La borsa *della* spesa

bds

Periodico dell'Associazione consumatrici e consumatori della Svizzera italiana

Anno XXXIX
Nr. 8
Dicembre 2013
Fr. 5.–

TEST: PULLOVER DI CASHMERE

TEST: CAFFÈ IN CAPSULE NESPRESSOCOMPATIBILI

PIATTO EQUILIBRATO? ORA SO COSA FARE

PERCHÉ NON RIUSCIAMO A ELIMINARE I CARTELLI?

n.8 dicembre 2013

EDITORIALE	No allo spreco anche per Natale	3
LA POSTA	Nuove tariffe di energia elettrica	4
	Quanto durano le lampadine a risparmio energetico?	4
	Medicina privata e pubblica	4
	FFS, frigo rotto da un mese!	4
	È possibile un paese di provenienza così?	5
	Perché i pomodori costano di più d'estate	5
	Gli antivirus gratuiti sono davvero "inutili"?	5
	Caraffa d'acqua	5
TEST	Morbido, caldo cashmere ma la forma non tiene	6
	Caffè in capsule nespresso-compatibili	10
BAROMETRO DEI PREZZI	Abbigliamento, scarpe, articoli sportivi: nuovo confronto sul barometro di prezzi	9
ACSI	Lampadine e mobilità. Possiamo migliorare!	9
	Passo dopo passo, così riduciamo lo spreco	15
	Ristoranti che cucinano	28
TEST FLASH	Gamberetti, i re delle festività ma con troppi batteri	16
	Quale sabbia per il mio micio?	17
	Microfibra per una macropulizia	17
	"Tutto in 1", tabs meglio del gel	18
INTERNET	Ricardolino.ch. L'imbroglio sempre in agguato	18
VERDE VERT GRÜN	Zurigo	19
PRIMO PIANO	FAIF: più ferrovia per tutti!	20
	CORSI, la parola d'ordine è: "fare rete"	22
ALIMENTAZIONE	Piatto equilibrato? Ora finalmente so cosa fare	21
	Classifica WWF sull'olio di palma	29
SCHEDA	Investimenti finanziari. Dove vanno i nostri soldi?	23
SOTTO LA LENTE	Un logo per certificare i saloni di bellezza	25
DOPPIOCLICK	La foto-estorsione corre sul Web	25
SOCIETÀ	Perché non riusciamo a eliminare i cartelli?	26
	Riduzione dei premi complementari nel reparto comune	27
	Seggiolini auto: quasi nessuna vettura ha pienamente convinto	30

Leggi la BdS 8.13 online su www.acsi.ch con il codice GG383

La borsa della spesa
È il periodico d'informazione dell'Associazione Consumatrici e Consumatori della Svizzera Italiana (ACSI). La rivista è indipendente e non contiene nessun tipo di pubblicità, una precisa scelta dell'associazione che ha lo scopo di garantire la trasparenza, l'obiettività dei giudizi e il rifiuto di ogni forma di condizionamento. La riproduzione di articoli per scopi non pubblicitari è autorizzata, con l'indicazione della fonte e l'invio di una copia giustificativa all'ACSI.

I test comparativi
su beni di consumo, servizi pubblici e privati, prodotti finanziari e assicurativi, ecc. sono l'altro elemento che contraddistingue il periodico: le regole e i metodi dei test comparativi svolti a livello europeo sono coordinati dall'International Consumer Research and Testing, un organismo indipendente che raggruppa le principali associazioni di consumatori. Sul piano nazionale, i test vengono coordinati e svolti in collaborazione con la Federazione romanda dei consumatori (FRC). Per queste ragioni, l'ACSI vieta espressamente la riproduzione anche parziale degli articoli e dei risultati dei test per fini commerciali o pubblicitari.

L'ACSI
è un'associazione senza scopo di lucro fondata nel 1974 che conta oggi oltre 9'000 soci attivi. L'ACSI, in piena autonomia e indipendenza, si pone come scopo l'informazione, la difesa e la rappresentanza dei consumatori e delle consumatrici presso produttori e fornitori di beni e servizi, enti o istituzioni pubbliche.
È membro dell'Alleanza svizzera delle organizzazioni dei consumatori.

I servizi dell'ACSI sono:
- l'Infoconsumi
- la Consulenza alimentare
- la Consulenza casse malati e pazienti
- la Consulenza contabilità domestica
- i Mercatini dell'usato
- lo Scambio dell'usato.

USCITE BDS 2013
1 – inizio febbraio
2 – metà marzo
3 – inizio maggio
4 – metà giugno
5 – inizio agosto
6 – metà settembre
7 – inizio novembre
8 – metà dicembre

La borsa della spesa

Organo di informazione dell'Associazione Consumatrici e Consumatori della Svizzera Italiana
Esce 8 volte all'anno
Quota sociale fr. 40:–
E-MAIL: bds@acsi.ch

EDITORE: ACSI
REDATTRICE RESPONSABILE: Laura Bottani-Villa
IN REDAZIONE: Ivana Caldelari Magaton
CONCETTO GRAFICO: Marcello Coray

HANNO COLLABORATO A QUESTO NUMERO: Antoine Casabianca, Kurt Frei, Katya Schober, Fabrizia Sormani, Paolo Attivissimo, Silvano Toppi, Giuseppe Valli, Mario Jäggli

STAMPA: TBS, La Buona Stampa sa 6963 Pregassona
TIRATURA: 10'000 copie
CARTA: Cyclus Print, riciclata bianca 80gm²
FOTO DI COPERTINA: Pullover in cashmere

Associazione consumatrici e consumatori della Svizzera italiana

PRESIDENTE: Antoine Casabianca
SEGRETARIA GENERALE: Laura Regazzoni Meli
SEGRETARIA AMMINISTRATIVA: Fabrizia Sormani

SEDE: via Polar 46, c.p. 165, 6932 Breganzona
tel. 091 922 97 55
fax 091 922 04 71
E-MAIL: acsi@acsi.ch
ccp 69-4470-1

Laura Bottani-Villa
redattrice responsabile
La borsa della spesa

No allo spreco anche per Natale

Come c'è un'abbuffata di cibo, a Natale c'è pure un'abbuffata di regali presi tanto per comprare: come riempiamo a casaccio il carrello della spesa e poi dobbiamo buttare prodotti e soldi (circa 2'000 franchi all'anno per famiglia), così l'avvicinarsi del Natale scatena la corsa al regalo, all'oggetto, preso a caso, forse solo perché costa poco o perché reclamizzato a un prezzo speciale. Lo "special price" dilaga e strabocca in questo periodo di feste perché il Natale è un'occasione ghiottissima per produttori e commercianti: parliamo di un giro di centinaia di milioni di franchi (quest'anno si stima che ogni svizzero spenderà più di 600 franchi a testa).

Già all'inizio di ottobre siamo bombardati da proposte di idee-regalo e di prezzi vantaggiosi, dall'abbigliamento, sempre in testa alle classifiche, all'elettronica di intrattenimento, per non parlare dei giocattoli. E alla fine cadiamo nella trappola.

Con piccoli accorgimenti, si può fare qualcosa che ci aiuta a non farci condizionare totalmente dal supermercato: come per la spesa, si può fare una lista delle persone e soprattutto della somma di denaro che vogliamo destinare ai regali. Poi, non è necessario comperare oggetti che vanno a riempire cassetti, armadi, cantina e magari anche la spazzatura; si possono regalare emozioni: buoni per cinema, teatro, musica, libri, biglietti ferroviari per una gita o week-end.

È anche molto bello offrire qualcosa che abbiamo fatto noi se abbiamo un hobby, o marmellate e biscotti, se ci piace cucinare. Può essere molto apprezzato anche un invito a cena. I bambini, poi, in particolare quelli più piccoli non sanno se un giocattolo è nuovo o usato, preso magari in un mercatino ACSI: è la gioia e la sorpresa che lo accompagna a far felice un piccolo.

Detto questo, tra sacro e profano, il Natale ha quel non so che che rende tutto più magico. Ognuno di noi ha nel cuore dolci ricordi legati a questa ricorrenza che ci dà pure l'occasione per riscoprire o rafforzare legami affettivi.Ricordiamoci che il dono, anche se non è costoso, contiene la nostra anima, è qualcosa che parla di noi e che può restare per sempre.

Auguri di cuore, cari amici dell'ACSI.

Nuove tariffe di energia elettrica, comunicazione comprensibile ma poco trasparente

Vi segnalo una cosa che ha lasciato perplesso me e molti miei colleghi. Nel tariffario 2014 per la fornitura di energia elettrica della SES, che vi allego, in fondo alla pag.2 si dice: "Salvo comunicazione contraria entro il 30 novembre 2013, verrà applicata la tariffa di consumo per energia rinnovabile prodotta in Ticino". Quindi, se un cliente non si accorge di questo e non comunica di non essere d'accordo con la nuova tariffa, nel 2014 si vede aumentare la corrente, che sarà fatturata come "tiacqua", per 10.15 cts/kwh invece che 9.65 cts/kwh, con un aumento approssimativo del 5%. Non voglio fare il discorso in questa sede sulla bontà o meno dell'investire nell'idroelettrico ticinese, ma proporre un aumento in questo modo a me sembra una pratica scorretta, che ai più passerà sicuramente inosservata. Io non me ne sarei mai accorto se non avessi visto una segnalazione su facebook.

Lettera firmata email

Va detto subito che l'ACSI è sempre stata contraria a questo modo di fare, che vede il cliente generalmente obbligato a muoversi per far valere il suo diritto a mantenere un contratto nei termini che aveva accettato fino al rinnovo proposto. A maggior ragione quando – come nel caso specifico – l'indicazione riguardo al suo diritto di mantenere il tipo di tariffa di consumo di energia elettrica finora proposta, viene fatta in modo cosi poco evidente e chiaro.

tiacqua

Detto ciò occorre riconoscere che:

1. la maggioranza della popolazione ha implicitamente e ripetutamente indicato che preferisce un tipo di energia elettrica alternativa a quella di origine nucleare o da altre origini con forte impatto ambientali, possibilmente da fonti rinnovabili e svizzere.

2.Ne consegue che è più logico e economico per un'azienda distributrice di energia elettrica proprorre al quinto (circa) di consumatori che non si è espresso contro il nucleare di attivarsi per continuare a pagare secondo lo schema abituale, piuttosto che chiederlo ai 4/5 che avrebbero comunque dovuto preferire la fonte di energia rinnovabile proposta e si erano magari lamentati di dover attivarsi per indicare questa loro volontà alla locale azienda elettrica.

Per questo, nel caso specifico, siamo certamente più comprensivi per la scelta operata dalle aziende distributrici di energia, anche se riteniamo che l'informazione poteva e doveva essere fatta in modo più chiaro e forse anche più invitante, favorendo l'adesione a questa tariffa base "nostrana" e magari a quelle ancora più ecologiche come elettronatura o sole per tutti. Ecco il parere che ci sentiamo di esprimere alla legittima domanda del consumatore. Cogliamo l'occasione per rendere attenti i consumatori sulla modalità scelta dalle aziende elettriche per comunicare il cambiamento tariffale e sulla possibilità di far valere i propri diritti d'utenti.

Quanto durano le lampadine a risparmio energetico?

Durante il mese di novembre del 2011 ho acquistato delle lampadine a risparmio energetico presso la Coop hobby; purtroppo dopo 2 anni una si è già spenta. Sono passato in negozio e mi è stato detto che 2 anni sono troppi, quando sull'imballaggio le lampadine vengono "garantite" per una durata di 20 anni!

F.M.-Novazzano

Per acquistare queste nuove lampadine (dal 1° settembre 2012 le lampadine a incandescenza non sono più in vendita) che promettono di durare decenni il consumatore sborsa dei bei soldi. Purtroppo in questo settore la legge non prevede un sistema di garanzia che tuteli il consumatore e che gli consenta di poter beneficiare di una sostituzione del prodotto o del rimborso. Solo rare aziende, come Osram, si distinguono prevedendo una garanzia di 3 o 4 anni sulle lampadine (difatti Migros le ha sostituite senza battere ciglio). Le organizzazioni dei consumatori insisteranno affinché venga istituito un sistema di garanzia anche in questo settore. Nell'attesa, il mezzo più efficace di fare pressione sui produttori è di conservare lo scontrino d'acquisto, segnare la data dell'installazione e in caso di problemi ripresentarsi dal rivenditore per reclamare la sostituzione o il rimborso della lampadina. Infine segnalate all'ACSI i negozianti che non hanno voluto venirvi incontro e quelli che invece l'hanno fatto!

Medicina privata e pubblica

Un fatto mi ha lasciata alquanto perplessa. In un'intervista alla Rivista di Lugano del 20 settembre scorso, il dottor Alexandre Christinat, ex-capoclinica al CHUV di Losanna e ora nuovo collaboratore dello studio Varini-Calderoni, alla domanda se ha registrato un divario fra le prestazioni offerte nell'ambito pubblico e in quello privato, risponde: "In Svizzera, sia pure pagandola cara, possiamo disporre di un'assistenza di qualità in tutte le strutture mediche e ospedaliere. Sta di fatto che l'ambito privato, per le sue stesse dimensioni, riesce a velocizzare gli interventi e a meglio coordinare prestazioni terapeutiche e compiti d'ordine psicologico e sociale. Me ne sono reso conto nella mia nuova esperienza professionale. Il paziente usufruisce di una rete diversificata di sostegni, che fa capo al medico curante che diventa una figura di riferimento. E, fattore importante, rimane sempre presente lungo il percorso delle cure e della degenza". Mi è sembrato di cogliere in questa affermazione il segnale di una discutibile rivalità tra pubblico e privato: non sarebbe meglio, più utile, puntare invece sempre di più sulla collaborazione tra pubblico e privato? E inoltre: dobbiamo rassegnarci a considerare la medicina un business che soggiace alle regole di mercato, "scegliere" le cure mediche influenzati dalla pubblicità, come faremmo all'acquisto di un'automobile, di un apparecchio elettronico...?

