non considero normale che le donne siano trattate come merce di scambio nelle relazioni personali e professionali, nella politica, nella comunicazione". Questo il motto del blog.

www.nonconsideronormale.com

Comitato "Pari o Dispare"

Settanta donne e uomini che monitoreranno l'inserimento femminile nel mondo del lavoro e utilizzeranno lo strumento della «persuasione morale per premiare le buone pratiche, sanzionare gli esempi negativi», per monitorare discriminazioni di genere, difficoltà di accesso al mondo del lavoro, rappresentazioni delle donne date dai media. Presidente onorario Emma Bonino.

www.pariodispare.org

Un altro genere di comunicazione

Un blog nato per sfatare il mito che vuole l'Italia tra i Paesi dove i diritti delle donne vengono rispettati. L'Italia si rivela da questo blog un Paese maschilista dove i mezzi di comunicazione ledono l'immagine femminile senza che nessuno avverta questo come violazione della democrazia.

www.comunicazionedigenero.wordpress.com

EMMA BONINO, VICEPRESIDENTE DEL SENATO

L'Italia? «Arretrata su gran parte degli indicatori che rilevano la condizione femminile»

Intervista a Emma Bonino, presidente onorario del comitato Pari o Dispare: "Il modello di donna proposto dalla tv non rappresenta una larga parte della società femminile". Le donne sono spesso ridotte a elemento decorativo

segue dalla prima

di Angela Carta

Ad Emma Bonino abbiamo chiesto di raccontarci dell'immagine femminile e del ruolo della donna nella società.

La Tv propone un modello di donna criticato da molti. Il presidente Napolitano ha recentemente parlato di "tendenza alla sottovalutazione o all'aperto disprezzo della dignità femminile". Lei cosa ne pensa?

"Quelli che propone la televisione sono più modelli di donne: la mamma e la moglie sempre felice anche quando lava i pavimenti, la bellissima sexy e scema, etc. Il problema è che non rappresentano una larga parte della società femminile italiana: tra i modelli proposti, infatti, mancano le donne professionalmente affermate, le madri e le mogli che lavorano, le donne di spettacolo che non hanno più vent'anni - mentre, inspiegabilmente, un uomo può fare l'anchorman o il presentatore a vita! Guardando i programmi di intrattenimento si ha l'impressione che le donne italiane siano tutte casi umani o astrologhe o aspiranti veline. Chissà dove sono tutte le laureate, le donne che fanno i mestieri più diversi, le giovani che studiano e che sognano qualcosa di diverso da una nebulosa carriera in un reality. Il risultato è che la rappresentazione delle donne è parziale e, quindi, distorta. Esistono poi degli spettacoli e delle pubblicità che sono anche insultanti e rivelano davvero il disprezzo per le donne, ma sono convinta che questo disprezzo si riverberi, immediatamente e nello stesso modo, sugli uomini che vengono rappresentati come guardoni, spesso aggressivi e certamente cerebralmente poco evoluti. Sicuramente tra i cittadini italiani ci saranno uomini così, come ci sono donne volgari e poco intelligenti, ma ce ne sono molti altri che, fortunatamente, sono ben diversi e dovrebbero offendersi quanto le donne".

I media, e la tv in particolare, hanno delle responsabilità nella diffusione del modello di donna oggetto o si sono semplicemente adeguati a una domanda di mercato?

"Credo si sia attuato un circolo vizioso che non è

stato opportunamente interrotto da manifestazioni di dissenso da parte delle donne e della società civile. Avviene lo stesso con il mito della bellezza che oggi viene proposto come "modello unico" col risultato che le ragazzine vogliono essere tutte uguali e sognano interventi di chirurgia estetica.

Mi spiego con un esempio: se in ogni fiction la donna che ha un lavoro che la rende autonoma, magari con responsabilità manageriale, è sempre odiosa, bruttina, piantata dal marito e con figli gravemente disturbati, sarà difficile che una ragazzina, poi, sogni una carriera. E se in ogni fiction l'eroina che impalma il bellissimo eroe, che diventa una star, che sarà felice, è una signorina molto bella, ma che non ha studiato assolutamente nulla, ma proprio nulla di significativo, sarà molto probabile che ogni ragazzina si metta a dieta e voglia gonfiarsi il seno.

Mi correggo: c'è un'eccezione. Sembra che esistano due alternative: fare la poliziotta tra pallottole che fischiano o l'infermiera gravata da orari insostenibili. Difficile far sognare.

In compenso negli spettacoli di intrattenimento le donne sono spesso ridotte ad elemento decorativo - se non peggio - addirittura apertamente trattate da cretine. E' tipico nei cosiddetti spettacoli "d'opinione": i maschi invitati sono normalmente selezionati per competenza o per capacità dialettica, mentre le donne, sempre più spesso, sono selezionate come persone "informate sui fatti" (del mondo del cosiddetto gossip, di storie sentimentali personali, di fotogenia e di estetica) e non c'è quindi da stupirsi che le loro opinioni siano meno convincenti di quelle degli altri intervistati.

Le donne che hanno conquistato posizioni più importanti e fanno le conduttrici, salvo poche eccezioni, sembrano adeguarsi a questo andazzo: troppo deboli o troppo preoccupate a difendere un posto conquistato e difeso a fatica. I bambini di oggi crescono pensando che le donne non soffrono il freddo, mentre gli uomini sì: le prime sempre in bikini, i secondi in giacca e cravatta".

Il nuovo contratto di servizio Rai, per la prima volta, conterrà richiami a un uso più corretto dell'immagine e delle esperienze femminili. Quale crede sia il ruolo della tv pubblica in

questo contesto?

"E' stato approvato un emendamento, proposto dal Comitato Pari o Dispare, di cui sono presidente onoraria, e da Marco Beltrandi, membro della Commissione di Vigilanza, che è stato poi sottoscritto da più di 70 parlamentari di entrambi gli schieramenti. L'emendamento richiede la creazione di un Osservatorio indipendente che rilevi le presenze femminili qualitativamente e quantitativamente e un programma di formazione per i professionisti Rai sulle tematiche di genere. Credo sia una svolta verso un miglioramento. Il problema non è vietare le veline o censurare gli spettacoli televisivi in cui le donne compaiono senza cappotto. Il problema non è togliere o eliminare figure femminili, il problema è aggiungerne in modo che la rappresentazione sia più realistica, come avviene per gli uomini. La tv pubblica ha un'influenza enorme, soprattutto sui giovani e il minimo che le si può richiedere è che la società venga rappresentata in modo realistico e completo, donne incluse".

Crede necessari interventi legislativi per tutelare l'immagine della donna che viene veicolata

dai media?

"Altri paesi europei hanno compiuto passi importanti in questo senso, affiancando alle funzioni di Osservatorio quelle di meccanismi sanzionatori o di indirizzo su questi temi (come per la discriminazione razziale o l'utilizzo dei bambini nei media). E i risultati si vedono.

Per fare un esempio, alcuni prodotti in Italia hanno pubblicità ben diverse da quelle proposte in altri paesi. Stiamo, quindi, studiando gli esempi stranieri, a costo di perdere la nostra proverbiale originalità, per proporre poi un prosieguo dell'iniziativa pragmaticamente efficace".

E' vero, dunque, che l'Italia è ancora indietro rispetto agli altri paesi europei?

"L'Italia presenta una posizione arretrata su gran parte degli indicatori che rilevano la condizione femminile: la percentuale delle donne che lavorano, la loro presenza nelle posizioni di vertice in tutti i settori, etc. E i numerosi stereotipi nei media non aiutano a superare questa situazione, perché non favoriscono quel cambiamento culturale che è necessario per guadagnare il terreno perduto".



editoriale

Crisi all'italiana

segue dalla prima

In realtà, però, proprio la lotta all'evasione è stata abbandonata nel recente passato. E' emblematico su questo punto che cresca il numero di esercizi commerciali che non emettono lo scontrino. E' la prova che i cittadini non percepiscono una reale intenzione del Governo di colpire gli evasori. A parole tutti sono contro l'evasione fiscale ma bisogna dimostrare che effettivamente vengono fatti passi concreti. La lotta all'evasione è fatta anche di segnali. Segnali per i contribuenti onesti e segnali per quelli disonesti. I primi devono poter contare su leggi chiare e che vengono fatte rispettare, i secondi devono sapere che i controlli ci sono e che le sanzioni vengono applicate. I condoni e gli scudi fiscali sono segnali che vanno esattamente nella direzione opposta.

Altro aspetto contraddittorio è quello legato alla tracciabilità dei pagamenti in contanti. Misura introdotta dal Governo Prodi e criticata dal successivo esecutivo con l'accusa di voler introdurre uno stato di polizia e infine eliminata. Oggi viene dipinta come uno strumento utile per combattere l'evasione. Ma se è uno strumento utile per combattere l'evasione come mai era stata abolita? E nel frattempo in quanti hanno evaso gravando sui contribuenti che in un momento difficile come quello che viviamo hanno continuato a pagare

regolarmente le tasse? Si pensa poi di tagliare la spesa e razionalizzare gli enti inutili. Sono anni che si parla di tagliare gli enti inutili e di eliminare le Province. Alle ultime elezioni erano temi comuni a entrambi gli schieramenti. Nulla però si è fatto. Nessun passo concreto, neanche sulla carta. La spesa aumenta costantemente e le Province non sono state abolite. Anzi, di province ne abbiamo più che 2 anni fa.

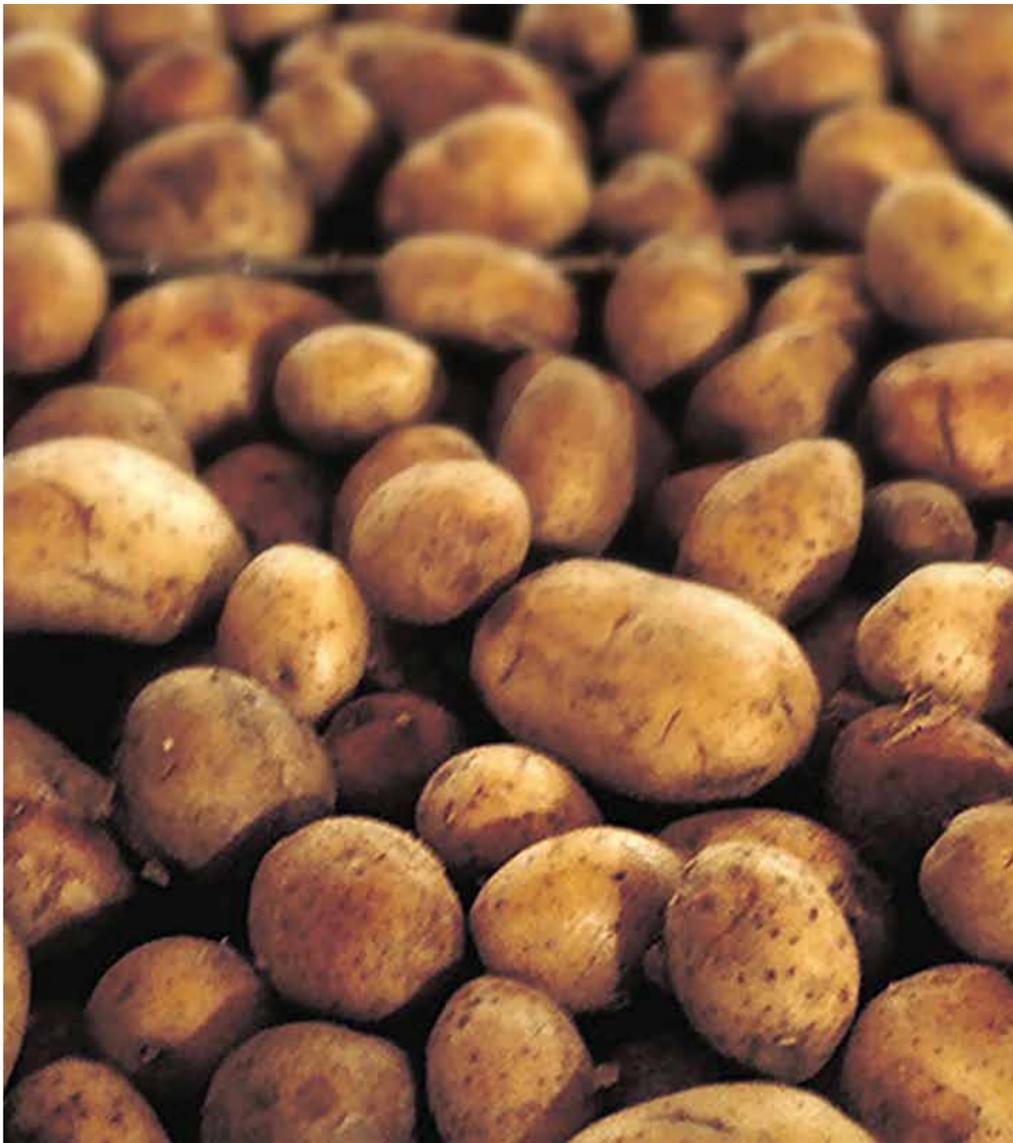
Uscire dalla crisi sarà difficile e certamente comporterà sacrifici. Non pretendiamo che un Governo abbia la bacchetta magica e risolva immediatamente una situazione così intricata. Non pretendiamo miracoli. Abbiamo però diritto a una amministrazione coerente e di prospettiva che sappia porre in atto scelte di politica economica anche impopolari ma di sistema. Abbiamo già perso molto tempo. Se gli interventi, pensiamo a quello relativo alla razionalizzazione della spesa degli enti, fossero stati fatti prima, adesso si che potremmo beneficiare dei risparmi generati. Se oggi serve una manovra da 25 miliardi, quindi, che si faccia una manovra da 25 miliardi ma che non serva solo a tappare i buchi con equilibrismi finanziari. Abbiamo bisogno di una vera manovra strutturale che guardi al futuro.

Lorenzo Miozzi

LA BATTAGLIA

Ogm in Italia, il no dell'opinione pubblica

Forte, nello Stivale, è l'impegno di movimenti ambientalisti, consumatori e istituzioni contrari al biotech nei campi e in tavola



di Angela Gennaro

“**N**oi dobbiamo tutelare la salute innanzitutto. Abbiamo straordinarie produzioni tipiche e di qualità superiore. L'utilizzo di organismi geneticamente modificati porta alla massificazione di produzione, che va contro l'idea del made in Italy e contro la produzione di qualità”: parola di Ovidio Marzaioli, responsabile energia e ambiente del Movimento Consumatori. “Diciamo no all'Ogm in questo momento anche solo per un semplice principio di precauzione. Non sappiamo se i prodotti sono più o meno salubri”. La situazione della coltivazione ma anche della commercializzazione degli Ogm in Italia e in Europa è complessa. Mentre a livello comunitario arriva il sì alla patata Amflora – salvo poi intraprendere la direzione di lasciare agli Stati membri la decisione finale sulla libertà di semina o meno – in Italia, secondo i risultati dell'ultima indagine annuale Coldiretti-Swg (“Le opinioni di italiani e europei sull'alimentazione”), il 72% degli intervistati pensa che i prodotti alimentari contenenti Ogm siano meno salutari di quelli tradizionali.

Forte, nello Stivale, è l'impegno di movimenti ambientalisti, consumatori e istituzioni contrari al biotech nei campi e in tavola. “Il fatto che, anche dove è possibile la coltivazione, gli agricoltori riducano le semine”, spiega il presidente della Coldiretti, Sergio Marini, “è la concreta dimostrazione che per gli Ogm attualmente in commercio non c'è quella miracolosa convenienza economica che le multinazionali e i loro ‘tifosi’ propagandano”.

A livello politico, se Zaia, ex Ministro delle Politiche agricole, alimentari e forestali, si era pub-

blicamente dichiarato contrario l'introduzione di Ogm e pronto a fare di tutto per salvaguardare l'agricoltura italiana, il neoministro Galan apre alla ricerca. “Le posizioni ideologiche come gli stop assoluti avrebbero impedito anche la ricerca sulla medicina nucleare, che si chiamerà pure così ma ha salvato la vita di milioni persone. Sono sempre stato a favore della ricerca e del sapere e ho intenzione di proseguire su questa strada anche per gli Ogm. Non si può aver paura di conoscere, bisogna aprire le porte dei nostri laboratori”.

Le competenze in Italia

Ma chi è competente, a livello istituzionale, per il complesso mondo degli organismi geneticamente modificati? Il “food and feed” geneticamente modificato è di competenza del Dipartimento per la sanità pubblica veterinaria, la nutrizione e la sicurezza degli alimenti del ministero della Salute. Per l'immissione in campo di piante geneticamente modificate (per ragioni di commercializzazione o sperimentali), il riferimento è alla Direzione per la protezione della natura del ministero dell'Ambiente e della Tutela del territorio e del mare.

Entrambi i dicasteri, insieme alle Regioni e alla presenza di esperti del settore, dialogano nella Commissione interministeriale per le biotecnologie.

Oggi, nel Belpaese, non è consentito né sperimentare né coltivare piante geneticamente modificate in campo aperto.

Ma è possibile importare derrate di mais e soia per la trasformazione industriale per l'alimentazione (con etichetta obbligatoria in caso di presenza superiore allo 0,9%) da paesi terzi produttori, come gli Stati Uniti, l'Argentina, il Canada o il Brasile.

* Europa, verso la libertà di scelta degli Stati membri

“**G**li OGM sono una di quelle false soluzioni che non solo non risolvono la crisi del clima, la peggiorano”, dice Vandana Shiva, agronoma e scienziata indiana. Il primo via libera della Commissione Ue alla coltivazione in Europa di organismi geneticamente modificati, dopo dodici anni di moratoria, è una decisione che fa molto discutere, proprio nell'anno internazionale della biodiversità delle Nazioni Unite.

La notizia che ha campeggiato su tutte le prime pagine dei giornali ha come protagonista la patata transgenica Amflora: per l'Ue può essere introdotta nei campi comunitari per uso industriale.

Bruxelles ha anche dato il via libera alla commercializzazione di tre tipi di mais ogm della Monsanto, per alimentazione umana e mangimi: non si potranno, però, coltivare.

Ma l'orientamento è quello di lasciare i singoli Stati membri liberi di decidere se coltivare o meno organismi geneticamente modificati sul proprio territorio: è prevista entro l'estate una proposta in tal senso, che invertirebbe l'attuale quadro normativo e che ha parzialmente placato il coro di proteste – di cittadini, agricoltori, associazioni – che si è sollevato rispetto al via libera alla patata Amflora. In Italia sono già sedici le regioni che si sono dichiarate Ogm free.

Una forte opposizione che si ripropone anche in molti altri paesi europei, e di cui la Commissione ha dovuto prendere atto.

D'altro canto non c'è un solo prodotto geneticamente modificato in vendita sugli scaffali europei, anche se gli organismi geneticamente modificati autorizzati in Europa hanno ormai toccato quota 35.

Si tratta di 19 tipi di mais, 6 di cotone, 3 di colza, 3 di soia, 1 di barbabietola, 1 di

patata, 1 microrganismo. Tra i 27 Stati membri, solo in sei è possibile coltivare il mais BT geneticamente modificato: alla lista dei paesi in cui è vietato, l'ultimo ad aggiungersi è stato quello tedesco, un anno fa.

Dubbi sul piano sanitario e ambientale che hanno portato la Germania a vietare il mais Mon 810, soprattutto in seguito alla scoperta di effetti negativi sull'apparato intestinale, sugli organismi del terreno e sulla dispersione del polline, con contaminazioni derivanti dalla impollinazione incrociata tra coltivazioni transgeniche e non. Il Paese dove si coltivano più Ogm a livello di ettari è la Spagna.