G.R. email

Condividiamo pienamente le sue osservazioni! Anche a noi le dichiarazioni riportate suonano come una sorta di spot pubblicitario. Tanto più inopportuno se pensiamo che si sta parlando di uno studio medico che opera in un ambito tanto delicato qual è quello oncologico!

FFS, frigo rotto da un mese!

Il 1° novembre sono salita con un amico a Bellinzona sull'ICN delle 18.34 per Zurigo. Affamati, avevamo progettato di goderci il viaggio cenando sul treno. Arrivati nel vagone ristorante ci aspettava però una brutta sorpresa: il frigo era rotto. Unica possibilità di mangiare: piatto freddo ticinese (senza burro). Va bene, può succedere. Parlando con il cameriere veniamo tuttavia a sapere che il frigo su quel treno è rotto da un mese! Fatti di questo genere non denotano un grande rispetto per i clienti (e neanche per il personale che deve servirli) e non aiutano le FFS a migliorare la loro immagine.

C.S.-Sala Capriasca

In effetti, durante il mese di ottobre su questo treno sono stati riscontrati due differenti guasti al frigorifero. Il primo, del 4 ottobre, è stato riparato non appena il treno è potuto andare in manutenzione in data 6 ottobre. Un secondo guasto, rilevato in seguito, ha reso necessario l'intervento diretto del produttore. La riparazione ha dunque richiesto un maggior lasso di tempo, spiega Andrea Graziani del Servizio clienti FFS, Regione Ticino. Sì, va bene ma un mese senza frigo nel vagone ristorante è veramente una mancanza di rispetto verso i passeggeri, come fa giustamente notare la consumatrice che ha scritto.

Nord e Sud del pianeta: è possibile un paese di provenienza così?

Ho acquistato da Denner un vino da pasto che, come paese di produzione, indica "Paesi di produzione dell'emisfero sud e nord". Mi sembra un po' generico.

L.M. email

In effetti la dichiarazione è piuttosto indefinita al punto da sembrare una barzelletta! Chiesta una spiegazione a Denner, la portavoce Grazia Grassi afferma che "il Vino da pasto è un vino appartenente alla categoria 3 (Ordinanza sul vino) senza indicazione di provenienza. L'indicazione di provenienza "pays de production de l'hémisphère sud et nord" (Paesi di produzione dell'emisfero sud e nord) è pertanto consentita, dato che non può essere indicata una zona geografica di produzione più limitata". Denner in effetti ha ragione! Un vino da tavola può essere un mix di vini provenienti da più paesi ma, visto che la legge non prevede l'obbligo di indicare la provenienza, forse sarebbe meglio tralasciare una simile indicazione.

Perché i pomodori costano di più d'estate che in novembre

Da tempo volevo porvi questa domanda visto che da anni osservo e non solo io, questo trend girando i vari supermercati cantonali (Coop, Migros, Manor ecc.). Vorrei sapere, perché durante l'estate quando é la stagione dei pomodori, dai ramati ai piccadilly, hanno prezzi più elevati che nel mese di novembre.

F.T. email

"Il motivo - ci spiega Paolo Bassetti direttore della FOFT (Federazione orto-frutticola ticinese) - sta nel fatto che come per altri prodotti a livello svizzero i pomodori sottostanno a un preciso regime doganale. Nei mesi di produzione indigena l'importazione è contingentata (importazione permessa solo se la produzione indigena non è sufficiente a coprire la domanda), mentre da ottobre a maggio l'importazione di pomodori è libera. Durante l'estate il prezzo rispecchia i costi di produzione svizzeri rispettivamente varia a seconda della domanda e offerta di prodotto indigeno. Mentre da ottobre a maggio il prezzo è sostanzialmente dettato dal prezzo dei pomodori d'importazione e dalla domanda e offerta a livello europeo. Quindi anche il prezzo delle eventuali produzioni indigene in questi mesi è messo fortemente sotto pressione da quello della merce d'importazione. Ecco perché contrariamente a quello che ci si aspetta a volte gli ortaggi costano meno proprio quando non sono di stagione."

Gli antivirus gratuiti sono davvero "inutili"?

"I malware sono talmente aggressivi che gli scanner gratuiti non possono fare nulla." Così recita, perlomeno, una recente campagna pubblicitaria di Interdiscount di un noto antivirus a pagamento (Symantec di Norton). Ma è vero?

L.B. email

"Non proprio!" afferma l'esperto informatico Paolo Attivissimo, autore della nostra rubrica Doppioclick. "Indubbiamente gli antivirus a pagamento hanno solitamente una gamma di protezioni aggiuntive rispetto a quelli gratuiti: includono per esempio i firewall, i controlli parentali o il blocco dei siti Web truffaldini o infetti, e offrono spesso un supporto tecnico telefonico. Ma molte di queste protezioni sono già presenti nei computer e nei tablet per altre vie: sono integrati nel sistema operativo (Windows, Linux, MacOS, iOS, Android) o nei programmi di navigazione (Firefox, Internet Explorer, Google Chrome e altri): manca soltanto l'assistenza telefonica gratuita.

Gli antivirus gratuiti solitamente sono veloci quanto quelli a pagamento nel riconoscere i nuovi virus grazie agli aggiornamenti, che avvengono automaticamente in entrambi i tipi di prodotto. Anche il numero di virus riconosciuti è molto simile: oltre il 90%. Tecnicamente, insomma, la protezione offerta dagli antivirus gratuiti è ben lontana dal non poter "fare nulla". Quello che conta veramente, però – conclude Attivissimo – non è il fatto di pagare o no, perché la sicurezza informatica è un processo, non un prodotto, e non si ottiene semplicemente installando un programma: servono anche comportamenti prudenti da parte dell'utente. Se l'utente apre allegati inattesi, scarica programmi e giochi piratati, concede amicizia agli sconosciuti, pubblica la foto della propria carta di credito (succede su Twitter presso @needadebitcard) o fa acquisti incauti, allora gli antivirus non possono fare nulla. Neanche quelli a pagamento".

Caraffa d'acqua

L'acqua del rubinetto servita al ristorante continua a suscitare interesse; ecco le ultime segnalazioni che ci sono giunte (una positiva: complimenti!)

Volevo segnalarvi la mia esperienza con la caraffa d'acqua gratuita al ristrante. Abbiano cenato al Pozzo Antico di Tenero;, oltre all'aperitivo e alla bottiglia di vino della casa abbiamo chiesto anche una caraffa di acqua che è stata conteggiata 6 franchi. Ho chiesto spiegazioni e il cameriere mi ha risposto che ha messo in brocca l'acqua non gassata Henniez e che avrei dovuto specificare che la volevo da rubinetto! L'acqua del rubinetto sarebbe stata logicamente gratis!

R.W. email

Vi segnalo che anche in Ticino ci sono ristoratori che propongono spontaneamente la caraffa d'acqua. Alla nostra famiglia di 5 persone é successo al grotto Sprüch di Ludiano dove una gentilissima ostessa, segnalata la nostra intenzione di mangiare un boccone, ci ha offerto spontaneamente 2 caraffe d'acqua.

E.G. email

Mercatino di Bellinzona

NUOVA SEDE

Si avvisa la clientela di ritirare merce e soldi entro sbato 21 dicembre.
La merce non ritirata, sabato 21 sarà venduta al 50%

Poi il mercatino ACSI di Bellinzona resterà chiuso per trasloco.
La riapertura è prevista a gennaio 2014 in data da stabilire.

Nuova sede: Giubiasco, stabile della Polizia comunale, vicino al Municipio.

Morbido, caldo **cashmere** ma **la forma non tiene**

Dieci morbidi pullover di cashmere per donna e uomo sono stati acquistati e messi alla prova per valutare come si comportano dopo essere stati lavati più volte. Ebbene, i risultati non sono entusiasmanti.

Il capo invernale in cashmere è sempre un accessorio apprezzato e ricercato. Con l'inizio della stagione fredda spuntano cartelloni pubblicitari e promozioni di questa preziosa materia che allea morbidezza e proprietà caloriche e invitano ad affrontare l'inverno nel miglior modo possibile. Prodotto di lusso fino a ieri, oggi il cashmere è alla portata di quasi tutti i borsellini: i prezzi oscillano infatti tra 70 e alcune centinaia di franchi.

Ma la qualità di queste fibre è sempre all'altezza della sua reputazione? Lo abbiamo voluto verificare insieme ai colleghi della FRC (Federazione romanda dei consumatori) e dell'emissione televisiva romanda A Bon Entendeur. E per rispondere alla domanda sono stati portati in Laboratorio dieci pullover (alcuni da donna e altri da uomo) dalle finiture diverse ma tutti etichettati come "cashmere" e acquistati nelle principali insegne per capi d'abbigliamento.

Due negozi specializzati, Eric Bompard e Bongénie Grieder, non si trovano purtroppo in Ticino, ma solo nei grandi centri oltre Gottardo: Ginevra, Losanna e Zurigo la prima insegna e, Ginevra, Vaud, Zurigo, Berna, Basilea, Lucerna e Vallese la seconda. Ma si sa, per lo shopping natalizio, ci sono anche consumatori che si spostano a Zurigo o oltre. Inoltre è possibile acquistare questi capi online presso i rispettivi siti internet: www.bongenie-grieder.ch/; www.eric-bompard.com/lang-fr/boutique-vetement-cachemire

È pura lana

Ma veniamo al test. Per cominciare buona notizia: tutti gli articoli che si dicono "100%" o "puro" cashmere, lo sono veramente. Può capitare infatti che il tes-

	CASHMERE COLLECTION	ERIC BOMPARD	B SWISS DESIGN	MADDISON
DISTRIBUTORE	Coop	Eric Bompard	Vögele	Manor
TIPO DI COLLO	rotondo	a V	rotondo	a V
UOMO O DONNA	U	D	D	D
TAGLIA	L	M	L	M
COLORE	grigio	panna	azzurro	grigio
ETICHETTA	100% puro cashmere	cashmere	100% cashmere	100% cashmere
PREZZO	149.–	300.–	139.–	79.90
INFELTRIMENTO (25%)	●	●	●	●
DEFORMAZIONE (25%)	●	⊕	●	●
COLORI (25%)	⊕	●	⊕	⊕
ASPETTO GENERALE (25%)	●	●	●	●
GIUDIZIO GLOBALE (%**)	70	67	65	64

Prezzi indicativi basati sulle indicazioni fornite dai negozi.

** 100% = prodotto ideale

Consigli ACSI

Come trattare il cashmere

Lavaggio
In lavatrice (in una fodera di cuscino o un sacco per biancheria delicata) o a mano, ma assolutamente a 30° o a freddo. Usare un detersivo per lana o shampoo per capelli diluito (si tratta comunque sempre di peli!). Strizzare con dolcezza: meno di 600 giri in lavatrice, e, a mano, senza storcere il tessuto di lana ma arrotolandolo in un asciugamano.

Asciugatura
Stendere in piano il pullover, meglio all'aria aperta e al riparo da luce diretta per evitare che si restringa e perda colore.

Anti-pallini
Passate il pettine anti-peluzzi ma con mano leggera, altrimenti potreste causare dei buchi. Non lavare spesso i capi di lana cashmere ma esponeteli sovente all'aria.
Infine sappiate che più il tessuto è fitto meno formerà pallini... e terrà più caldo!

	BENETTON	WARREN & PARTNER PREMIUM	BONGENIE GRIEDER	ZARA KNIT	YESSICA	PAUL KEHL 1881
	Benetton	Globus	Bongénie	Zara	C&A	PKZ
	a V	rotondo	rotondo	a V	a V	a V
	D	U	D	D	D	U
	M	L	M	M	M	L
	grigio	beige	beige	grigio	beige	beige
	100% cashmere	100% cashmere	100% cashmere	100% cashmere	puro cashmere	puro cashmere
	239.–	199.–	165.–	149.–	79.–	198.–
	●	▲	▲	●	●	●
	●	●	●	●	●	●
	●	⊕	⊕	●	●	●
	●	●	●	●	●	●
	61	59	59	58	57	56

Giudizio globale: buono sufficiente insufficiente

PRIMA DI UN ACQUISTO RICHIEDI I TEST ALL'ACSI

suto non sia sempre esclusivamente composto di soli peli di capra ma che possa essere contaminato da seta o cotone. Anche la qualità delle fibre di lana testate corrisponde alle aspettative anche se alcune sono più grossolane di altre, una differenza che però è difficilmente riscontrabile al tatto di un consumatore poco esperto. Qua e là il Laboratorio ha rinvenuto infine tracce di fibre sintetiche - che vi si sono depositate probabilmente durante al filatura - e, sul modello di Manor, qualche pelo di giara: ma niente di rimarchevole.