Molti sono gli Stati che, dopo aver coltivato Ogm, si sono sostanzialmente fermati. E nel frattempo la Commissione Europea ha concesso il permesso ufficiale per bandire dal proprio territorio gli ogm a Madera, regione autonoma del Portogallo. Si tratta del primo caso di territorio riconosciuto dall'organo esecutivo come “libero da Ogm”.

A gennaio scorso l'Efsa – la European Food Safety Authority (l'Autorità europea per la sicurezza alimentare) aveva dichiarato che “non ci sono evidenze scientifiche che giustificano il divieto di coltivare Ogm a Madera”.

Ma l'arcipelago di isole di origine vulcanica, con un clima subtropicale e con una ricchissima biodiversità, nella cui area settentrionale si trovano – solo per fare un esempio – boschi laurisilva, riconosciuti dall'Unesco come Patrimonio dell'umanità, resta ogm-free.

A ciò si aggiunge l'ormai consolidata valutazione della scarsa convenienza economica nella coltivazione di ogm: nei paesi del Vecchio Continente dove è permessa, lo scorso anno, i terreni seminati con prodotti transgenici sono diminuiti del 12%. che dall'altra spingerà l'acceleratore per autorizzare nuove colture biotech in Europa”.

* Biodiversità

La proposta di legge

Una proposta di legge su biodiversità agraria e alimentare presentata dall'onorevole Susanna Cenni (Pd) che ha raccolto adesioni sia dalla maggioranza che dall'opposizione.

In sintesi, la legge propone la creazione di una anagrafe nazionale della biodiversità animale e vegetale; la costituzione di una rete nazionale dei coltivatori ‘custodi’ e degli allevatori di popolazioni animali a rischio di estinzione e di diminuzione genetica; l'istituzione degli itinerari della biodiversità; la promozione e il sostegno delle comunità del cibo e della biodiversità agraria ed alimentare.

“Diamo il nostro sostegno alla proposta, ha affermato Giuseppe Politi, presidente nazionale della Cia (Confederazione italiana agricoltori), con la quale non si valorizza soltanto la biodiversità, ma s'investe anche sul territorio, sulle tradizioni, si sviluppa la ricerca per combattere i rischi di erosione genetica e si vuole garantire alimenti sicuri e di qualità e si contrastano decisamente gli Ogm, l'inquinamento, il depauperamento del suolo agricolo, degli sprechi e del cambiamento climatico”.

Acqua bene comune

Una partenza straordinaria quella della raccolta firme per i referendum per l'acqua pubblica

Alla seconda settimana le firme raccolte erano già state 350 mila, poco meno della metà dell'obiettivo complessivo da raggiungere in otto settimane



CAMPAGNA REFERENDARIA L'ACQUA NON SI VENDE

fuori l'acqua dal mercato, fuori i profitti dall'acqua

www.acquabenecomune.org



10mila a Roma, 4mila firme a Torino città, 3500 a Bologna, 2500 a Milano.

Dati impressionanti dalle piccole città: 4200 firme a Savona e provincia, 2mila firma a Latina e Modena, oltre 1500 ad Arezzo e Reggio Emilia.

Dati sorprendenti sui paesi 1300 firma ad Altamura, 850 a Lamezia Terme.

Molti sindaci e amministratori hanno firmato in piazza, e anche un Arcivescovo metropolitano in rappresentanza di 4 vescovi della provincia.

La sensazione che si avverte stando ai banchetti per la raccolta delle firme è quella di un vero e proprio risveglio civile, un risveglio che parte da associazioni e da cittadini liberi, un risveglio che parte dall'acqua. L'aspetto sorprendente di tutta la vicenda è che continuano ad arrivare adesioni da parte del mondo associativo ai comitati.

Una presenza forte nei comitati è costituita dalle realtà religiose: diocesi, parrocchie, movimenti e associazioni legati a realtà ecclesastiche. Stanno arrivando ai vari comitati adesioni da parte di artisti, di professionisti che stanno dando il loro contributo artistico e culturale.

Ma la parte più entusiasmante la fa il cittadino, che con il semplice passa parola si sta presentando autonomamente ai banchetti per la raccolta delle firme, già consapevole e convinto della necessità della opposizione della propria firma a sostegno dell'acqua. Sembra una battaglia silenziosa, senza grandi strepiti, senza urla, né prime pagine di giornali, in realtà molto povera e con scarsissime risorse economiche, ma che come l'acqua, riesce a permeare le coscienze raggiungendo tutti senza distinzione di età, di cultura, di appartenenza sociale.

Questo lascia ben sperare che si raggiunga in fretta il numero di firme necessarie alla presentazione dei quesiti referendari. La battaglia più vera sarà, però, una volta approvati, quella della vittoria del Referendum.

*Segretario Generale del Movimento Consumatori

di Rossella Miracapillo*

Il 25 Aprile, è stata la domenica di avvio della raccolta delle firme a sostegno dei quesiti referendari per la ripubblicizzazione dell'acqua. L'obiettivo che si dovrà raggiungere è di 800mila firme entro la prima settimana di Luglio, per poter depositare le stesse presso la Corte Costituzionale entro il 20 Luglio.

Il Forum nazionale dei Movimenti dell'acqua, a cui ha aderito anche il Movimento Consumatori, ha dato vita a dei comitati regionali e questi a loro volta hanno attivato i comitati provinciali e locali, vero fulcro di tutta la campagna, in quanto sono i promotori delle migliaia di banchetti e di eventi che oltre a raccogliere le firme stanno in queste ore, sensibilizzando cittadino a cittadino affinché si crei una consapevolezza e si risulti una massa critica e compatta nell'azione comune di tutela dell'acqua.

Il Movimento Consumatori in diverse Regioni e comuni sta partecipando ai comitati locali e sta contribuendo alla raccolta delle firme.

La prima settimana di raccolta si è realizzato un dato entusiasmante: più che raddoppiato l'obiettivo che il Comitato promotore si era dato alla vigilia del lancio. Sono state oltre centomila le fir-

* Acqua, Aprilia come Parigi?

Alcune grandi città europee, dopo una deludente esperienza di privatizzazione, sono tornate al servizio idrico pubblico: così Parigi, con i suoi 10 milioni di abitanti.

In Italia ci prova Aprilia. 100 km da Roma e 70mila abitanti: qui 7mila famiglie da cinque anni rifiutano di pagare la bolletta dell'acqua ad Acqualatina, la società privata partecipata dalla multinazionale francese Veolia che qui gestisce il servizio idrico. Non che qui non si paghi l'acqua, anzi: solo che lo si fa versando il canone al Comune. Continuando a fare quel che si faceva prima dell'avvento di Acqualatina. La "ribellione" - spiegano dal comitato Acqua pubblica di Aprilia - causata dall'aumento delle tariffe, giunto fino al 300%. E accompagnato da una "gestione fallimentare" del servizio e inadempienze negli investimenti. Non solo: il Consiglio comunale, proprio in questi mesi,

me raccolte nel fine settimana della Liberazione in centinaia di piazze italiane.

Alla seconda settimana le firme raccolte erano già state 350 mila, poco meno della metà dell'obiettivo complessivo da raggiungere in otto settimane. Una mobilitazione impressionante che ha visto

ha iniziato l'iter per tornare in possesso della rete idrica. Il comitato raccoglie da sempre le cartelle esattoriali che la società di riscossione Gerit Equitalia invia ai cittadini "morosi". Una vera e propria battaglia "amministrativa": "La società ha continuato a mandare solleciti di pagamento, ha affidato la riscossione alla Gerit Equitalia nonostante sia stato dimostrato da 300 sentenze a nostro favore che la procedura era illegittima", spiega Alberto De Monaco, portavoce del comitato. "Sono stati gli utenti a contestare per la prima volta alla società una serie di illegittimità sia amministrative che sul piano civilistico, e un contratto mai sottoscritto". Acqualatina, secondo il comitato, di fronte alla "rivolta" andava presso le abitazioni con dei vigilantes armati, dicendo poi che gli abitanti erano violenti. E volevano intervenire sui contatori e chiudere l'acqua".

lunghe file ai banchetti di tutte le città e dei paesi. Un folla consapevole e determinata, che in alcuni casi ha fatto anche diversi chilometri per trovare il banchetto più vicino a casa (l'elenco completo è su www.acquabenecomune.org).

Oltre 12mila firme in un solo giorno in Puglia,

MC dalla parte dell'ambiente - Quesiti referendari

CONTRO LA PRIVATIZZAZIONE DEL SERVIZIO IDRICO INTEGRATO

Abrogazione dell'art. 23 bis L. 133/2008 (Servizi pubblici locali di rilevanza economica) e successive modificazioni e integrazioni

Iniziativa annunciata sulla "Gazzetta Ufficiale" Serie Generale n. 76 del 01 Aprile 2010

CONTRO L'AFFIDAMENTO A SOCIETÀ DI CAPITALI DEL SERVIZIO IDRICO INTEGRATO

Abrogazione dell'art. 150 D.Lgs 152/2006 (Scelta delle forme di gestione e procedure di affidamento)

Iniziativa annunciata sulla "Gazzetta Ufficiale" Serie Generale n. 76 del 01 Aprile 2010

CONTRO IL PROFITTO NELLA GESTIONE DEL SERVIZIO IDRICO INTEGRATO

Abrogazione parziale dell'art. 154 D.Lgs 152/2006 (Tariffa del servizio idrico integrato)

Iniziativa annunciata sulla "Gazzetta Ufficiale" Serie Generale n. 76 del 01 Aprile 2010

Quesito N.1 (scheda blu)

Fermare la privatizzazione dell'acqua. Si propone l'abrogazione dell'art. 23 Bis della Legge N. 133/2008: eliminare questa norma, significa contrastare la cessione del 40% prevista entro Dicembre 2011, della proprietà delle reti idriche a privati e la consegna al mercato dei servizi idrici

Quesito N.2 (scheda verde)

Contro l'affidamento a società di capitali del servizio idrico integrato. Si propone l'abrogazione dell'art. 150 del D. Lgs n. 152/2006. In questo modo non sarebbe più consentito il ricorso all'affidamento della gestione a società di capitali, favorendo il percorso verso la ripubblicizzazione del servizio idrico, ovvero la sua gestione attraverso enti di diritto pubblico con la partecipazione dei cittadini e delle comunità locali

Quesito N.3 (Scheda rossa)

Contro il profitto nella gestione del servizio idrico. Si propone l'abrogazione dell'art. 154 del D. Lgs n. 152/2006 limitatamente alle seguenti parole "dell'adeguatezza della remunerazione del capitale investito". Abrogando questa parte dell'articolo sulla norma tariffaria, si eliminerebbe la possibilità di fare profitti sul bene comune "acqua"

5 per mille

3 buoni motivi per donare il 5 x mille al Movimento Consumatori

di Rossella Miracapillo*

Il Movimento Consumatori si batte ogni giorno al fianco dei cittadini attraverso gli oltre 60 sportelli sul territorio, affinché vengano riconosciuti i diritti dei consumatori. Il diritto a pagare il giusto, il diritto a non subire inutili vessazioni o modifiche di contratto in modo unilaterale, il diritto a rientrare in possesso delle somme investite il diritto a un turismo responsabile e tutelato e molto altro ancora. Movimento Consumatori svolge anche una intensa attività di informazione e formazione dei consumatori e di interlocuzione con le istituzioni e con le aziende sempre al fine di tutelare al meglio i cittadini. Ecco tre campi in cui ci siamo battuti nell'anno appena passato, anche ricorrendo ai tribunali, per tutelare i diritti dei cittadini/consumatori.

Più tutele per chi prende il treno

Attraverso le battaglie condotte dal nostro Osservatorio treni, siamo riusciti a ottenere molti risultati positivi. Ecco due importanti vittorie ottenute che rappresentano esempi concreti dell'attività dell'Osservatorio.

Chi sale su un treno senza biglietto, a causa di inadempimenti di Trenitalia non può essere multato. Un caso emblematico che riguarda una ingiusta sanzione di Trenitalia. Il Giudice di Pace di Mestre, a cui il Movimento Consumatori ha fatto ricorso con una causa pilota per un utente, ha sancito che un cittadino che non riesce a acquistare il biglietto, prima di salire in treno, quando le cause di tale impossibilità

Oltre 60 sedi in tutta Italia al servizio dei consumatori. Trasporti, tutela del risparmio e turismo, ecco tre esempi di come opera in concreto il Movimento Consumatori. Per informazioni sulle modalità di firma del 5x1000 a Movimento Consumatori chiama il numero verde 800 774 770

sono da attribuirsi a Trenitalia per la chiusura degli sportelli in stazione e il guasto contemporaneo delle emittitrici automatiche, non può essere né multato, né possono essergli applicati costi superiori rispetto a quello del biglietto.

Chi acquista un biglietto di prima classe ha diritto al viaggio in prima classe.

Sembra un diritto elementare ma Trenitalia non era d'accordo. Il Giudice di pace di Treviglio, invece, ha condannato l'azienda alla restituzione della somma versata da un consumatore per un abbonamento di

prima classe. Sulla linea, in questione, la Milano-Bergamo, infatti, i treni erano quasi sempre sprovvisti della carrozza di prima classe.

Ulteriore attività fondamentale dell'Osservatorio è quella di informare e assistere i consumatori. Le nostre sezioni forniscono quotidianamente informazioni ai consumatori e recepiscono i principali disagi. Sul sito www.movimentoconsumatori.it è pubblicata la guida "Diritti sui binari", strumento utile per la consultazione dei principali diritti del passeggero e dei principali strumenti di tutela.

Al fianco dei risparmiatori

L'osservatorio Credito e risparmio del Movimento Consumatori è da sempre al fianco dei consumatori per assistenza legata ai diritti degli investitori.

Il Movimento Consumatori ha ottenuto un importante successo a favore dei risparmiatori che avevano investito nelle Polizze Vita commercializzate da CNP Unicredit Vita.

Il Tribunale di Milano, in un'azione collettiva promossa dall'Associazione, ha condannato la compagnia ad informare tutti i sottoscrittori delle polizze Performance dell'illegittimità delle comunicazioni inviate ai propri clienti da CNP. Il caso legato alle Polizze Vita commercializzata dall'allora Banca di Roma e da altri istituiti ora confluiti in CNP Unicredit Vita è emblematico. CNP, a seguito del crack Lehman Brothers (settembre 2008), aveva proposto ad oltre 6.500 clienti che avevano sottoscritto polizze denominate "Performance 5, 6, 7, 8 e 9", collegate a obbligazioni emesse dalla banca statunitense, transa-

zioni che prevedevano un rimborso del 50% del premio investito o la conversione della vecchia polizza in una nuova con durata vitalizia.

Il Movimento Consumatori continuerà a tutelare gli interessi collettivi ed individuali degli investitori per il recupero di quanto dovuto.

Tutela del turista

Centinaia di turisti si sono rivolti a MC per far valere i propri diritti grazie alle attività del progetto SOS Turista e alla Carta dei Diritti del Turista, giunta ormai alla decima edizione. L'ultimo anno è stato particolarmente sfortunato per i turisti che hanno assistito al fallimento di compagnie aeree e di tour operator. Per non parlare dei disagi provocati dalla nube vulcanica che ha paralizzato i cieli Europei. MC ha tutelato numerosi viaggiatori vittime di questi casi fornendo le informazioni necessarie per richiedere i rimborsi e per ottenere i risarcimenti quando dovuti. La Carta dei diritti del turista volume aggiornato annualmente dai dagli esperti dell'associazione, inoltre, è uno strumento utile che racchiude tutta la normativa e spiega in maniera semplice e diretta ai consumatori come muoversi in caso di problemi.

"Ancora prima, spiega Roberto Barbieri, responsabile del settore Turismo di MC, la guida è uno strumento utile per evitare di ritrovarsi in situazioni spiacevoli. Conoscere i propri diritti, infatti nella maggior parte dei casi consente di evitare brutte sorprese"

*Segretario Generale del Movimento Consumatori

ECCO COME FARE

Come destinare il proprio 5 per mille

Con il termine cinque per mille viene definito il meccanismo in virtù del quale il cittadino-contribuente può scegliere di destinare il cinque per mille della propria IRPEF al sostegno del settore non profit, dell'università, della ricerca scientifica e sanitaria. Il contribuente può destinare la quota del 5 per mille della sua imposta sul reddito delle persone fisiche (Irpef), firmando in uno dei cinque appositi riquadri che figurano sui modelli di dichiarazione (Modello Unico PF, Modello 730, ovvero apposita scheda allegata al CUD per

tutti coloro che sono dispensati dall'obbligo di presentare la dichiarazione). È consentita una sola scelta di destinazione. Oltre alla firma, il contribuente può indicare il codice fiscale del singolo soggetto cui intende destinare direttamente la quota del 5 per mille.

www.agenziaentrate.it

Da ritagliare e consegnare a chi compila il tuo Modello 730 o la tua dichiarazione Unico. Se hai solo il Cud e non fai la dichiarazione dei redditi trovi la scheda del 5 x mille alla fine del Cud stesso con le indicazioni per la consegna in banca, in posta o ad un intermediario abilitato.



Il contribuente può destinare la quota del 5 x mille apponendo la propria firma e indicando il codice fiscale 97045640154 del Movimento Consumatori, come a lato riportato, nel primo degli appositi riquadri che figurano sui modelli di dichiarazione. La scelta di destinare il 5 x mille a Movimento Consumatori non esclude la destinazione dell'8 x mille allo Stato o alle Istituzioni religiose

SCELTA PER LA DESTINAZIONE DEL CINQUE PER MILLE DELL'IRPEF (in caso di scelta FIRMARE in UNO degli spazi sottostanti)

<p>Sostegno del volontariato e delle altre organizzazioni non lucrative di utilità sociale, delle associazioni di promozione sociale e delle associazioni e fondazioni riconosciute che operano nei settori di cui all'art. 10, c. 1, lett a), del D.Lgs. n. 460 del 1997</p> <p>FIRMA: <u>Mario Rossi</u></p> <p>Codice fiscale del beneficiario (eventuale): 97045640154</p>	<p>Finanziamento della ricerca scientifica e della università</p> <p>FIRMA: _____</p> <p>Codice fiscale del beneficiario (eventuale): _____</p>
<p>Finanziamento della ricerca sanitaria</p> <p>FIRMA: _____</p> <p>Codice fiscale del beneficiario (eventuale): _____</p>	<p>Sostegno delle attività sociali svolte dal comune di residenza</p> <p>FIRMA: _____</p>

Consumers' approfondimenti

PARLIAMONE



Più tutele per il Made in Italy

di Gustavo Ghidini*

Made in Italy, prodotto in Italia. Espressione usata, e spesso abusata, in svariati ambiti e che richiama le migliori esperienze produttive del nostro Paese. I prodotti italiani, in specifici settori, hanno una eccellente reputazione, giustificata dalla tradizione secolare di artigianato che ha consentito ai nostri imprenditori di esportare il Made in Italy, appunto, in tutto il mondo.

Dire Made in Italy significa garantire qualità italiana. Con il tempo, però, il Made in Italy si è trasformato in un marchio che si può appiccicare su prodotti in tutto e per tutto provenienti da altri paesi per quanto riguarda le fasi della produzione e trasportati in Italia solo per poter apporre il marchio e posizionare in una fascia di mercato più alta, e quindi più costosa, il prodotto.

Nel tessile, nella pelletteria e nelle calzature, il nostro Paese è indubbiamente ai vertici della produzione mondiale per qualità del prodotto e cura dei materiali. Proprio in questi settori, però, il marchio Made in Italy stava rischiando di diventare quasi privo di utilità perché poteva essere utilizzato non solo dagli artigiani che effettivamente ne avevano titolo ma praticamente da chiunque.