Quattro criteri per il test

Per misurare la qualità dei capi in cashmere sono stati considerati quattro criteri:

- la resistenza all'infeltrimento, in particolare alla formazione dei piccoli pallini causata dallo sfregamento;
- la deformazione del capo;
- la tenuta dei colori;
- l'aspetto generale del pullover dopo cinque lavaggi in lavatrice.

Resistono solo i colori

Il primo dato negativo rilevato riguarda l'eleganza: nessun pullover resiste al test "infeltrimento". Prima del lavaggio, quattro capi dimostrano comunque una buona tenuta: i maglioncini di Coop, Bompard, Benetton e C&A escono leggermente arruffati da questa prova preliminare.

Le cose però peggiorano per l'insieme dei campioni dopo avere subito cinque lavaggi in lavatrice con un programma per capi delicati, avendo cura di rispettare alla lettera tutte le indicazioni per l'uso indicate sull'etichetta. Solo i capi di Vögele e Benetton si distinguono per aver subito danni minimi. In generale tuttavia l'integrità e la bellezza dei tessuti messi in lavatrice hanno subito un duro colpo.

Con un'unica eccezione, i maglioni testati raggiungono un punteggio appena sufficiente per quanto riguarda la loro capacità di mantenersi in forma, e ciò benché siano stati asciugati rigorosamente in piano. Fa eccezione l'articolo di Bompard. All'estremo opposto, il pullover di Zara non riesce a riprendere la sua forma originale andando sempre più stretto a chi lo indossa. Fortunatamente l'insieme dei campioni dà buona - quando non eccellente - prova sul fronte della tenuta dei colori.

Per concludere, ecco un consiglio: se alla luce dei risultati del test avete dei dubbi sull'acquisto di un capo in cashmere, potete sempre scegliere un prodotto in alpaca che, in quanto a morbidezza e finezza, non ha nulla da invidiare al cashmere. Ma ha un prezzo più abbordabile e non si spelucca.

@FRC Mieux Choisir (Traduzione Red.)

Allevamento e devastazioni

Ecologia messa a dura prova

Questo tipo di lana ha origine sul territorio dal quale ha preso il nome, il Kashmir, situato tra l'India, il Pakistan e la Cina. È prodotta dalle capre che popolano questa regione e si ottiene a fine inverno, al momento della muta quando si libera il bestiame dal sotto-pelo, una copertura fine che consente agli animali di affrontare le temperature estreme della zona. Attualmente la Cina è il primo paese produttore di cashmere, con 10'000 tonnellate all'anno, seguita dalla Mongolia, poco meno di 3'000. Il resto della produzione mondiale, meno importante quantitativamente, proviene dai paesi vicini.

Una capra fornisce circa 150 grammi di lana: per confezionare un maglione ci vogliono dunque da 4 a 6 animali.

La grande richiesta da parte dei Paesi occidentali della lana cashmere (per farne sciarpe, scialli, guanti, ma anche cappotti o calze) ha favorito forme d'allevamento esclusivo di queste capre e provocato la desertificazione della Mongolia-Interna (regione autonoma della Repubblica Popolare Cinese), che da sola, fornisce il 95% della produzione mondiale. Le autorità tentano oggi di correre ai ripari con misure che contrastano questa tendenza.

Abbigliamento, scarpe, articoli sportivi Nuovo confronto sul barometro di prezzi

In Svizzera identici articoli sportivi invernali sono più cari tra il 15% e il 22% rispetto alle nazioni confinanti (per questo settore, tuttavia, non è stato possibile fare un confronto con l'Italia, perché nella vicina Penisola è stato trovato un numero scarsissimo di prodotti uguali). Per quel che riguarda l'abbigliamento, nel nostro Paese i prezzi risultano più alti fino a un massimo del 27%, tetto che è invece del 15% per le scarpe.

I prezzi degli articoli sportivi invernali sono stati rilevati presso i dettaglianti che vantano la maggior cifra d'affari nelle rispettive nazioni. In Svizzera sono stati quindi considerati SportXX, Athleticum e Ochsner Sport. Per l'abbigliamento sono stati paragonati i prezzi di 115 articoli di H&M, Zara, Esprit, Mango e Vero Moda. I prezzi migliori vengono praticati in Italia, rispetto alla quale in Svizzera sono più alti del 27,4%. Nel confronto con Germania e Austria lo sono invece del 27%, mentre la differenza con la Francia è del 25%.

Considerando la precedente rilevazione riguardante questo settore, fatta tra aprile e maggio 2013, lo scarto rispetto al Paese meno caro è salito dal 25,2% al 27,4%. La metà della progressione è però da ricondurre a un euro leggermente più debole nei confronti del franco svizzero.

In Svizzera le scarpe sono più care tra il 13% e il 15% rispetto a quanto le si paga in Francia, Austria e Germania. La differenza con l'Italia si attesta invece al 6,1%. Sono stati paragonati 85 modelli di scarpe da donna, uomo e bambino che sono venduti in tutte e cinque i Paesi esaminati.

Confrontando la precedente rilevazione, risalente al giugno 2013, la Svizzera risulta leggermente ancora più cara nel paragone con le nazioni confinanti. I risultati dettagliati si trovano nella scheda informativa e su:

www.barometrodeiprezzi.ch.

Video consigli acsi

Lampadine e mobilità possiamo migliorare!

In Svizzera, circa il 14% del consumo totale di elettricità è determinato dall'illuminazione. Per ridurne il peso, da un anno ormai in vendita vi sono solo le lampadine di classe energetica C o superiore. Un bene, perché dal punto di vista energetico le lampadine tradizionali erano estremamente inefficienti, trasformando in luce solo il 5% dell'energia e disperdendo il resto sotto forma di calore. A parità di intensità luminosa, invece, una buona lampada LED consuma fino a 7 volte meno corrente.

Anche nel campo della mobilità c'è spazio per grandi miglioramenti. Il Ticino con 624 auto ogni 1'000 abitanti è il cantone con il più alto rapporto tra automobili e residenti (media nazionale 529). Da noi il 30% degli spostamenti in auto non supera i 3 km e il 45% i 5 km! Ma soprattutto l'auto resta la regina nel fine settimana: il traffico del tempo libero per visite, uscite gastronomiche e attività non sportive all'aperto (come le passeggiate) rappresenta il 37% di tutti gli spostamenti con auto propria e il 40% di tutte le distanze percorse. C'è di che riflettere e fare scelte più oculate. Quali? Lo scoprirete negli ultimi due videoconsigli ACSI del 2013, su **www.acsi.ch.**

Regala la Bds
un regalo che dura un anno al prezzo speciale di fr. 10.– (anziché 40.–)
L'offerta è valida fino al 6.1.2014 e è destinata ai soci/e ACSI.
I beneficiari del dono non devono essere già soci (vedi pag. 31).

Caffè in capsule Qual è il migliore espresso?

Dopo l'apparizione e la veloce affermazione del "sistema Nespresso", con l'aggiramento del brevetto (capsule aperte in confezioni sigillate) la concorrenza si è data da fare per accaparrarsi una quota di questo mercato "succoso". Se nella primavera dello scorso anno la trasmissione Kassensturz era riuscita a testare le uniche quattro marche di capsule "Nespresso-compatibili" reperibili in commercio, oggi, a poco più di un anno di distanza, noi abbiamo potuto farlo (e più a fondo) con ben otto marche diverse. Le capsule, che dal punto di vista ambientale sono un disastro (scatola in cartone, capsule in plastica e foglio di alluminio, eventuali involucri-buste in plastica, ...), per produttori e commercianti sono una manna. Infatti, se al consumatore il caffè tostato, macinato o no, costa dai 10 ai 20 fr/kg quello in capsule va dai 52 ai 91 fr/kg. Ma vale davvero la spesa?

Per una valutazione qualitativa-organolettica di questi prodotti, ad inizio ottobre abbiamo acquistato confezioni di capsule "per espresso" (Nespresso-compatibili) delle sette marche reperibili nei nostri commerci al dettaglio (Migros, Coop, Denner, Aldi, "boutique" Nespresso). Compito non sempre facile perché vi è chi offre, per questo genere di prodotto, diverse sorte di mescole (aromi). In questi casi si è optato per quella che ritenevamo fosse la più idonea a produrre un espresso il più standard possibile.

Il caffè di un'ottava marca l'abbiamo acquistato presso il produttore locale (Caffè Ferrini), che effettua la vendita direttamente o per posta dal proprio stabilimento. Nel nostro programma di campionamento avevamo previsto anche la catena Lidl, ma abbiamo dovuto constatare che i suoi negozi non offrono questi prodotti.

Esame delle dichiarazioni

Ad eccezione dell'indicazione del paese di produzione del caffè, che manca sugli imballaggi di SUPREMO, ÈSPRESSO, JACOBS e Caffè FERRINI, gli altri requisiti di legge sono rispettati. Alcuni produttori indicano addirittura la sorta di caffè utilizzata. La genericità dei paesi di produzione indicati (America centrale, America del sud, Africa e Asia) è dovuta alla inevitabile variabilità delle fonti d'approvvigionamento della materia prima.

Analisi, parametri rispettati

I caffè delle otto marche testate rispettano appieno i parametri di legge per quanto concerne umidità e estratto idrosolubile. Anche i tenori in caffeina misurati rientrano tra quelli usuali (da 8 a 16g/kg per l'arabica e da 14 a 30 g/kg per la robusta) indicati nel Manuale Svizzero delle Derrate Alimentari.

Nel caffè FERRINI l'elevato valore misurato (111 mg/tazza) potrebbe essere dato dalla presenza di Robusta nel mix (vedi tabella).

Verifica del peso dichiarato

I pesi misurati in genere corrispondono o superano addirittura quelli indicati sull'imballaggio. In un solo caso (Caffè FERRINI) la differenza è marcatamente in difetto e supera largamente la tolleranza concessa dalla legge. Dichiarati sulla confezione da 100 pezzi 670 g, misurati soli 530 g! Differenza di 140 g (-21%) assolutamente inaccettabile e che sarebbe da sanzionare.

Da parte sua il produttore si dichiara in buona fede e attribuisce l'errore al suo fornitore di Palermo, con il quale ha avviato una serie di verifiche: in effetti la ditta confezionatrice ha confermato l'errore su 4 lotti e dichiara di aver provveduto a correggere l'indicazione sbagliata.

Prezzi

Come si rileva dalla tabella, i prezzi per una tazza di espresso (una capsula) vanno dai 28 centesimi (SUPREMO) ai 50 centesimi (NESPRESSO), cioè il 78,6% in più.
Oltre ai rifiuti che creano, queste capsule hanno prezzi esorbitanti rispetto ai 10 centesimi circa che costa un espresso prodotto in pochi minuti con una semplice ed economica caffettiera domestica (contenuto circa 7 g).

Degustazione

Nella tabella le colonne relative alle varie marche sono disposte in ordine decrescente di qualità (apprezzamento).

Il migliore, con un ottimo punteggio di 5.7, è risultato il prodotto della JACOBS mentre il peggiore, con una media del 3.3, il SUPREMO. In seconda posizione si è collocato con un 5.1 il Caffè FERRINI mentre il Cafè ROYAL di Migros si trova in terza

Il più noto NESPRESSO, che è anche il più caro di tutti, contrariamente alla sua immagine di prodotto di élite, non spicca e si piazza a metà strada con un discreto 4.4, molto vicino al LA MOCCA della Max Havelaar (commercio equo).

Un consumatore abituale di due tazze di Arpeggio della NESPRESSO al giorno,

passando al MOCCA della Max Havelaar in un anno potrebbe risparmiare ben 146 franchi, contribuendo inoltre alla sopravvivenza di quei piccoli produttori che alimentano il commercio equo.

Da notare che la qualità di ben 3 marche è risultata inferiore alla sufficienza. Confrontando questi risultati con quelli del test di Kassensturz del giugno 2012 è interessante notare come la graduatoria, limitatamente alle quattro marche da loro valutate, è risultata identica – sebbene con voti diversi – a quella emersa dal presente test (Cafè ROYAL, seguito nell'ordine da Arpeggio NESPRESSO, ESPRESSO MILANO e infine Èspresso CAFFÈ VERGNANO).

Considerata la soggettività implicita in ogni degustazione e tenuto conto del fatto che le persone da noi invitate sono consumatori abituali di caffè dei bar, i singoli giudizi da loro espressi sono risultati talvolta un po' severi e non troppo omogenei. Pertanto, le posizioni all'interno della graduatoria avrebbero potuto essere diverse se la degustazione si rifacesse o se in giuria vi fossero state altre persone.

Le differenze qualitative tra caffè "vicini" in classifica non sono pertanto molto indicative. Sicuramente più attendibile e valido è il giudizio per i prodotti di caratteristiche più marcate e cioè di quelli situati alle estremità della tabella.

Conclusione

Le capsule sono comode e rapide da usare (se la macchina è già accesa), ma è tutto lì. Il loro prezzo esageratamente alto ed i quantitativi di rifiuti difficili da smaltire che producono (carta, caffè, acqua, plastica, alluminio in un unico oggetto) dovrebbero comunque farci riflettere prima di abbandonare la nostra ottima e fidata caffettiera di sempre.

Mario Jäggli
@Test ACSI

Ringraziamo il Laboratorio Cantonale per la collaborazione

Cosa si è voluto verificare?