Molti si sono spesi in discorsi e denunce sulla necessità di intervenire ma nessuno aveva mai trovato il modo di dare effettiva tutela a questo nostro patrimonio. Con la legge 55 del 2010 il Parlamento italiano ha cercato di porre un freno a questo annacquamento del marchio almeno con riferimento ai settori di cui si parla. La legge prevede alcuni paletti, più rigidi del passato, perché si possa utilizzare il marchio, ma ancora prima propone un segnale netto di

svolta. L'intenzione di tutela non è solo annunciata ma anche messa in pratica. Il segnale è importante sia per i produttori disonesti sia per i produttori onesti che possono finalmente intravedere l'effettiva tutela da parte delle istituzioni in un settore così delicato e importante.

Per poter utilizzare il marchio Made in Italy, l'imprenditore dovrà, in primo luogo, garantire la conformità dei processi di lavorazione alle norme vigenti in materia di lavoro, garantendo il rispetto delle convenzioni siglate in seno all'Organizzazione internazionale del lavoro lungo tutta la catena di fornitura, sulla certificazione di igiene e di sicurezza dei prodotti, sull'esclusione dell'impiego di minori nella produzione, sul rispetto della normativa europea e sul rispetto degli accordi internazionali in materia ambientale. Di tutto ciò dovrà essere dato conto in etichetta. Inoltre, almeno due delle fasi della produzione dovranno essere effettuate in Italia e per le altre deve essere garantita la tracciabilità. In caso di violazione sono previste misure severe che vanno dalla multa alla confisca, fino alla reclusione per le violazioni reiterate.

L'appuntamento è per il 1 ottobre, data di entrata in vigore delle disposizioni. Solo allora potremo capire l'effettiva portata delle nuove regole.

Nel frattempo dovranno essere predisposti una serie di regolamenti attuativi che dovranno dare corpo alla norma. Molto rimane ancora da fare per la tutela sostanziale del Made in Italy ma perlomeno una strada è stata intrapresa.

*Presidente Onorario del Movimento Consumatori

* ConsumerEuropa

L'Ue promuove la auto ecologiche

La Commissione Ue intende sostenere la ricerca e l'innovazione nelle tecnologie verdi, e proporre orientamenti per gli incentivi alla domanda del mercato automobilistico. L'auto rappresenta oggi un rischio ambientale notevole: entro il 2020 il parco automobilistico globale dovrebbe passare da 800 milioni a 1,6 miliardi di veicoli, per arrivare entro il 2050 a 2,5 miliardi. A ciò si aggiunge una carenza crescente di risorse energetiche, i cui costi sono destinati ad aumentare. Secondo la Commissione europea i gruppi propulsori elettrici a emissioni di carbonio estremamente basse e le pile a combustibile alimentate a idrogeno sono le tecnologie più promettenti, per incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di veicoli puliti ed efficienti. Diverse sono le azioni volte a promuovere la mobilità elettrica: assicurare che i veicoli a propulsione alternativa siano sicuri come quelli convenzionali; promuovere norme comuni che consentano a tutti i veicoli elettrici di essere ricaricati ovunque nell'Ue; incoraggiare l'installazione di punti di ricarica pubblicamente accessibili; promuovere lo sviluppo di reti elettriche intelligenti; aggiornare le regole e promuovere la ricerca sul riciclaggio delle batterie. L'esecutivo comunitario propone inoltre di aumentare i finanziamenti della Banca europea per investimenti alle imprese che producono e adottano tecnologie non inquinanti e di mettere a punto nuove linee guida sugli incentivi finanziari all'acquisto di veicoli verdi. "Nel 2010", spiega il vicepresidente della Commissione europea, Antonio Tajani, "l'industria europea dell'auto entra in una fase cruciale per definire il suo successo futuro. Senza un forte lavoro di standardizzazione sarà difficile sviluppare un mercato per le auto elettriche. La nuova strategia europea creerà un quadro favorevole, migliorando l'efficienza dei motori convenzionali e assicurando ai consumatori europei una mobilità a bassissime emissioni di carbonio". Gli standard sulla sicurezza di ricarica dovrebbero già essere pronti per quest'anno, mentre quelli per la ricarica delle auto sono previsti per il 2011 e quelli per la sicurezza dei veicoli per il 2012. I maggiori concorrenti dell'Europa, gli Usa, il Giappone e la Cina, sono già un passo avanti e molti critici si chiedono se il pubblico accetterà i più alti costi e l'autonomia limitata delle auto elettriche.

Sonia Chilà

* consumersweb



Il **Trova offerte** consente di confrontare informazioni sulle offerte per la fornitura di elettricità e gas. Basta inserire il cap, il consumo annuo, la tipologia di offerta di interesse. Si potranno visualizzare le offerte dei venditori in zona. Le imprese di energia elettrica devono essere state ammesse all'elenco a iscrizione volontaria, soddisfacendo i requisiti di affidabilità stabiliti dall'AEEG. Le imprese gas devono essere autorizzate dal ministero dello Sviluppo economico.

<http://trovaofferte.autorita.energia.it/trovaofferte/TKStart.do>

tra le righe di Lorenzo Miozzi

Uscire dalla crisi, dalla parte del consumo consapevole

Dopo aver analizzato il crac del 2008 e le sue cause socio-economiche nel precedente saggio "La crisi, e poi?", Jacques Attali estende ora la sua riflessione alle fasi cruciali della vita collettiva e di quella personale. In una realtà complessa come quella di oggi, però, diventa sempre più arduo superare le difficoltà che incontriamo nel nostro cammino. Per questo l'autore individua sette principi da applicare, di volta in volta, di fronte alle avversità, siano esse di natura macroeconomica internazionale (la crisi finanziaria) o privata (un amore che sta per finire).

Uscire vincitori da una crisi non è facile, ma se ne può venir fuori in uno stato di gran lunga migliore di quello in cui ci siamo entrati. Lo scopo di Attali è questo: suggerire strategie precise e concrete che permettano a ognuno di "cercare uno spiraglio nella sventura" e di sapersi destreggiare tra gli ostacoli che si presenteranno, senza affidarsi ad altri, ma contando sulle proprie forze per sopravvivere meglio. Lezioni di vita – come le definisce l'autore – da ricordare e da applicare in ogni periodo buio della nostra esistenza.



Jacques Attali
Sopravvivere alla crisi. Sette lezioni di vita
Fazi Editore
185 pagine – 17,50 euro

Un libro che è una sorta di guida per scegliere consapevolmente i fornitori di elettricità e di gas, per risparmiare denaro e per tutelare l'ambiente. Un manuale pratico che non solo permette di ridurre i costi sulla bolletta, ma soprattutto invita a non depauperare le risorse del pianeta. L'attuale crisi energetica e climatica rende, infatti, quanto mai necessaria la sensibilizzazione dei cittadini e delle istituzioni ad un uso consapevole dell'energia. Pietro Raitano, direttore di Altreconomia, fornisce i consigli pratici per scoprire le fonti rinnovabili, limitare gli sprechi domestici, raccontando anche le esperienze dei gruppi di acquisto collettivo e di autoproduzione di energia. Dopo la liberalizzazione del mercato energetico, tutti possono scegliere a chi pagare le bollette dell'elettricità e del gas. Per questo assistiamo a una crescente campagna pubblicitaria di aziende che promettono risparmi e tutela dell'ambiente. Come districarsi tra le numerose offerte? Con l'aiuto di "L'energia che ho in mente" possiamo analizzare le offerte per scegliere la soluzione migliore per noi.



A cura del Gruppo Elettrogeno
L'energia che ho in mente
Editore Altreconomia
72 pagine – 4,00 euro

Consumers' notizie

RC auto

RC auto. Movimento Consumatori: "Bene indagine antitrust. Si faccia chiarezza su continui aumenti"

Movimento Consumatori definisce opportuna l'indagine conoscitiva nel settore della Rc auto, annunciata dall'Antitrust.

I prezzi, infatti, nonostante gli interventi legislativi e regolatori degli ultimi cinque anni sono aumentati. Il mercato dell'RC Auto, spiega Lorenzo Miozzi, presidente del Movimento Consumatori, "è 'drogato' da continui aumenti ingiustificati.

Negli ultimi quindici anni c'è stata un'impennata di ben il 170%.

Che fine hanno fatto l'indennizzo diretto, gli agenti plurimandatari introdotti da Bersani? Questi provvedimenti, che dovevano garantire la diminuzione dei prezzi delle polizze, sembra non abbiano trovato spazio.

Inoltre, la comparazione dei prezzi delle polizze on line", continua Miozzi, "servizio messo a disposizione dal ministero dello Sviluppo Economico, è carente di informazioni e non aiuta quindi nella scelta più conveniente.

Il risultato è che, dopo tre anni di applicazione del nuovo sistema, l'attesa riduzione dei costi, con effetti benefici sui consumatori, non si è verificata.

Anzi. Ben venga, quindi, questa indagine, per fare maggiore chiarezza in un settore che costa sempre più ai consumatori e che incide in maniera negativa sul bilancio delle famiglie già in crisi".



Energia: nuove regole e tariffe per ricaricare le auto elettriche

Ricaricare l'auto elettrica direttamente presso la propria abitazione, il garage o nel parcheggio condominiale, adesso è possibile. Lo prevede un provvedimento dell'Autorità per l'energia che elimina i vincoli normativi che ostacolavano la predisposizione di eventuali punti di ricarica anche presso le utenze domestiche. Secondo una vecchia normativa, infatti, ai consumatori domestici era vietato disporre di un duplice punto di fornitura elettrica nella stessa unità immobiliare. Poiché le batterie dei veicoli elettrici devono essere ricaricate, la disponibilità di punti di ricarica è un fattore condizionante dello sviluppo virtuoso della mobilità elettrica, un settore che vede impegnati diversi grandi produttori e nel quale è atteso l'arrivo di diversi modelli.

La Commissione europea convoca gruppo di esperti per la ricerca di soluzioni in materia di diritto dei contratti

Per migliorare la tutela dei consumatori nei contratti transfrontalieri, la Commissione europea ha istituito di recente un gruppo di 18 esperti, tra giuristi, notai e rappresentanti delle Associazioni dei consumatori, che dovranno formulare proposte. Il gruppo si riunirà una volta al mese fino a maggio 2011. In estate la Commissione avvierà una consultazione pubblica, che resterà aperta fino a gennaio 2011, sulle modalità più adeguate per migliorare ulteriormente la coerenza del diritto dei contratti, che potrebbe configurarsi come diritto facoltativo. Ad esempio, un rivenditore irlandese in trattativa con un fornitore

francese ma sprovvisto di una conoscenza adeguata del diritto francese potrebbe optare per la normativa europea per la disciplina del contratto. E per gli acquisti su Internet, premendo un "tasto blu" sul sito web un consumatore polacco potrebbe scegliere lo strumento di diritto europeo dei contratti e assicurarsi così un livello elevato di tutela.

Auto: studio Accenture, l'Italia vuole l'auto ecologica

L'interesse per i veicoli ecologici è in costante crescita, ma alla base della scelta d'acquisto non ci sono più solo i bassi consumi, ormai dati per scontati. Secondo un'indagine condotta da Accenture su oltre 1.800 consumatori in Italia, Germania, Francia, Stati Uniti e Canada, emerge che il 60% degli intervistati sceglierebbe un'auto ibrida o elettrica piuttosto che un'auto alimentata esclusivamente a benzina, purché il nuovo veicolo sia comparabile e superiore anche in termini di comfort di guida, prestazioni, stile e manutenzione.

Enac: Ryanair multata per 3 milioni di euro - 178 violazioni per mancata assistenza ai passeggeri durante la crisi per la cenere del vulcano islandese

L'ENAC, Ente Nazionale per l'Aviazione Civile, comunica che al termine delle indagini svolte - ha comminato alla compagnia aerea irlandese Ryanair multe per 3 milioni di euro circa, avendo questa violato in 178 casi gli obblighi di assistenza ai passeggeri stabiliti dalla legge in caso di cancellazione del volo. Le 178

violazioni contestate si riferiscono ad altrettanti casi accaduti nei giorni compresi fra sabato 17 e giovedì 22 aprile scorso, durante i quali furono cancellate centinaia di voli, per effetto del blocco degli spazi aerei in quasi tutta Europa, a seguito dell'eruzione del vulcano islandese Eyjafjallajökull e moltissimi passeggeri rimasero bloccati negli aeroporti. In particolare l'Enac ha addebitato a Ryanair di non aver prestato ai passeggeri rimasti a terra nello scalo di Ciampino, l'assistenza prescritta in questi casi dall'art. 9 del Regolamento (CE) n. 261/2004 (pasti, bevande, pernottamento).

Acquisto Certificato. Agibilità, sicurezza ed efficienza energetica degli immobili

Il Consiglio Nazionale del Notariato e 12 Associazioni dei Consumatori, ha presentato la sesta "Guida per il Cittadino" dedicata alle nuove norme relative agli edifici, sotto il profilo della sicurezza e del risparmio energetico, che consentono all'acquirente di conoscere la qualità di un immobile da acquistare e la spesa da sostenere per la sua gestione. Dopo i vademecum dedicati al Mutuo immobiliare (due edizioni), al Prezzo Valore, al Contratto preliminare e all'Acquisto di immobili in costruzione, prosegue la consolidata e proficua collaborazione tra il Consiglio Nazionale del Notariato e le Associazioni dei Consumatori di cui queste Guide, ispirate a una comunicazione trasparente ed efficace per la tutela del cittadino, rappresentano uno dei momenti più significativi.

* I conti in tasca

Italia: salari sotto la media e fisco "pesante"

Il tenore di vita degli italiani?

Quel è lo stato attuale delle tasche della popolazione? A descriverlo è il rapporto annuale Taxing Wages stilato dall'Ocse (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico): lo Stivale arriva appena a quota 23 nella classifica sul livello dei salari medi dei Paesi aderenti all'organizzazione.

In Italia, insomma, i salari sono sotto la media: il medio netto annuale tocca quota a 22.027 dollari.

Un dato che si pone ben al di sotto dei 26.359 dollari di media Ocse. Scoraggia anche il confronto con la media europea: tra i quindici Stati membri il salario annuale netto medio arriva a 28.454 dollari.

Salari bassi, ma anche fisco "pesante": una voce che influisce nelle tasche del Belpaese assai più che nel resto della classifica. Nel 2009, la pressione fiscale in Italia si è attestata intorno al 46,5%. Peggio, nell'Ocse, ci sono solo Belgio, Ungheria, Germania, Francia e Austria. Il fisco è rimasto fondamentalmente stabile tra 2009 e 2008, con un decremento registrato minimo, pari allo 0,03%.

* dalle sezioni

Molise

Trasporto ferroviario in Molise, si cercano soluzioni

Le associazioni di consumatori sono state convocate dall'assessore ai trasporti Luigi Velardi, insieme ad aziende e istituzioni per trovare soluzioni ai problemi del trasporto ferroviario in Molise. "La convocazione delle Associazioni degli utenti, infine decisa dall'Assessore, è un fatto importante - ha dichiarato Filippo Poleggi, presidente del Movimento Consumatori Molise - che sollecitiamo da tempo, così come registriamo positivamente il proposito di costituire l'Osservatorio regionale dei trasporti come previsto da varie disposizioni di legge, con estrema chiarezza dalla "finanziaria" nazionale del 2008 e come rivendichiamo da tempo".

L'Assessore ed i tecnici hanno presentato la Carta dei servizi, che le Associazioni si sono riservate di esaminare, ed illustrato alcuni dei provvedimenti contenuti nel nuovo contratto di servizio tra La Regione Molise e Ferrovie Italiane.

campobasso@movimentoconsumatori.it

Verona

Verona: mettiamo in Comune l'educazione finanziaria

A maggio Verona ha ospitato la campagna nazionale di educazione finanziaria "Prenditi cura del tuo denaro: mettiamo in Comune l'educazione finanziaria" patrocinata dal Comune di Verona e promossa dall'Ance e dal Consorzio PattiChiari in collaborazione con le associazioni dei consumatori.

Per tutta la settimana dalle 8.30 alle 13, nell'atrio di Palazzo Barbieri, è stato allestito un punto informativo a disposizione dei cittadini per fornire informazioni e chiarimenti su bilancio familiare, mutui e conto corrente. "L'iniziativa ha riscosso un grande successo tra i cittadini, ha spiegato Monica Multari, presidente del Movimento Consumatori di Verona, segno che i consumatori sono sempre più attenti alle questioni finanziarie. In questi tempi di crisi, poi, le famiglie vogliono essere informate su come effettuare le scelte più opportune in base alla loro situazione economica".

verona@movimentoconsumatori.it

Lombardia

Lombardia, l'avvento della tv digitale

"L'imminenza del passaggio alla Tv digitale anche per i cittadini lombardi rende quanto mai necessaria una riflessione su come avverrà questo passaggio e su quali problemi si prospettano all'orizzonte per i cittadini della nostra regione", spiega Cristiano Maccabruni, presidente di MC Lombardia. "Per questo motivo, insieme a altre 3 associazioni, abbiamo deciso di attuare il progetto "sintonizziamoci" che ha come obiettivo principale quello di diffondere tra la cittadinanza, di lingua italiana e straniera, la conoscenza della TV Digitale e dei cambiamenti che il suo avvento comporterà così da permettere a più persone possibile di giungere preparate allo switch off. Inoltre il progetto si propone di incentivare i giovani a farsi parte attiva presso i propri familiari e conoscenti per l'installazione degli apparati necessari alla visione della TV Digitale. Questo anche grazie alle attività che verranno svolte nelle scuole lombarde.

lombardia@movimentoconsumatori.it

Consumers' iniziative

Buone pratiche e sostenibilità

Terra Futura, appuntamento a Firenze con le buone pratiche di sostenibilità

terrafutura



Arriva a Firenze Terra Futura, la più grande mostra-convegno internazionale delle buone pratiche di sostenibilità ambientale, economica e sociale. La manifestazione, giunta alla sua VII edizione, propone un'area espositiva sempre più ampia, nonché un fitto calendario di appuntamenti culturali, laboratori, momenti di animazione e spettacolo. Terra Futura è un'iniziativa che nasce dall'obiettivo, comune e mai troppo condiviso, di prendersi cura del pianeta, garantendo alla Terra un futuro e mettendo al centro le "buone pratiche" di sostenibilità. Come? Occupandosi della vita quotidiana, delle relazioni sociali, del sistema economico e dell'amministrazione della cosa pubblica.

"Terra Futura! ha l'obiettivo di promuovere e far conoscere al grande pubblico le iniziative che, attraverso la sperimentazione di "modelli sostenibili" di vita, di consumo, di produzione e di governo, contribuiscono a salvaguardare l'ambiente e a tutelare i diritti delle persone e dei popoli. Terra Futura è anche un luogo di dialogo tra istituzioni, imprese eticamente orientate, organizzazioni non profit e cittadini, nonché il punto di partenza per la creazione di reti e alleanze trasversali, sinergie efficaci e nuove progettualità.

Numerose le iniziative speciali di questa VII edizione targata 2010. Tra le altre: la "Borsa delle Imprese Responsabili - Green Business Meeting", "terrafutura per la scuola", il "Premio Architettura e Sostenibilità" e "terra futura international". Il tema di Terra Futura di quest'anno è quello delle "Comunità sostenibili e responsabili": un progetto di società per uscire dalla crisi e rendere la ripresa finalmente "diversa". La città, che è spazio ma anche comunità, è il teatro dei tre aspetti della crisi: che è economica, ecologica e sociale. Ma è

anche il luogo da cui ripartire, creando finalmente un'alternativa.