1. Esame delle dichiarazioni

Sulle confezioni acquistate è stata verificata la presenza di tutte quelle indicazioni previste dalla legislazione per una corretta informazione del consumatore e cioè:

- la denominazione specifica (caffè)
- la data minima di conservabilità (da consumare preferibilmente entro il ...)
- il nome e la ragione sociale (del produttore o dell'importatore o del distributore)
- il paese di produzione (di coltivazione, in questo caso)
- lo stato fisico (macinato, in capsula)
- il numero di partita
- il peso
- il prezzo di vendita (non necessariamente da indicare sull'imballaggio).

2. Verifiche di laboratorio

Le analisi (effettuate dal Laboratorio cantonale del Ticino) sono finalizzate alla verifica della conformità del prodotto ai requisiti di legge. I parametri controllati:

- l'umidità, che nel caffè macinato non deve superare il 5% del peso;
- l'estratto idrosolubile (cioè il totale di tutte quelle componenti del caffè che essendo solubili in acqua calda ritroviamo, anche solo in parte, nella tazzina), che nel torrefatto deve raggiungere almeno il 22% del peso;
- il peso.

A questi abbiamo voluto aggiungere:

- il tenore in caffeina in quanto importante componente stimolante (e psicoattiva) del caffè (g/kg) e indicativa della specie botanica (arabica, con valori tra 8 e 16 g/kg e robusta, meno pregiata, tra 14 e 30 g/kg).

3. Degustazione

- Il test è essenzialmente mirato a una valutazione qualitativa-organolettica tra le varie marche di caffè in capsule compatibili con le macchine Nespresso.
- A questo scopo è stata istituita una giuria composta da sei persone:
  un esercente-gastronomo
  una barista
  un produttore di caffè
  una giornalista televisiva specializzata in enogastronomia
  una collaudata consumatrice di espressi
  un normale consumatore.
- Alla giuria gli espressi (prodotti con due macchine Turmix TX 150) sono stati presentati in forma anonima (senza indicazioni riguardo la marca) in tazzine riempite con 40 ml della bevanda calda.
- Le note sono attribuite secondo il metodo in vigore nelle nostre scuole partendo dal 1 (peggiore) al 6 (migliore) .
- L'attenzione è stata focalizzata sulla qualità visiva della schiumetta (che influiva per il 25% sul giudizio finale) e sulle fragranze: profumo, aroma (rotondità, astringenza, acidità ecc.) il cui voto era determinante per il giudizio complessivo (nella misura del 75%).

A titolo di confronto proponiamo qui a lato alcuni dati sul contenuto di caffeina di alcune bevande: a parte nel classico caffè, la caffeina la ritroviamo nel tè, nella Coca-Cola e nella pubblicizzata Red Bull, bevande queste ultime che vanno per la maggiore tra i giovani. Informazioni utili per sapere cosa non bere prima di andare a dormire.

Bevande con caffeina

Bevanda (porzione)	Caffeina (mg)
1 tazza espresso	80
1 caffè solubile	55
1 tazza tè	60
1 lattina di Coca Cola (330 ml)	35
1 lattina di Red Bull (250 ml)	80

Marca	JACOBS momente	CAFFÈ FERRINI	CAFE ROYAL	NESPRESSO
Denominazione	Espresso classico	Espresso	Espresso	Arpeggio
Acquistato da	Coop	Produttore	Migros	Negozio Nespresso
Prezzo confezione (fr.)	3.95	45.–	3.80	5.–
Capsule per confezione (-)	10	100	10	10
Prezzo per capsula - tazza (fr.)	**0.40**	**0.45**	**0.38**	**0.50**
Peso caffè dichiarato (g)	53	670	50	50
Peso caffè misurato (g)	53	530	51	55
Differenza misurato/dichiarato (g)	0	-140 (-21%)	1 (+2%)	5 (+10%)
Peso caffè per capsula misurato (g)	5.3	5.3	5.1	5.5
Prezzo effettivo al chilo (fr./kg)	**74.39**	**84.91**	**74.36**	**90.91**
ANALISI DI LABORATORIO				
- umidità (%) *	0.9	1.0	3.0	2.1
- estratto idrosolubile (% sostanza secca) **	27.5	27.4	26.7	31.6
- caffeina (g/kg % sostanza secca) ***	13.19	21.11	13.09	13.33
VALORI MASSIMI PER TAZZA (presupposto tasso estrazione 100%)				
Estratto per tazza (g)	1.4	1.4	1.3	1.7
Caffeina per tazza (mg)	**69**	**111**	**65**	**72**
DEGUSTAZIONE (note da 1 a 6)				
- aspetto (schiuma) (25%)	5.7	4.8	4.8	5.2
- gusto (75%)	5.8	5.3	4.4	4.2
RISULTATO	**5.7**	**5.1**	**4.5**	**4.4**
GIUDIZIO	●●●	●●	●	●

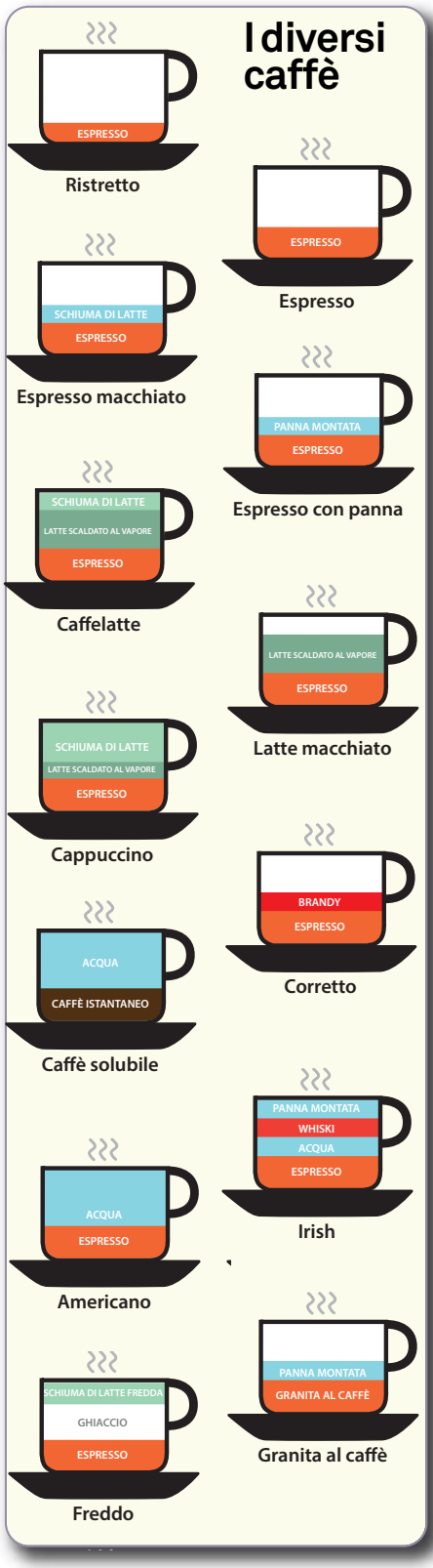
* massimo legale 5%
** minimo legale 22% - valori normali da 22 a 30
*** valori normali: qualità arabica da 8 a 16, qualità robusta da 14 a 30

●●● Eccellente ● Buono
●● Ottimo ● Discreto ▲ Insufficiente

La giuria degli assaggiatori

Hanno degustato e valutato i caffè 6 assaggiatori scelti tra persone che, per lavoro o per gusto apprezzano particolarmente l'amata tazzina. Nell'ordine da sinistra: Donatella Piazza barista, Claudio Walter, economista, membro del comitato direttivo ACSI, Patrizia Ceruti parrucchiera, Raffaella Biffi conduttrice della trasmissione RSI Piatto forte, Flavio Ferrini, produttore di caffè, Guido Sassi, esercente.

LA MOCCA CAFFÈ (Max Havelaar)	**DENNER**	**ÈSPRESSO Caffè Vergnano**	**SUPREMO**
Espresso	**Espresso Milano**	**Espresso intenso**	**Espresso**
Coop	Denner	Coop	Aldi
2.95	6.95	3.50	2.79
10	24	10	10
0.30	**0.29**	**0.35**	**0.28**
52	120	50	55
53	132	52	54
1 (+2%)	12 (+10%)	2 (+4%)	-1 (-2%)
5.3	5.5	5.2	5.4
55.35	**52.75**	**67.31**	**52.15**
2.2	2.0	1.4	0.8
25.4	26.2	27.2	24.8
15.99	15.66	14.83	13.35
1.3	1.4	1.4	1.3
83	**84**	**76**	**71**
3.7	3.7	3.3	3.8
4.2	3.5	3.5	3.2
4	**3.5**	**3.5**	**3.3**
●	▲	▲	▲



Una montagna di rifiuti

Lo abbiamo detto sin dall'inizio: dal punto di vista ambientale queste capsule sono un disastro (scatola in cartone, capsule in aluminio e quelle che sono in plastica hanno comunque dei fogli di alluminio, involucri in plastica per le singole capsule, ...). Ad eccezione delle capsule di Nespresso, tutte le altre finiscono nella spazzatura, compreso il resto di caffè che rimane nelle piccole confezioni e che potrebbe essere riciclato nel composto. Le capsule sono talmente minuscole che l'impresa di aprire le singole confezioni per estrarne il contenuto esausto è di pochi armati di grande pazienza. Nespresso invece ha da tempo messo a punto una rete di punti di riciclaggio delle proprie capsule (che, a differenza delle altre, sono completamente di alluminio) e conta, entro il 2013, di raccogliere il 75% delle capsule vendute in tutto il mondo. (Sul sito www.nespresso. com/ch/it/home potete trovare il punto di raccolta più vicino a voi).

Ma ci sono anche le capsule ricaricabili e quelle biodegradabili

In Francia si trovano al supermarket, da noi non le abbiamo mai viste, ma si trovano su internet: sono le capsule compatibili ricaricabili, dette anche ecocapsule. Si riutilizzano all'infinito e il contenuto può facilmente essere separato e smaltito nel composto, nel pieno rispetto dell'ambiente. Si possono usare anche per la preparazione di tè e infusi in bustina o foglie.
Altra versione "green" sono le capsule biodegradabili che possono essere smaltite con il caffè.
Qualcuno ha già provato il caffè con queste capsule? Inviateci le vostre esperienze.

Arabica e Robusta

Sebbene vi siano oltre 100 specie di piante del genere Coffea, commercialmente le varietà di caffè più diffuse sono l'Arabica (Coffea arabica) e la Robusta (Coffea canephora).

Le specie differiscono per gusto, contenuto di caffeina e adattabilità a climi e terreni diversi da quelli di origine.

Arabica

La specie che è stata usata per prima è l'Arabica, una pianta originaria dell'Etiopia, del Sudan sud-orientale e del Kenya settentrionale e in seguito diffusasi nello Yemen, luogo in cui si individuano le prime tracce storiche del consumo della bevanda, nel 1450. L'Arabica predilige coltivazioni ad alta quota (tra 1000 e 2000 metri). Attualmente, viene principalmente prodotta nell'America centrale e del Sud e nel Sud-Est asiatico.

Robusta

Molto coltivata oggi è Coffea robusta (o Coffea canephora). È una specie originaria dell'Africa tropicale, tra l'Uganda e la Guinea, molto adattabile (cresce anche a quote inferiori ai 700 metri) e perciò più economica. La sua coltivazione è iniziata solo nell'Ottocento.

I semi di Arabica hanno un contenuto di caffeina inferiore (tra 8 e 16 g/kg) rispetto a quelli della Robusta (tra 14 e 30 g/kg). Commercialmente, l'Arabica è più cara della Robusta (da 2 a 3 volte).

Zone di produzione

Secondo le statistiche, i maggiori produttori mondiali di caffè sono, nell'ordine, il Brasile, il Vietnam, la Colombia e l'Indonesia. Seguono, con ordine variabile secondo le annate, Messico, Guatemala, Honduras, Nicaragua, El Salvador, Etiopia, India, Ecuador.

Produzione

La produzione mondiale del 2012/13 è ora stimata in 144,6 milioni di sacchi, che rappresenta un incremento del 6,4% rispetto all'anno precedente .

Importazione e consumo in Svizzera

La Svizzera importa annualmente circa 98'000 tonnellate di caffè verde. Di queste, circa 33'000 tonnellate vengono ulteriormente lavorate in Svizzera e riesportate sotto forma di caffè solubile, caffè decaffeinato o caffè torrefatto. Il consumo nazionale di caffè verde si aggira quindi sulle 65'000 tonnellate.

Consumo di caffè pro capite Svizzeri secondi al mondo

Finlandia	12 kg	Italia	6 kg
Svizzera	9 kg	Spagna	5 kg
Danimarca	8 kg	USA	5 kg
Svezia	8 kg	Inghilterra	4 kg
Germania	7 kg	Giappone	4 kg
Francia	6 kg		

Campagna condotta dall'Alleanza svizzera delle organizzazioni dei consumatori con il sostegno dell'Ufficio federale dell'ambiente.

Passo dopo passo, così riduciamo lo spreco

Come abbiamo già annunciato, con gli altri membri dell'Alleanza dei consumatori, l'ACSI s'impegna a ridurre lo spreco alimentare per ché lo spreco costa caro, nuoce all'ambiente e non è etico. Oltre alla denuncia e all'informazione, continuiamo la sensibilizzazione a questa grande emergenza proponendo anche azioni pratiche, semplici ma efficaci da applicare nella nostra quotidianità.