I numeri dell'edizione 2009, rendono l'idea della dimensione della manifestazione: più di 87mila visitatori, 600 aree espositive con più di 5mila enti rappresentati, 215 eventi culturali e 800 relatori. Terra Futura 2010 è un'iniziativa promossa e organizzata da Fondazione Culturale Responsabilità Etica Onlus per il sistema Banca Etica, Regione Toscana e Adescoop-Agenzia dell'Economia Sociale. È realizzata in partnership con Acli, Arci, Caritas Italiana, Cisl, Fiera delle Utopie Concrete, Legambiente. In collaborazione e con il patrocinio di Provincia di Firenze, Comune di Firenze, Firenze Fiera SpA e molte altre realtà nazionali e internazionali.

Movimento Consumatori è presente a Terra Futura con uno stand nel settore espositivo "AZIONI GLOBALI", l'area dedicata all'intercultura, pace, diritti umani, volontariato, campagne di sensibilizzazione e finanza etica.

Nel quadro di Terra Futura per la Scuola, MC propone "Sali in Zucca", uno spettacolo teatrale educativo che, attraverso il linguaggio divertente e ironico del teatro, conduce i più piccoli - e anche, perché no, gli adulti - in un viaggio alla scoperta dell'educazione alimentare! È un racconto messo in scena dalla compagnia "i D.A.D.I." che guida gli spettatori attraverso alcune fondamen-

tali tematiche connesse all'alimentazione. Partendo dalla distanza che un prodotto deve percorrere per arrivare fino alle nostre tavole, ad esempio. Passando per la stagionalità, il "misterioso" mondo delle coltivazioni, più o meno intensive. Senza tralasciare le proprietà dei cibi e la loro - eventuale - capacità di darci ciò di cui abbiamo bisogno. Una riflessione sul cibo, insomma: perché il motto dell'iniziativa è che "in tema di alimentazione di tutto si ha bisogno, fuorché di zucche vuote".

www.terrafutura.it

Nel dettaglio

Un futuro equo e sostenibile

La settima edizione di Terra Futura si svolgerà alla Fortezza da Basso, a Firenze, dal 28 al 30 maggio 2010. È una grande mostra-convegno, con un'ampia area espositiva, un calendario di appuntamenti culturali di alto spessore, laboratori e momenti di animazione e spettacolo.

Nata dall'obiettivo comune di garantire un futuro al nostro pianeta - e di farlo insieme - la manifestazione mette al centro le tematiche e le "buone pratiche" della sostenibilità sociale, economica e ambientale, attuabili in tutti i campi.

* Dire, fare, riciclare

Festeggiare in casa salvaguardando soldi e ambiente

L'arrivo di temperature più piacevoli scatena la voglia di vivere all'aperto e ci rende più attivi. In questo clima più allegro è d'obbligo un'allegria compagnia! Ma occorre fare attenzione a non farsi prendere la mano dalle serate trascorse fuori casa, spesso dispendiose e poco originali. Allora perché non festeggiare l'estate riscoprendo il piacere di ricevere i propri amici in casa?

Possiamo trasformare questo momento di intimità in una festa originale e conviviale, a partire dalla cucina che può offrire vantaggi inaspettati. Per esempio scegliendo frutta e verdura di stagione, si possono proporre dei piatti freschi e a poco prezzo.

Le verdure e la frutta di stagione infatti costano meno, perché in generale non hanno bisogno di additivi chimici per la loro maturazione e sono coltivate più vicino al luogo di consumo diminuendo i costi di trasporto.

E se dalla serata in compagnia derivasse qualche avanzo di cibo o altri rifiuti, niente paura, tutto si ricicla! tanto gli avanzi che gli imballaggi!

Gli imballaggi ad esempio si prestano molto bene per aiutarci a dare un tocco originale alla nostra tavola creando una decorazione speciale. La carta e il cartone presenti nelle nostre case ci vengono in aiuto e sono un materiale ideale per dare sfogo alla nostra creatività.

Se utilizziamo supporti usa e getta, ricordiamo che i piatti e bicchieri in cartoncino accoppiato a plastica biodegradabile (in genere mater-bi) sono biodegradabili ed insieme ai tovaglioli in carta vanno nella raccolta dell'umido una volta utilizzati, pronti a diventare nuovo "compost" per i prossimi raccolti. Ulteriori dettagli potete trovarli visitando il sito www.comieco.org. Se stiamo attenti alle nostre scelte possiamo risparmiare denaro e contemporaneamente salvaguardare l'ambiente.



FOCUS FAIRTRADE

Sin fronteras: lo spirito cooperativo per il commercio equo

È attiva da cinque anni e unisce circa 30 cooperative agricole di otto paesi diversi, mettendo in rete in modo paritario un rapporto cooperativo fra nord e sud del mondo. L'Associazione delle Cooperative Sin Fronteras, primo processo di internazionalizzazione cooperativa nato anche con la collaborazione della Fondazione Slow Food per la Biodiversità, permette a produttori di continenti diversi di scambiarsi conoscenze e di controllare direttamente, in qualità di soci, tutta la filiera agroalimentare, dalla coltivazione alla trasformazione e commercializzazione, sulle basi di una collaborazione reciproca, cooperativa e imprenditoriale. Era il 1983 quando gli apicoltori di Conapi attivarono i primi contatti con apicoltori del Nicaragua. Questa esperienza continua e si è allargata attraverso l'associazione Sin Fronteras di cui oggi beneficiano 5000 famiglie di produttori che applicano il metodo di coltivazione biologico. Di fronte alla crescente omologazione alimentare e alla grande distribuzione organizzata, le realtà associate a

Sin Fronteras operano per preservare la biodiversità e la tipicità alimentare e per portare sulle tavole del mondo dei veri e propri "doc" che valorizzano le caratteristiche naturali del territorio da cui provengono secondo tre grandi valori: la qualità secondo i principi di Slow Food, l'equo e solidale secondo i criteri del Fairtrade, il biologico secondo Ifoam e l'agroecologia. Fanno parte a vario titolo della rete Sin Fronteras, oltre all'italiano Conapi, anche il consorzio per il microcredito Etimos, la cooperativa sociale Placido Rizzotto - Libera Terra, nonché alcune delle cooperative biologiche ed equosolidali più significative dell'America Latina (Nicaragua, Costa Rica, Perù, Argentina, Brasile, Guatemala, El Salvador, Messico e Panama). Grazie a questo rapporto, i produttori possono rivolgersi al consumatore finale nel modo più diretto ed immediato possibile, dal sud al nord del mondo e viceversa. È così che la pasta Libera Terra (prodotta a partire da grano coltivato nei terreni siciliani confiscati alla mafia) viene venduta in Costa Rica, e che

nella grande distribuzione italiana sono commercializzati il miele, il cacao, le cioccolate, lo zucchero di canna, il caffè, gli anacardi, i succhi di frutta, i frollini biologici ed equosolidali Alce Nero.

Paradigmi comuni per l'Associazione delle cooperative Sin Fronteras l'adesione a principi della legalità, l'adozione del biologico nella produzione agricola e nell'allevamento, l'adesione ai principi del fairtrade, il costante impegno verso la qualità secondo le linee tracciate nel mondo da Slow Food, la necessaria partnership con chi contribuisce a trasformare e distribuire questi prodotti, così come con chi ricerca e raccoglie le risorse economiche più opportune (attraverso progetti di microcredito per l'affermazione di questi modelli).

Per informazioni:

www.cooperativasinfronteras.net

www.alceneromielizia.it/associazione-sin-fronteras

Consumers' magazine
il mensile dei consumatori

CONSUMERS' MAGAZINE - Periodico mensile
Registrazione del Tribunale di Roma n. 464
dell'8 Ottobre 2007

MOVIMENTO CONSUMATORI - ASSOCIAZIONE
Via Piemonte, 39/A - 00187 ROMA
Direttore responsabile: Rosa Miracapillo
A cura di: Angela Carta, Angela Gennaro
e Piero Pacchioli

Progetto grafico: GIPSI Soc. Coop. Sociale ONLUS
Via G. Gerlin, 16/8 - 30173 Mestre Venezia
Stampa: CENTRO STAMPA EDITORIALE S.r.l.
Via del Lavoro, 18 - 36040 Grisignano di Zocco

Consumers' news

LE NOTIZIE DEI CONSUMATORI



**MOVIMENTO
CONSUMATORI**

insieme per una società responsabile



Banche & Consumi

Che rapporto
hai col tuo
istituto
di credito?

**Dì la tua su www.movimentoconsumatori.it
e scopri i risultati del sondaggio sul prossimo numero di CM**

Iscriviti alla nostra Newsletter Consumers' news

Riceverai ogni settimana aggiornamenti puntuali sulle attività e iniziative del Movimento Consumatori, le ultime news consumi e le promozioni, le convenzioni e i servizi offerti dalla nostra ciazione. Per iscriverti:
<http://www.movimentoconsumatori.it/signup.asp>
Iscrizione semplice e gratuita. E puoi decidere di cancellarti in ogni momento.

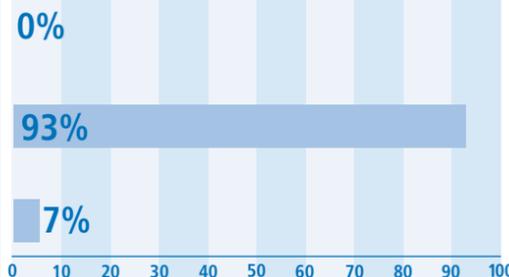
Risultati del WebSondaggio: Donne e Media

**Il modello
della donna
veicolato
in tv è:**

Corretto. Tutte le sfaccettature del ruolo della donna sono rappresentate in modo equilibrato

Artefatto e imposto. Riduce la donna a merce. E' un modello sbagliato

E' prevalente il modello "velina". Dopotutto è solo spettacolo e non fa male a nessuno



Tutti i cittadini sono soprattutto consumatori. Tutti i consumatori hanno diritti.

Il Movimento Consumatori è un'associazione autonoma e indipendente senza fini di lucro, nata nel 1985 per iniziativa di un gruppo di cittadini ed esperti. Si propone di offrire ai cittadini migliori condizioni di consumo, cercando di influenzare le controparti istituzionali e private affinché forniscano servizi e prodotti adatti alle esigenze degli utenti. Il Movimento aiuta, segue e consiglia i propri soci con servizi di consulenza specializzati, li rappresenta presso organismi pubblici e privati, erogatori di servizi e fornitori di beni, e li sollecita a prendere coscienza dei propri diritti e delle proprie responsabilità. Le più di 60 sedi sul territorio nazionale erogano sia un servizio di informazione e orientamento sui diritti dei consumatori, sia consulenza e tutela legale ex-post, attività centrale dell'associazione. MC mette inoltre a di-

sposizione una procedura di conciliazione per: Telecom, TIM, H3G, Vodafone, Wind, Fastweb, Poste Italiane, Bancoposta, Postevita, Bancaintesa, MPS, Edison, Enel, ENI, Sorgenia, Ania, Unipol, Trenitalia. MC sostiene tante realtà impegnate trasversalmente su temi fondamentali come: tutela dei minori, ambiente, cultura e solidarietà, consumo critico e commercio equo-solidale. MC si è anche battuto per la riduzione del prezzo del latte per neonati. Numerose famiglie risparmiano su questi prodotti con i Gruppi d'acquisto MC. Grazie agli osservatori Farmaci & Salute, Credito & Risparmio e Pubblicità ingannevole, MC ha promosso importanti campagne, tutelato migliaia di cittadini risparmiatori, vagliato centinaia di pubblicità verificandone fondatezza e non ingannevolezza.

diventa socio

Il Movimento Consumatori si finanzia attraverso la partecipazione a progetti assegnati dalle pubbliche istituzioni e attraverso le quote associative. Con MC puoi iscriverti e assicurarti gratuitamente, per un intero anno, con una polizza assicurativa di tutela legale. Movimento Consumatori e D.A.S. Assicurazioni S.p.A. hanno stipulato una convenzione esclusiva per i soci del Movimento Consumatori, che potranno scegliere la polizza "Contratto Protetto" o "Vita Privata" per ogni controversia futura alla data di iscrizione al MC.

Perché prevenire ti permette di far valere i tuoi diritti con ancora più forza!

Leggi le condizioni complete sul sito www.movimentoconsumatori.it o scrivi a info@movimentoconsumatori.it; oppure telefona allo 06-48.800.53 o rivolgiti alla sede MC più vicina.

Puoi diventare:

Socio simpatizzante - quota 15 euro:

iscritto al Movimento Consumatori con diritto all'abbonamento al mensile Consumers' magazine e alla polizza assicurativa di tutela legale "Contratto protetto", per un anno.

Socio ordinario - quota 35 euro:

iscritto al Movimento Consumatori con diritto alla consulenza legale per un anno, all'abbonamento al mensile Consumers' magazine e alla polizza assicurativa di tutela legale "Contratto protetto", per un anno.

Socio Sostenitore - quota 50 euro:

iscritto al Movimento Consumatori con diritto alla consulenza legale per un anno, all'abbonamento al mensile Consumers' magazine e alla polizza di tutela legale "Vita privata", per un anno.

Puoi versare la quota associativa tramite:

bollettino postale c/c n° 66.700.709

bonifico bancario BANCOPOSTA - IBAN: IT 36 N 07601 03200 0000 66700709 intestato a:

Movimento Consumatori - Sede Nazionale - via Piemonte, 39/A - 00187 Roma.

Puoi utilizzare anche la carta di credito, **pagando on line**

<http://www.movimentoconsumatori.it/associarsi.php>

Per attivare il prima possibile il sistema di tesseramento invia una e-mail confermando i tuoi dati a:

tesseramento@movimentoconsumatori.it

oppure invia un fax allo 06-48.20.227 all'attenzione dell'ufficio tesseramento MC. Informazioni: tel. 06-48.800.53

* Contatti

Sezioni e sportelli Ecco la rete territoriale

Il Movimento Consumatori conta attualmente circa 60 tra sezioni e sportelli, operanti in tutta Italia. Per usufruire del servizio di consulenza legale cercate la sede locale del Movimento Consumatori a voi più vicina. Gli indirizzi delle sedi MC si trovano sul sito nazionale www.movimentoconsumatori.it

ABRUZZO

Vasto, Tel. 0873/370783

BASILICATA

Potenza, Tel. 338/2815610

CALABRIA

Cosenza, Tel. 0984/464317

CAMPANIA

Benevento, Tel. 320/0551748

Caserta, Tel. 0823/220742

Salerno, Tel. 081/5184774

EMILIA ROMAGNA

Forlì, Tel. 0543/370705

Modena, Tel. 059/3367171

Parma, Tel. 0521/289962

LAZIO

Roma Casilino, Tel. 06/83088020

Tivoli (RM), Tel. 0774/334270

LIGURIA

Genova, Tel. 010/2471188

Sanremo (IM), Tel. 0184/597675

Savona, Tel. 340/0759343

LOMBARDIA

Bergamo, Tel. 035/239565

Brescia, Tel. 030/2427872

Lecco, Tel. 0341/365555

Milano, Tel. 02/80583136

Pavia, Tel. 328/9566100

Varese, Tel. 0332/810569

MOLISE

Campobasso, Tel. 0874/411086

PIEMONTE

Bra, Tel. 0172/431281

Biella, Tel. 015/2524197

Ciriè, Tel. 011/9214938

Cuneo, Tel. 0171/602221

Torino, Tel. 011/5069546

PUGLIA

Andria, Tel. 0883/591030

Brindisi, Tel. 328/2269483

Foggia, Tel. 0881/665803

Molfetta (BA), Tel. 080/3354776

Ostuni (BR), Tel. 0831/305991

San Severo (FG), Tel. 0882/223774

Taranto, Tel. 099/7324647

Trani, Tel. 347/8006116 - 349/4741684

SARDEGNA

Assemini (CA), Tel. 070/9459025

Decimomannu (CA), Tel. 070/9667112

Villamassargia (CI), Tel. 0781/759075

SICILIA

Messina, Tel. 090/2924994

Palermo, Tel. 091/6373538

Trapani, Tel. 0923/909129

TOSCANA

Cecina (LI), Tel. 0586/754504

Firenze Nord, Tel. 055/4250239

Livorno, Tel. 0586/219158

Lucca, Tel. 0583/490004

Massa Carrara, Tel. 0585/75275

Pontedera-Valdera (PI), Tel. 0587/57467

Prato, Tel. 0574/635298-546130

Versilia (LU), Tel. 0584/31811

Piombino, Tel. 348/8974227

UMBRIA

Perugia, Tel. 075/5731074

VENETO

Dolo (VE), Tel. 041/5318393

Padova, Tel. 049/7897525

Treviso, Tel. 0422/545000

Venezia-Mestre, Tel. 041/5318393

Verona, Tel. 045/595210

Vicenza, Tel. 0444/18332641

Se sei interessato ad aprire una sede nella tua città scrivi all'indirizzo affiliazione@movimentoconsumatori.it

- 1) non mentire
- 2) non illudere
- 3) non omettere
- 4) non ingannare
- 5) **per** mille

al movimento consumatori

che vigila e colpisce la pubblicità ingannevole

sostieni con il 5x mille

Ogni pubblicità è una promessa di vantaggi, chiarezza, ottimismo, benefici. Il nostro lavoro è semplice: verificare che le promesse siano mantenute, che tutto sia nel rispetto delle regole.

Perché la cattiva pubblicità danneggia i più deboli: bambini, anziani, persone bisognose di illusioni.

Il nostro Osservatorio sulla pubblicità ingannevole ha colpito, grazie al tuo contributo, pubblicità note nei settori alimentari, telefonici, televisivi, bancari, etc. etc.

Aiutaci o continua ad aiutarci con il tuo 5 x mille perché restino solo le buone pubblicità, quelle che mantengono ciò che promettono.



**MOVIMENTO
CONSUMATORI**

Insieme per una società responsabile

Da ritagliare e consegnare a chi compila il tuo Modello 730 o la tua dichiarazione Unico. Se hai solo il Cud e non fai la dichiarazione dei redditi trovi la scheda del 5 x mille alla fine del Cud stesso con le indicazioni per la consegna in banca, in posta o ad un intermediario abilitato.



Il contribuente può destinare la quota del 5 x mille apponendo la propria firma e indicando il codice fiscale 97045640154 del Movimento Consumatori, come a lato riportato, nel primo degli appositi riquadri che figurano sui modelli di dichiarazione. La scelta di destinare il 5 x mille a Movimento Consumatori non esclude la destinazione dell'8 x mille allo Stato o alle Istituzioni religiose

SCELTA PER LA DESTINAZIONE DEL CINQUE PER MILLE DELL'IRPEF (in caso di scelta FIRMARE in UNO degli spazi sottostanti)

<p>Sostegno del volontariato e delle altre organizzazioni non lucrative di utilità sociale, delle associazioni di promozione sociale e delle associazioni e fondazioni riconosciute che operano nei settori di cui all'art. 10, c. 1, lett. a), del D.Lgs. n. 460 del 1997</p> <p>FIRMA <u>Mario Rossi</u></p> <p>Codice fiscale del beneficiario (eventuale) 97045640154</p>	<p>Finanziamento della ricerca scientifica e della università</p> <p>FIRMA</p> <p>Codice fiscale del beneficiario (eventuale)</p>
<p>Finanziamento della ricerca sanitaria</p> <p>FIRMA</p> <p>Codice fiscale del beneficiario (eventuale)</p>	<p>Sostegno delle attività sociali svolte dal comune di residenza</p> <p>FIRMA</p>