Lo spreco nuoce all'ambiente. La produzione degli alimenti è all'origine del 30% dell'impatto ambientale causato dai consumi. Buttando mezzo chilo di pane, vanno sprecate anche le cinque vasche da bagno d'acqua che complessivamente sono state utilizzate per la sua produzione.

Lo spreco non è etico, perché nel mondo un miliardo di persone non riescono a nutrirsi convenientemente e perché si deve rispettare il lavoro di chi ha prodotto ed elaborato le derrate alimentari.Grazie a piccoli gesti quotidiani e organizzandosi meglio, è possibile ridurre lo spreco alimentare. Ecco i nostri consigli in 7 tappe.

1 Prendere coscienza del problema
2 Acquistare con intelligenza
3 Conservare correttamente
4 Cucinare con astuzia
5 Ordinare con parsimonia al ristorante
6 Valorizzare i resti
7 Non scoraggiarsi.

Schede informative pratiche

Sul nostro sito **www.acsi.ch** trovate le nostre schede pratiche che riassumono tutto ciò che bisogna sapere per sprecare meno e le buone ricette con gli avanzi:

- Acquistare bene per gettare meno
- Raffreddare i resti per utilizzarli meglio
- Capire meglio le date di scadenza
- Gestire bene frutta e verdura
- Pranzo di Natale

Idee per un pranzo di Natale senza sprechi nelle schede informative

Aspettiamo le vostre idee!

Vi ricordiamo che l'ACSI, insieme con i colleghi dell'Alleanza, organizza un grande concorso a livello nazionale per ridurre lo spreco quotidiano di cibo.

Il concorso è aperto a tutte le persone residenti in Svizzera. Due le categorie di partecipazione: individuale o in gruppo. Classi, associazioni, gruppi di amici o di vicini possono presentare un progetto.

- **Premi individuali:** un buono presso un ristorante rinomato della propria regione (valore fr. 500) un corso di cucina (fr. 250) o un cesto di prodotti nostrani (fr. 150).
- **Gruppi:** premi in denaro di 1'000, 500 e 250 franchi. Termine di partecipazione: 31 gennaio 2014.

Sul sito **www.acsi.ch** si trova il regolamento del concorso e il formulario di iscrizione.

Spreco di cibo, come ci comportiamo?

Tra l'11 e il 21 ottobre 2013 abbiamo pubblicato sul nostro sito un sondaggio per verificareconoscenze e comportamenti dei consumatori ticinesi in relazione allo spreco di cibo. Hanno partecipato 55 persone.

Tra i criteri importanti che guidano gli acquisti nel campo alimentare, la provenienza geografica si colloca al primo posto con l'89.1% delle indicazioni, seguita dal modo di produzione (bio) con il 78.2%, dal prezzo con il 72.2% e dalle condizioni di lavoro (65.5%). L'aspetto del prodotto e le abitudini di consumo si fermano al 56.4%. Molto alta risulta la sensibilità dei partecipanti ai rifiuti generati (essenzialmente imballaggi e scarti) dai prodotti che stanno per acquistare: il 78.2% cerca di evitare al massimo questo tipo di rifiuti.

Quanto spreco alimentare

Il 61.8% dei partecipanti conosce esattamente il quantitativo annuo di spesa alimentare che finisce nella spazzatura in Svizzera (100kg), mentre questa percentuale sale all'84% tra i partecipanti che hanno letto l'ultimo numero della Borsa della spesa (circa la metà del campione) dedicato al tema.

Evitare lo spreco ?

Per evitare lo spreco alimentare, risulta che preparare sempre la lista della spesa arriva in testa con il 50.9% delle preferenze, pianificare i menu impegna il 40%, mentre organizzare i pasti in funzione delle date di scadenza dei prodotti freschi o preparare porzioni adeguate o riutilizzare i resti in cucina è indicato dal 30% dei partecipanti.

L'83% di chi ha citato la risposta "organizzo i pasti in funzione delle date di scadenza dei prodotti freschi" è costituito da lettori della BdS!

Motivazioni per l'acquisto di prodotti rispettosi dell'ambiente

Le 2 motivazioni principali riguardano la coerenza con i propri valori (41.8%) e la volontà di proteggere l'ecosistema limitando i danni alla biodiversità (30.9%). Va tuttavia osservato che la maggiore sensibilità a questi principi etici non si traduce necessariamente in una migliore conoscenza dei dati sullo spreco alimentare.

Cosa limita l'impegno ambientale dei consumatori ?

Il 30.9% dei partecipanti indica il disinteresse per la tematica come causa principale del limitato impegno ambientale dei consumatori. Seguono la disciplina che impone un consumo responsabile (20%) e la priorità accordata ad altre preoccupazioni (18.2%). Ancora più netta (88%) la posizione dei più sensibili all'acquisto responsabile nell'indicare "il disinteresse per la tematica" (degli altri) come causa principale del mancato impegno.

Infine, all'ACSI viene riconosciuto dal 70.1 % dei partecipanti un ruolo importante nell'influenzare le proprie scelte nel campo alimentare. Questa fiducia nel parere dell'ACSI si traduce in un miglior tasso di risposte corrette alla domanda sui dati oggettivi dello spreco alimentare: 68.4% di risposte corrette tra i partecipanti che seguono i consigli dell'ACSI contro il 50% degli altri.

Gamberetti, i re delle festività ma la festa la fanno i batteri

I gamberetti (conosciuti anche come "crevettes") d'allevamento sono sempre più presenti sulle nostre tavole ma, che provengano dall'Asia o dall'America del sud, i metodi di produzione pongono costantemente molti problemi riguardo alla salvaguardia dell'ambiente, al rispetto dei diritti delle lavoratrici e dei lavoratori e non da ultimo rispetto alla garanzia della sicurezza alimentare. Infatti, un test di A Bon Entendeur su una dozzina di confezioni di crevettes ha dato risultati inquietanti sotto il profilo microbiologico. L'équipe della trasmissione televisiva romanda per consumatori si è anche recata in Vietnam, sul delta del Mekong, per valutare la filiera della crevette cruda, in particolare dei prodotti venduti come "bio". Risultato: non è tutto "rosa" neppure nelle crevettes!

Negli ultimi 6 anni il nostro consumo di questi piccoli crostacei è quasi raddoppiato: mangiamo più crevettes che salmone. I tre quarti della produzione proviene dall'Asia (Indonesia, Tailandia, Filippine e Vietnam). L'immenso delta del Mekong in Vietnam (40 mila chilometri quadrati), una volta destinato solo all'agricoltura, è oggi largamente riconvertito all'acquicoltura e all'allevamento intensivo delle crevettes.

Il test: una buona e una cattiva notizia

I colleghi di ABE hanno fatto esaminare in Laboratorio 12 confezioni di crevettes giganti crude, fresche o congelate, acquistate nei maggiori negozi della Svizzera Romanda (emissione televisiva del 10.9.2013). L'inchiesta fa parte di una vasta campagna sulle crevettes d'allevamento lanciata dalle organizzazioni dei consumatori a livello europeo.

Il Laboratorio aveva l'incarico di valutare i prodotti sotto due aspetti: in primo luogo verificare eventuali residui chimici (antibiotici, agenti conservanti, ecc.), inoltre fare un'analisi microbiologica per verificare l'eventuale presenza di batteri (listeria, salmonella, stafilococchi, ecc.).

Buona notizia sotto il profilo prettamente chimico: non sono stati riscontrati problemi. Per quanto riguarda le analisi microbiologiche invece i risultati non sono per nulla buoni. Il Laboratorio ha rinvenuto due tipi di problemi:

- in ben 5 campioni la flora batterica rinvenuta è piuttosto importante: non si tratta di un problema sanitario, ma il dato rileva che da qualche parte, nella catena alimentare, le condizioni igieniche non sono ottimali. Ciò può avere conseguenze sul gusto del pesce;
- in alcuni campioni - e ciò è ancora più grave - il Laboratorio ha trovato batteri patogeni, potenzialmente in grado di fare ammalare soprattutto i consumatori più deboli, i bambini, gli anziani o le donne incinte.

Il gamberetto, l'animale col cuore in testa

Il gamberetto ha una taglia media di 10 cm, ed il corpo a forma cilindrica, rivestito da una corazza non molto coriacea, che durante la crescita cambia diverse volte per ricrearne una nuova. Il carapace è diviso in due parti, il cefalotorace (parte anteriore) e l'addome (parte posteriore, formata da 6 parti mobili), con una colorazione che varia da specie a specie. Anteriormente presenta due antenne che hanno la funzione di organi sensoriali, 2 esili chele e diverse zampe. La coda ha la forma di un ventaglio stretto. Il cuore è situato nella testa.

I risultati del test: i migliori

ALMARE SEAFOOD
Aldi
fr. 16.23 /kg
Congelato

Il numero uno
Spiedini di gamberetti provenienti dalla Tailandia. I riscontri sono ottimi: tutta la catena – allevamento, confezionamento, stoccaggio – è quindi gestita al meglio.

Seguono altri 6 campioni nei quali sono state riscontrate tracce di flora batterica ma esenti da batteri patogeni.

MANOR FOOD
Manor
fr. 45.– /kg
Congelato
Si tratta di gamberetti tail-on (con segmento di coda) crudi allevati in Vietnam.

SILVER STAR
Aligro
fr. 16.10 /kg
Congelato
Gamberetti sgusciati dal Vietnam (venduti in Romandia da Aligro, catena di vendita all'ingrosso che non esiste a sud delle Alpi).

JASMINE BRAND
Aligro
fr. 16.23 /kg
Congelato
Gamberetti Black Tiger interi anch'essi provenienti dal Vietnam (venduti in Romandia da Aligro, catena di vendita all'ingrosso che non esiste a sud delle Alpi).

PRIX GARANTIE
Coop
fr. 23.71 /kg
Congelato
Gamberetti giganti interi provenienti dalla zona dell'equatore.

LE MARIN
Manor
fr. 12.44 /kg
Congelato
LE MARIN - Il migliore dell'oceano, ha residui chimici un po' più importanti, ma come i precedenti, non contiene agenti patogeni. Provenienza: Indonesia.

GLOBUS
Globus
fr. 56.– /kg
Fresco scongelato
Stesse considerazioni per i gamberetti sgusciati Black Tiger del Vietnam acquistati a peso, scongelati, da Globus.

I gamberetti così così

Ecco i campioni nei quali sono stati trovati batteri nettamente più problematici, suscettibili di essere patogeni

Escherichia Coli
MIGROS
Migros
fr. 31.– /kg
Fresco scongelato

Gamberetti crudi dal Vietnam acquistati al banco del pesce scongelato: contengono una marcata presenza di Escherichia Coli, un battere che può causare diarrea e altri disturbi intestinali.

Stafilococco aureo
NATURAPLAN
Coop
fr. 63.– /kg
Fresco scongelato

La confezione di gamberetti salati e sgusciati bio di Coop Naturaplan contiene altri germi patogeni, Stafilococchi aurei, anche se in quantità più contenuta.

Stafilococco aureo
Escherichia Coli
TRAWLIC
Lidl
fr. 39.– /kg
Fresco scongelato

Le crevette giganti sgusciate di Lidl sono ancora più contaminate: il Laboratorio vi ha trovato non solo germi Stafilococchi aurei ma anche batteri Escherichia Coli.

I gamberetti più inquietanti

Escherichia Coli
Salmonella
PELICAN
Migros
fr. 21.40 /kg
Congelato

Le analisi non lasciano dubbi: i gamberetti vietnamiti Black Tiger Pelican hanno una presenza molto marcata di Escherichia Coli ma soprattutto di Salmonelle, batteri patogeni di triste memoria. Per informazione si tratta del lotto VN/145/V/020, 20.03.2015.

NB: Migros non ha ritirato i prodotti dai suoi congelatori poiché ha eseguito proprie analisi che hanno dato esiti microbiologicamente corretti. La decisione è stata presa in accordo con il Laboratorio cantonale di Zurigo e in considerazione del fatto che si tratta di un prodotto che si consuma cotto (la cottura distrugge questi batteri).

Escherichia Coli
Salmonella
Stafilococco aureo
Vibrio parahaemolyticus
EDEN SHRIMPS
Aligro
fr. 17.46 /kg
Congelato

La palma della contaminazione spetta alle crevette Black Tiger EDEN SHRIMPS acquistati da Aligro. Contengono non soltanto Salmonelle, ma anche molti Stafilococchi aurei, germi di Escherichia Coli e infine anche di Vibrio parahaemolyticus, batteri marini responsabili di molte intossicazioni alimentari.

NB: in seguito a questi risultati Aligro ha ritirato tutti i lotti incriminati.

Quale sabbia per il mio micio?

Con che criteri scegliamo la sabbia (o lettiera) per il nostro gatto domestico? I colleghi della Federazione romanda dei consumatori (FRC) hanno voluto darci una mano e passando in rassegna gli scaffali dei negozi dedicati ai prodotti per gli animali hanno scelto 7 prodotti da esaminare. (FRC Mieux Choisir, novembre 2013). Oltre il materiale di cui è composto il prodotto, è il potere assorbente che fa la differenza e che conta soprattutto per il proprietario che lo deve tenere in casa. I 7 prodotti scelti sono stati sottoposti a un laboratorio d'analisi, ad alcuni esperti del settore e, naturalmente, a un gruppo di utilizzatori, i gatti. Da parte loro, i mici, non hanno avuto – sembra – molte esitazioni e nei fatti hanno relegato le tre marche più economiche in coda alla classifica.

Fattore importante: CATSAN naturelle plus di Coop e MIAU! di Denner si dicono biodegradabili e quindi compostabili. Ma secondo gli esperti neocastellani di Réseau Biodéchets questi rifiuti sono da eliminare solo nella spazzatura. Solo le lettiere organiche per conigli, criceti, ecc. sono da compostare.

Risultati del test
BUONO: FATTO Forest (Migros) e NATURASAN Premium (Coop).
SODDISFACENTE: CATSAN Naturelle plus (Coop), SHAH (Aldi) e MIAU! (Denner)
INSUFFICIENTE: M-BUDGET (Migros) e COSHIDA (Lidl).

Microfibra per una macropulizia

Puliscono, spolverano lustrano: gli strofinacci in microfibra fanno tutto. Possiamo eliminare detergenti e spazzole, questi strofinacci infatti agiscono senza prodotti aggressivi o sapone. Nella pratica è veramente così?

La rivista per consumatori FRC Mieux Choisir (novembre 2013) ha testato dieci strofinacci "universali" sottoponendoli a ogni tipo di prova (sul vetro e sul legno, senza evitare le macchie di grasso). I modelli di CLEANWELL e di COOP Prix Garantie ottengono ottimi risultati sul vetro. Sulle superfici in legno laminato è sempre CLEANWELL che si distingue, seguito da DAS MICROFASERTUCH. È stata misurata anche la rapidità dell'asciugatura di questi strofinacci: in questa prova i migliori sono COOP Prox Garantie e AQUALINE. In generale, comunque, i prodotti economici ottengono buoni risultati e due di questi figurano tra i primi tre in classifica.

Risultati del test
BUONO: CLEANWELL (Manor), COOP Prix Garantie, AQUALINE (Denner), LEIFHEIT (Jumbo), DAS MICROFASERTUCH (Obi), AQUAPUR (Lidl), MIOBRILL (Migros), COOP Qualité&Prix e SCOTCH BRITE (Coop).
SODDISFACENTE: VILEDA (Le Shop)

Ricardolino.ch L'imbroglio sempre in agguato

Il sito di aste online ricardo.ch ha un fratello minore: si chiama ricardolino.ch È stato creato in tempi piuttosto recenti, per rendere meno complicate le relazioni tra i venditori e i possibili acquirenti. Su ricardolino.ch gli articoli dei più disparati generi vengono messi in vendita a prezzo fisso e – soprattutto – le inserzioni sono gratuite.

Tuttavia, proprio in relazione alla gratuità, gli utilizzatori di ricardolino.ch devono mettere in conto un fattore importante: chi gestisce questa piattaforma di vendite via web non offre nessun tipo di protezione ai consumatori, siano essi venditori o acquirenti. Le condizioni generali di utilizzo lo specificano chiaramente ma non è detto che tutti ci facciano caso. Dove la protezione del consumatore è minore e i vincoli da rispettare sono ridotti ai minimi termini, si aprono vaste opportunità di agire per un altro tipo di cliente, che nessuno vorrebbe mai incontrare: il truffatore.

L'abbiamo sperimentato direttamente, su ricardolino.ch, con i disonesti travestiti da acquirenti. Si dicono interessati al vostro articolo e, come da prassi, vi contattano via email; non appena si abbocca, per prima cosa propongono di pagarvi sull'unghia il doppio delle spese postali richieste. Fatti due conti, potrebbe anche esserci un guadagno di 20-30 franchi, che non è certamente male. Ma, in seconda battuta, ecco che vengono chiesti i dati bancari, in modo da procedere prontamente con il pagamento del dovuto.

Qui, allora, deve però scattare l'allarme: ricardolino.ch non ha l'obbligo di controllare chi siano le persone impegnate nelle transazioni e dunque non potremo mai venire a sapere chi stia dall'altra parte… della rete.

Di conseguenza, se assecondiamo le richieste dell'acquirente-truffatore, non avremo la benché minima idea sulla vera identità della persona alla quale abbiamo inviato nostri dati sensibilissimi, come appunto quelli bancari. E allora, potremmo anche aspettarci sgraditissime sorprese, al momento di leggere i nostri rendiconti bancari.

Tutto in 1, tabs meglio del gel

Tra i prodotti "tutto in uno" per le lavastoviglie spuntano ora i gel, che però - in base al test proposto dai colleghi italiani di Altroconsumo (novembre 2013) - non valgono le più note "pastiglie" o tabs. Nel test sono stati esaminati prodotti diversi (gel, tabs e capsule) e la conclusione dimostra, tra l'altro, anche che un prodotto discount può lavare meglio di detersivi di marche rinomate, che costano quasi il doppio.

Risultati del test

BUONO: PRIL Multi 10 (tabs), FAIRY Platinum (capsule) e W5 All in 1 (tabs - Lidl).
SODDISFACENTE: FINISH Quantum Powerball (tabs), CARREFOUR Caps Total Protect, AUCHAN (tabs), ESSELUNGA (tabs) e COOP Multifunzione (tabs). **Seguono tutti i gel:** PRIL Perfect Gel, FINISH Quantum Gel, DEXAL (Eurospin) Gel, CARREFOUR Gel Total, ESSELUNGA Gel e AUCHAN SuperGel.
INSUFFICIENTE: WINNI'S Nature Gel.

Detersivi per lavastoviglie: imballaggi troppo grandi e presenza di fosfati!

Purtroppo i detersivi per lavastoviglie (che siano polvere, tabs, capsule o gel) non sono molto "verdi". Nel test sono stati analizzati due aspetti, l'imballaggio e la composizione. Per quanto riguarda gli imballaggi si è osservato che sono generalmente troppo grandi rispetto al contenuto, con spreco di carta-cartone o altro materiale di cui è composto. Su questo aspetto non bisogna anche trascurare il fatto che il consumatore può essere tratto in inganno, poiché una confezione più grande può indurlo a comperare un prodotto piuttosto di un altro ritenendo che nel primo vi sia più contenuto!

Per quanto riguarda la composizione, bisogna sottolineare che le sostanze contenute nei detersivi non sono certo innocue e che alcune possono sicuramente essere evitate perché in realtà non servono. Alcuni profumi, per esempio sono tossici per il mondo acquatico. Lo stesso vale per i policarbossilati e i fosfati (già banditi nei detersivi per il bucato): al loro posto si potrebbero usare i citrati, che assolverebbero bene al loro compito (intercettare e neutralizzare il calcare dell'acqua) rispettando l'ambiente!

In Svizzera, i fosfati nei detersivi per i tessuti sono proibiti sin dal 1985. È stata questa una delle prime grandi battaglie delle organizzazioni svizzere dei consumatori.

La stessa cosa però non vale per altri prodotti di pulizia, e in particolare per i detersivi per lavastoviglie, ossia per questi prodotti tali sostanze sono ancora consentite, con alcune limitazioni. Per i detersivi per lavastoviglie il valore limite è di 2,5 g di fosforo per ciclo di lavaggio (All. 2.2 dell'Ordinanza concernente la riduzione dei rischi nell'utilizzazione di determinate sostanze, preparati e oggetti particolarmente pericolosi).

Eppure si potrebbe benissimo farne a meno: basti considerare che esistono sul mercato prodotti esenti da fosfati o sostanze che potrebbero sostituirle!
Il nostro consiglio ai consumatori è dunque quello di preferire detersivi privi di fosfati.

Zurigo

Le mete "verdi" della BdS Buon viaggio!

Non sono un esperto di Zurigo, però vi è una porzione di città cui sono legato, che «ha il cantuccio a me fatto», rubando un verso di Saba su Trieste. Ricordo esattamente il momento in cui ho deciso che dovevo considerare questa città. Avevo visto un documentario TSI dedicato a una via, la Josephstrasse, e alla vita che le girava intorno. Da quartiere operaio, periferico, multiculturale con una forte presenza di immigrati specialmente italiani, ad un'identità in evoluzione. Era così ben realizzato che ho deciso di prendermi il tempo per vedere di persona. Sono passati diversi anni e da allora, regolarmente, torno a Zurigo per camminare sulla Josephstrasse senza annoiarmi mai.

1 **Hauptbahnhof.** Il viaggio in treno è sempre gradevole anche se vi è una non lieve controindicazione: è caro se non si ha la fortuna di procurarsi per tempo la carta giornaliera comunale. Di sabato e domenica ci vogliono 71 franchi, gli altri giorni un po' meno a patto di partire dopo le nove. Però vi è una tale offerta di trasporto pubblico che potersi muovere liberamente inebria, tanto che mi è capitato spesso di scendere e salire dai tram a caso, come in un innocente gioco per adulti.

2 **Konradstrasse.** Arrivati, risalendo a sinistra il marciapiedi del binario più esterno, compare la Konradstrasse. L'ho sempre considerata con sufficienza al cospetto della strada regina, la Joseph. L'ultima visita mi ha riservato però una gradita sorpresa. Si è istallato un negozio per ciclisti che seduce chiunque ami pedalare. È Veloplus, così elegante che non sfigurerebbe neppure in via Monte Napoleone a Milano. Ovvio: pedalare a Zurigo è sempre più cool!

3 **Josephstrasse 1** Dopo la Konrad, a sinistra di nuovo. A dire il vero non vi è nulla di memorabile nella prima parte, ma subito la sensazione di essere in un posto un po' speciale. Un supermercato d'altri tempi piuttosto trascurato, il caffè Caredda, il classico ristorante greco che qui si chiama Kalimnos, (ahimè i ristoranti greci in aree fredde mi mettono malinconia), la tenera insegna Da Peppe giocata sul tricolore, un caffè-ristorante promettente appena scoperto al 146, Senior Design factory, progetto apprezzabile di favorire integrazione tra età diverse. Propone vecchie ricette con offerta di prodotti stagionali e della regione. A lato deliziose casette unifamiliari d'altri tempi sommerse dal verde.

4 **Röntgenplatz.** È il cuore della Josephstrasse. Ha il valore aggiunto di essere stata liberata dalle auto. È un poligono su cui confluiscono strade cieche, formando uno spazio libero, ma libero veramente, in cui è piacevolissimo sostare. Ogni anno vi si tiene una gran festa. Per il 2014 appuntamento il 23 e 24 agosto. A renderla ancora più preziosa vi è la presenza su un lato di una piccola Coop dove far la spesa per lo spuntino da consumare sulla piazza provvidenzialmente provvista di panchine. Ci si sta benissimo nella bella stagione; col freddo ovviamente la sosta è proibitiva, ma lo sguardo si riposa comunque.

5 **Viaduckt.** Taglia come una lama in due la Josephstrasse il viadotto ferroviario oggetto di un recupero geniale. Tra le arcate sono stati ricavati spazi commerciali con negozi, ristoranti e caffè; sopra si può camminare come su una balconata e gustarsi il bellissimo parco antistante. Nella bella stagione la gente del quartiere, e non solo, gioca a bocce. Tutto attorno case popolari vecchiotte che hanno mantenuto il loro fascino.

6 **Josephstrasse 2**. Superato il viadotto, il paesaggio urbano cambia radicalmente. Qui era il posto delle fabbriche ora dismesse, sostituite da centri direzionali, uffici, architetture audaci e recuperi brillanti in un mix ben calibrato.

7 **Schiffbau.** L'officina in cui si costruivano i battelli. La struttura dello stabile è stata mantenuta intatta. Al suo interno vi è ora il teatro di posa dello Schauspielhaus. Gli spazi sono affascinanti, intatti e enormi. Ospita pure un ristorante elegantissimo, La Salle, protetto da un involucro in vetro. Non mi sono mai concesso il lusso di gustare un piatto dato che il sabato a mezzogiorno è chiuso, ma per il 2014 ho buoni propositi!

8 **Puls 5.** Appena oltre lo Schiffbau, merita un'occhiata perché è il recupero di una fonderia di cui, pure qui, è stato mantenuto intatto l'involucro con tanto di gru interna. Vi è uno spazio coperto ciclopico e vuoto. Quando ci sono stato, ho avuto una sensazione di disagio perché non vi era quasi nessuno, ma in altri giorni, in altri orari, chissà!

9 **Hardbrücke.** È la stazione FFS, per me di solito il capolinea. In un attimo si torna alla Hauptbahnhof. Qui c'è sempre un treno che arriva e uno che parte nel giro di un paio di minuti. Nelle immediate vicinanze vi è la geniale torre di container della Freitag. Merita una visita!

10 **Winterthur.** Ad Hardbrucke, un po' a caso, mi sono infilato al volo sul treno per Winterthur. Mi sono riscaldato e riposato sul vagone e finalmente gustato questa cittadina mai frequentata in precedenza. È una gradevole variante a Zurigo: raccolta, elegante, pedonalizzata, piena di vita. Ci sono importanti musei, ma sarà per un'altra volta. Il fascino del posto mi ha messo appetito, così sono casualmente capitato nell'elegante ristorante del Casino-Theatre. Ho trovato un ambiente arioso, cameriera gentilissima, arredo elegante, sontuose toilette del teatro a disposizione. Ma al sabato prezzi purtroppo salatissimi. Trancio di salmone bio dalla cottura non impeccabile con un pugno di riso e verdurina: 39 franchi; caraffa mignon di acqua minerale gassata in casa: 4 franchi. Suggerimento zurighese: per contenere i costi del pranzo: o giorni feriali o Röntgenplatz!

Giuseppe Valli

Più ferrovia per tutti! Offerta migliore **anche in Ticino**

Anche l'ACSI aveva sostenuto l'iniziativa popolare «Per i trasporti pubblici» promossa da Associazione Traffico e Ambiente (ATA) ritirata nell'estate 2013 a favore del controprogetto FAIF che sarà messo in votazione il 19 febbraio 2014.
L'ACSI sostiene, dunque, il progetto e invita i consumatori ad accettarlo. La proposta FAIF è una delle decisioni più importanti di questi anni per la politica dei trasporti. Un «SÌ» assicura durevolmente il servizio pubblico delle nostre ferrovie e garantisce buoni collegamenti agli utenti di tutte le regioni della Svizzera. L'approvazione del FAIF è dunque anche nell'interesse delle consumatrici e dei consumatori.

Gerhard Tubandt, ATA

Negli ultimi anni i trasporti pubblici hanno vissuto un vero e proprio «boom», anche in Tiicino. Moltissime persone approfittano dei buoni collegamenti ferroviari che abbiamo in Svizzera. Oggi, tuttavia, in molte regioni i trasporti pubblici mostrano i loro limiti: soprattutto negli agglomerati urbani i treni sono strapieni nelle ore di punta.

Il nostro sistema ferroviario è pienamente sfruttato anche oltre le capacità e, proprio per questo, è soggetto a disfunzioni. Per le consumatrici e i consumatori i trasporti pubblici diventano meno attraenti se ci sono panne, ritardi o non c'è posto a sedere. Con la proposta FAIF (Finanziamento e ampliamento dell'infrastruttura ferroviaria), il Consiglio federale e il Parlamento propongono di migliorare la rete ferroviaria, in modo che sia efficiente anche in futuro. Migliaia di pendolari e tutti gli altri passeggeri devono poter contare su una rete efficiente e il FAIF dovrebbe permettere pure di far circolare più treni e convogli più lunghi.

Un vantaggio per tutto il paese

Abbiamo approfondito l'argomento con il portavoce dell'ATA, Gerhard Tubandt al quale abbiamo chiesto se l'ampliamento previsto col il FAIF beneficerà, oltre alle altre regioni, anche la Svizzera italiana.

"La prima tappa di potenziamento – afferma Tubandt – prevede, fra l'altro, il raddoppio dei binari che permetterà di avere un collegamento rapido ogni mezz'ora fra Lugano e Locarno. Fra Bellinzona e Giubiasco è previsto inoltre un terzo binario per ovviare ai problemi di capacità della linea. La proposta FAIF è abbinata al programma di sviluppo ferroviario STEP, che è il necessario completamento al sistema di finanziamento in votazione il prossimo 9 febbraio. L'ampliamento della rete ferroviaria è dunque pianificato sul lungo periodo e FAIF garantisce che i soldi siano investiti laddove è più necessario".

Un sistema più ecologico

Gerhard Tubandt, qual'è la grande sfida del FAIF?

"Rendere più ecologico il sistema dei trasporti è una delle grandi sfide, cui il nostro paese deve far fronte. Le vie di comunicazione tagliano paesaggi di grande pregio e sigillano il terreno. Il traffico divora un terzo dell'intera energia consumata in Svizzera. Le auto, i camion e gli altri mezzi motorizzati causano circa il 40% delle emissioni di CO_2 e sono dunque una causa importante dei cambiamenti climatici. La ferrovia è la chiave per una politica dei trasporti più ecologica. Non causa emissioni inquinanti né gas a effetto serra e le rotaie occupano solo il 10% delle superfici destinate alle vie di trasporto. Un maggior trasferimento del traffico dalla strada alla ferrovia è però possibile solo se la rete ferroviaria sarà ampliata e ben mantenuta. L'esperienza degli ultimi anni ha mostrato che, se l'offerta è buona, viene anche utilizzata e apprezzata dagli utenti. FAIF è la premessa affinché la rete ferroviaria non accumuli ritardi rispetto a quella stradale".

Come si finanzierà il FAIF?

"Il fondo per finanziamento dei trasporti (FTP), conclude il portavoce dell'Associazione Traffico Ambiente, sarà sostituito da un nuovo fondo per l'infrastruttura ferroviaria, che non sarà limitato nel tempo. Vi confluiranno gli stessi mezzi finanziari che finora hanno alimentato il fondo FTP. Ciò significa che anche in futuro saranno disponibili mezzi provenienti dalla tassa sul traffico pesante (TTPCP), dalle tasse sui carburanti e dall'IVA. Le fonti finanziare attualmente disponibili non sono tuttavia sufficienti per realizzare per tempo tutte le opere necessarie. Perciò la proposta FAIF prevede anche nuovi introiti a favore della rete ferroviaria. Vi contribuiscono sia le casse pubbliche sia gli utenti sia la collettività".

Piatto equilibrato? Ora finalmente so cosa fare

Vorreste seguire un'alimentazione equilibrata ma non sapete cosa cucinare ogni giorno? Vi rendete conto che preparate sempre le solite cose? Il nuovo ricettario goloso e interattivo del Dipartimento della sanità e della socialità (DSS) potrebbe aiutarvi, dandovi tante idee per tutti i pasti della giornata.

Lo sappiamo, i comportamenti alimentari poco equilibrati sono diffusi: i giovani mangiano poca frutta e verdura, saltano la colazione e consumano troppe bibite zuccherate, energy drink e cibi grassi. Tra gli adulti, invece, ben oltre l'80% consuma meno di 3 porzioni di verdura al giorno. Inoltre, in Svizzera il consumo medio giornaliero di sale è di circa 10g, contro i 5g consigliati, e l'acquisto di cibi pronti è in crescita costante. Risultato? Insieme a insufficiente movimento questo spiega la diffusione di sovrappeso e obesità nonché di malattie cardiovascolari.

Per fortuna, però, ci sono anche le buone notizie! La prima è che la crescita di sovrappeso e obesità sta rallentando. La seconda è che dopo tante raccomandazioni arriva finalmente un aiuto per metterle in pratica: un ricettario innovativo e giocoso realizzato dal Dipartimento della sanità e della socialità (DSS) per poter comporre facilmente pasti equilibrati.

Interattivo, con molteplici combinazioni

✔ È un ricettario innovativo e interattivo, oltre che giocoso, con cui comporre pasti equilibrati coinvolgendo anche i bambini. Contiene esempi di menu giornalieri equilibrati e ricette di stagione spiegate passo per passo, a cui si aggiungono anche tanti suggerimenti per restare in forma con piacevoli attività di movimento.

Ricette di stagione

✔ 84 ricette, con le rispettive foto, suddivise nei tre gruppi alimentari che compongono un piatto equilibrato:

- 28 per "frutta e verdura" (verde)
- 28 per "farinacei" (marrone)
- 28 per "proteine" (rosso/blu)

Come un puzzle

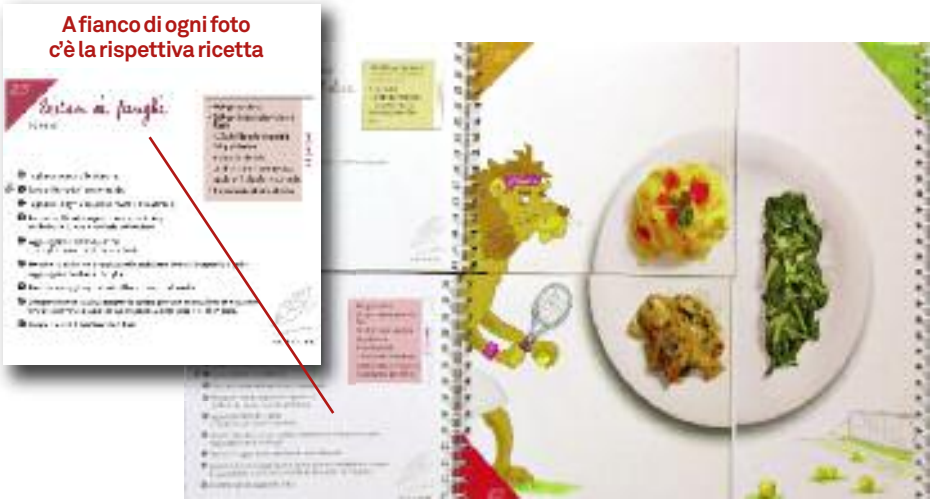
✔ Le ricette dei tre gruppi alimentari possono essere combinate a proprio gusto. Ne risultano più di 20'000 piatti equilibrati. Oltre a comporre piatti equilibrati, giocando con le immagini prendono vita innumerevoli figure di animali fantasiosi che praticano sport.

Esempi di menu giornalieri

✔ Un libretto aggiuntivo con 28 esempi di menu giornalieri equilibrati dalla colazione alla cena, compresi gli spuntini. I menu sono suddivisi per stagione e permettono di soddisfare i bisogni nutrizionali quotidiani di bambini e adulti. Il libretto include anche 28 suggerimenti per l'attività fisica giornaliera.

Ricette supplementari

✔ Sul sito www.ti.ch/promozionesalute si possono scaricare gratuitamente (formato pdf) 28 ricette supplementari.



A fianco di ogni foto c'è la rispettiva ricetta

Un'idea che nasce da un bisogno

"Il piatto equilibrato" nasce dalle richieste dei genitori di avere uno strumento pratico per facilitare la preparazione di pasti quotidiani equilibrati. I genitori hanno espresso questo bisogno nell'ambito del progetto "Movimento e gusto con l'equilibrio giusto!" (www.ti.ch/movimentoegusto).

"Il piatto equilibrato" è stato elaborato dal Servizio di promozione e di valutazione sanitario dell'Ufficio del medico cantonale e sostenuto da Promozione Salute Svizzera, in collaborazione con il Servizio di medicina scolastica, la Scuola Professionale Artigianale Industriale (sezione cuochi in dietetica). Ha partecipato al progetto anche l'ACSI.

Vuoi "Il piatto equilibrato"?

È possibile ritirarne una o più copie al prezzo di fr. 20.– presso:

- **Segretariato ACSI** via Polar 46, 6932 Breganzona, tel. 091 9229755 acsi@acsi.ch (dalle 9 alle 12)
- **Mercatini dell'usato ACSI** (orari a pag. 30)

Le ordinazioni possono essere spedite anche per posta al vostro indirizzo. In questo caso vi saranno addebitate le spese di spedizione (fr. 7.–)

È possibile ordinare "Il piatto equilibrato anche sul sito del

- **Servizio di promozione e di valutazione sanitaria**, www.ti.ch/promozionesalute

CORSI, la parola d'ordine è: "fare rete"

Francesca Gemnetti, segretaria generale

Anche i consumatori hanno un ruolo nella CORSI ed è importante che facciano sentire la loro voce. Per fare il punto sull'attività della società cooperativa della RSI abbiamo fatto alcune domande alla segretaria generale Francesca Gemnetti.

Come vengono rappresentati dalla CORSI e tenuti in considerazione dalla RSI gli interessi dei consumatori-utenti radiotelevisivi della Svizzera italiana?

La CORSI si ripropone di fungere da ponte tra il pubblico radiotelevisivo italofono e la RSI, ma anche viceversa. Infatti cerchiamo di promuovere riflessioni attorno ai temi che riguardano la radiotelevisione di servizio pubblico, e di far intervenire a queste occasioni anche i responsabili e dirigenti della RSI, così da favorire un collegamento più diretto e concreto tra la direzione RSI e gli utenti che pagano il canone. Con i suoi 2'650 soci la CORSI cerca di intrattenere per quanto possibile un dialogo diretto, attraverso il proprio sito web, con newsletter, inviti alle manifestazioni e da qualche tempo anche offrendo occasioni di escursioni comuni legate a spunti derivanti dai programmi culturali o musicali della RSI. È un'ulteriore occasione per discutere assieme senza troppe formalità di questioni che possono interessare o incuriosire il pubblico. Naturalmente vi è poi la qualificata attività del Consiglio del Pubblico CORSI, che è il gremio di esperti e rappresentanti del pubblico che esamina i contenuti e la qualità delle trasmissioni andate in onda e risponde a eventuali critiche o domande che possono essere loro rivolte tramite la rubrica "la vostra opinione conta", www.pubblicorsi.ch

Quale bilancio può tracciare a 2 anni dal rinnovo degli organi statuari, in particolare nel suo avvicinamento al territorio?

Il lavoro non manca… Stiamo cercando di interpretare al meglio il mandato ricevuto con il rinnovo della missione statutaria e vorremmo man mano raggiungere una certa velocità di crociera nei nostri contatti con i vari gruppi di interesse che formano la nostra cooperativa. Diventa importante "fare rete" per poter dialogare con il maggior numero di persone possibile, mettendo a frutto pure i preziosi stimoli che se ne possono ricavare. Il nostro segretariato è costituito da un piccolo team di persone che si impegnano con una notevole passione per sviluppare le nostre attività al meglio: in questo siamo coadiuvati anche dal presidente Luigi Pedrazzini, che ci affianca nelle varie missioni rivolte al pubblico e da un buon numero di membri del Comitato e del Consiglio regionale della CORSI (in cui siede anche il presidente ACSI Antoine Casabianca), che pure ci tengono a promuovere, con la loro presenza e supporto, la riuscita della nostra missione.

La nostra Società regionale copre il territorio della Svizzera italiana: rispetto alle altre Società regionali della Svizzera tedesca e romanda, siamo quindi assai più "vicini" al nostro pubblico e per questo è possibile interpretare il nostro mandato in modo più personalizzato.

Perchè un utente radio-televisivo avrebbe interesse a diventare socio della CORSI e quali vantaggi ne potrebbe ricavare/provocare?

La CORSI esiste quale cooperativa proprio perché il frutto del suo capitale sociale dovrebbe consistere nel concretizzare gli stimoli e l'attività dei soci riguardo all'approfondimento dei temi sulla radiotelevisione di servizio pubblico. Con l'evoluzione dei media e lo sviluppo della multimedialità il modo di fare radiotelevisione cambia: quali nuovi contenuti sono auspicati, quali vanno mantenuti, come ci aspettiamo che vengano fatti, quali le regole della qualità in questo ambito, quale il futuro del servizio pubblico e così via.

Queste riflessioni collettive servono anche da garanzia che una vigilanza, da parte degli utenti che pagano il canone, sia esercitata e portata a conoscenza della direzione della RSI e della SRG SSR. Più vasto e interessato è il corpo sociale della CORSI, più garanzie ci sono che le aspettative dell'utenza siano ascoltate e considerate.

Che cos'è la CORSI

La CORSI è la Società Cooperativa per la Radiotelevisione svizzera di lingua italiana. È una delle quattro società regionali della SRG SSR, cioè della società che realizza il mandato di servizio pubblico radiotelevisivo in Svizzera. Il suo mandato è di controllare che la produzione radiotelevisiva proposta dalla RSI sia rispettosa del mandato assegnatole dal Consiglio Federale attraverso la concessione. Si tratta quindi di ancorare la RSI nel contesto sociale della Svizzera italiana, di partecipare al suo sviluppo e di far sì che i programmi prodotti contribuiscano all'informazione, allo sviluppo culturale, alla libera formazione dell'opinione, alla formazione e intrattenimento del pubblico di lingua italiana.

Con i propri organi – il Consiglio regionale (25 membri) e il Comitato del Consiglio Regionale (7 membri) – si occupa quindi di raccogliere le attese del pubblico italofono e di pronunciarsi sui programmi della RSI. All'interno della CORSI operano pure tre gruppi di lavoro interni al Consiglio regionale, che si occupano di controllo della qualità, di verifica della politica dei concetti di programma e delle azioni rivolte al territorio per sensibilizzare l'utenza sul mandato di servizio pubblico svolto dalla RSI.

Per iscriversi alla società basta inviare la richiesta di adesione che si trova sul sito www.corsi-rsi.ch o telefonare al segretariato a Lugano tel. 0918039165. Per essere registrati sul libro dei soci CORSI e ricevere così il relativo certificato sociale dovrà essere versata la quota sociale una tantum (quindi da pagarsi una sola volta per sempre) di fr.100.–, dopodiché si potrà partecipare quali soci cooperatori alle numerose offerte di attività, dibattiti ed eventi che sono organizzati nel corso dell'anno.

Tutte le informazioni su: www.corsi-rsi.ch .

CONSUMO RESPONSABILE

8 Investimenti finanziari Dove vanno i nostri soldi ?

Questa serie di schede è dedicata al consumo responsabile, con consigli e raccomandazioni per mettere in pratica comportamenti più sostenibili.

Essere consumatori responsabili significa essere attenti al modo in cui i prodotti e i servizi che ci vengono proposti sono stati ottenuti. Lungo tutta la filiera: dalla progettazione alla produzione, dalla distribuzione alla vendita fino all'eliminazione dei rifiuti eventuali. Il consumatore ha quindi la possibilità di influenzare il commercio globale, facendo valere i propri diritti all'informazione e scegliendo prodotti e servizi più sostenibili per l'ambiente, l'economia e la società nella quale vive.

I consumatori e le consumatrici dovrebbero essere attenti ed esercitare responsabilmente le loro scelte anche nel campo degli investimenti di capitali dove sono spesso attori inconsapevoli. Pensiamo per esempio ai conti bancari sui quali abbiamo depositato i nostri risparmi o dove finisce il nostro stipendio o la nostra rendita oppure ai fondi d'investimento dove vengono depositati i soldi delle nostre casse pensioni o delle nostre assicurazioni sulla vita.

L'impatto ambientale e sociale che deriva dall'uso dei fondi raccolti dalle banche, dagli assicuratori o dai gestori di attivi, infatti, non è neutro: per 10'000 euro investiti in un anno, si può passare dalle 1.8 tonnellate di CO_2 all'anno per un libretto di risparmio alle 7 tonnellate di CO_2 per un fondo che detiene azioni nel settore energetico.

La domanda allora è una sola: dove vanno i nostri soldi ? Come sono investiti, in quali settori, quali regole socio-ambientali vengono seguite dagli istituti finanziari che li gestiscono e come si comportano le aziende che li ricevono?

Purtroppo pochi di noi oggi sono attrezzati per rispondere a queste domande – anche se aumenta costantemente il numero dei risparmiatori alla ricerca di investimenti sostenibili – e pure gli specialisti finanziari stentano a proporre prodotti finanziari che rispettino criteri di sostenibilità e di "governance". Eppure questi criteri esistono e rappresentano una alternativa a quanto ha evidenziato la recente crisi finanziaria: la pericolosità per il pianeta e per i suoi abitanti di scelte orientate alla sola ricerca del profitto a breve scadenza e a tutti i costi. Per questo sono nate iniziative, anche interne al mondo finanziario, che hanno denunciato gli effetti perversi di questa visione e propongono una riflessione su un modo più sostenibile di investire i soldi, i cosiddetti Investimenti Socialmente Responsabili (ISR).

La città di Ginevra ha adottato nel 2010 il "Principio dell'investimento sociale responsabile". www.ville-geneve.ch

Cosa sono gli ISR?

Gli Investimenti Socialmente Responsabili (ISR) sono tutti quegli investimenti che tengono conto allo stesso modo dei ritorni finanziari e dei benefici che le attività economiche oggetto dell'investimento apportano al tessuto sociale nel quale operano. Gli investimenti ISR cercano di promuovere quelle pratiche aziendali che

I sei principi dell'investimento responsabile (ESG)

- **Incorporare le tematiche ESG nell'analisi degli investimenti e nei processi decisionali**
- **Incorporare le tematiche ESG nelle politiche e nelle procedure aziendali**
- **Chiedere trasparenza sulle tematiche ESG da parte degli organismi in cui investiamo**
- **Promuovere l'accettazione e l'applicazione dei princìpi nel settore degli investimenti**
- **Collaborare per rendere più efficace l'applicazione dei princìpi**
- **Comunicare le attività e i progressi ottenuti nell'applicazione dei princìpi.**

La Scheda è realizzata con il sostegno dell'UFAM (Ufficio federale dell'ambiente)
www.bafu.admin.ch

Schede già pubblicate:

1. Come organizzare eventi più sostenibili (BdS 7.12)
2. Per una mobilità sostenibile (BdS 1.13)
3. Per un turismo sostenibile (BdS 2.13)
4. Spreco alimentare, cosa possiamo fare per ridurlo (BdS 3.13)
5. Acquisti pubblici sostenibili (BDS 4.13)
6. Alleggeriamo la nostra impronta idrica (BDS 5.13)
7. Consumatori a tutte le età (BDS 6.13)

incoraggiano la protezione ambientale, il rispetto dei diritti umani, un utilizzo responsabile delle risorse naturali, l'eliminazione delle disuguaglianze razziali o religiose, lo sradicamento della corruzione, la protezione del consumatore, ecc. Sono comunemente conosciuti sotto l'acronimo ESG che si riferisce a quegli elementi organizzativi dell'azienda legati appunto alle politiche ambientali (E), sociali (S) e di governance (G) (vedi riquadro nella pagina precedente).

Nel corso degli ultimi anni sono così stati sviluppati criteri che permettono di valutare vari principi della sostenibilità di un investimento socialmente responsabile. Per esempio, gli istituti finanziari che propongono ISR si impegnano a rispettare i Principi di investimento responsabile delle Nazioni unite (UN PRI) in tutti i processi d'investimento (vedi Swisscanto).

Tutti gli investimenti ISR sono accomunati da un rigoroso divieto di qualsiasi attività problematica (criteri di esclusione), nonché da un approccio di tipo «best in class» (criteri positivi) per determinare l'insieme dell'investimento (vedi box in basso a destra). Per esempio, nel settore relativamente opaco delle banche, la Banca Alternativa Svizzera (www.bas.ch) si distingue per trasparenza ed etica nel suo finanziamento di progetti e imprese sostenibili.

Come mai il sistema ISR non è più diffuso?

Ci si potrebbe chiedere allora perché queste forme di investimenti abbiano così scarsa diffusione. Purtroppo sono ancora pochi i paesi che le promuovono e le favoriscono. Solo i Paesi-Bassi hanno una legislazione proattiva e un codice di buona pratica per le aziende quotate in borsa, che richiede loro di far figurare nei loro bilanci le loro responsabilità ambientali e sociali. Altri paesi (F, DK, S) hanno forme meno impegnative nella legislazione o solo raccomandazioni (D).

In Svizzera le società quotate in borsa non sono finora soggette ad alcuna obbligazione di rendicontazione annuale di tipo ambientale o sociale, nemmeno sotto forma di invito informale. Qualcuna ci sta provando a titolo volontario.

L'ISR rimane una filosofia d'investimento più che una gestione di attivi: la terminologia è incerta come lo sono gli approcci e le offerte ed è difficile far capire che in realtà le differenze di rendimento non dipendono dal tipo di gestione: tradizionale o socialmente responsabile.

Inoltre, bisogna constatare che perfino le associazioni e le fondazioni che hanno missioni compatibili con i principi dello sviluppo sostenibile non investono molto sul mercato degli ISR.

Sono nate, tuttavia, negli ultimi decenni alcune fondazioni e associazioni (ethos, actares, nest, …) che s'impegnano affinché i capitali affidati loro e/o agli istituti finanziari che li gestiscono siano investiti nel rispetto dei principi dello sviluppo sostenibile e di quello della volontà dei risparmiatori/affiliati.

Come valutare se un investimento è realmente etico?

Nonostante la maggior parte delle persone concordi su alcuni principi etici fondamentali, tocca a ogni individuo decidere se un particolare investimento rispetti le proprie convinzioni morali e sensibilità culturali. Alla luce di questa considerazione una caratteristica comune a tutte le forme di investimento socialmente responsabile è la trasparenza e completezza dell'informazione relativa ai criteri utilizzati per la selezione, gestione e liquidazione dei titoli di investimento.

Grazie alla disponibilità di queste informazioni, l'investitore è libero di scegliere quale tipo di fondo sottoscrivere nel rispetto delle proprie convinzioni, chiedendo, anche via mail, all'istituto finanziario dove sono depositati i propri soldi di essere informato sull'uso che ne viene fatto **Ulteriori informazioni e bozza di lettera sul sito dell'ACSI www.acsi.ch.**

Diversi modelli di fondo ISR

- Fondi d'esclusione: escludono alcuni settori come l'armamento, il gioco d'azzardo, il tabacco, l'alcool, il nucleare, gli OGM, ecc
- Azionariato responsabile: gli investitori esigono dalle imprese una politica di responsabilità sociale più forte attraverso il dialogo diretto tra le parti ed esercitano attivamente i loro diritti di voto alle assemblee generali.
- Fondi tematici: concentrano i loro investimenti su settori d'attività favorevoli all'ambiente o alla società, come le energie alternative o l'economia solidale
- Fondi socialmente responsabili o di svi luppo sostenibile: integrano criteri di valutazione sociali e ambientali di imprese quotate in borsa, incrociati con criteri finanziari per selezionare le imprese più performanti dal punto di vista dello sviluppo sostenibile.

Criteri di esclusione / inclusione nella scelta dei tipi d'investimento da privilegiare

I criteri di esclusione o negativi posono essere

– formulati per settore di appartenenza cosicché interi settori di attività vengono esclusi in base a motivazioni di carattere etico (tabacco, pornografia, alcol, gioco d'azzardo), sociale (armamenti, produzione di OGM) o ambientale (petrolifero, chimico, nucleare)

– legati a determinati comportamenti a livello d'impresa:
  - ✔ violazione dei diritti umani da parte dell'azienda (o dei fornitori) nei confronti del personale interno e degli appartenenti alla comunità nella quale l'azienda opera
  - ✔ mancanza di sistemi di gestione ambientale adeguati o incidenti ambientali rilevanti.
  - ✔ ridotta comunicazione e trasparenza, in particolare quando si tratta di attività controverse
  - ✔ mancanza di un sistema adeguato di corporate governance.
  - ✔ mancanza di una missione dichiarata, di valori definiti e di un codice etico.

I criteri (comportamenti o prodotti) di inclusione o positivi possono essere:

- ✔ una particolare attenzione alla valorizzazione del capitale umano (formazione, pari opportunità, flessibilità, qualità dell'ambiente di lavoro …)
- ✔ ottima gestione del rapporto con gli stakeholder (fornitori, clienti, dipendenti, autorità locali…)
- ✔ il possesso di eccellenti sistemi di gestione ambientale
- ✔ il supporto a particolari iniziative di tipo sociale
- ✔ prodotti particolarmente innovativi anche in termini di eco-efficienza
- ✔ un eccellente sistema di corporate governance, effettivamente applicato.

Se vuoi essere attivamente responsabile!

Chiedi informazioni alla tua banca sulla sua politica d'investimento, usando la bozza di lettera che trovi al'indirizzo: www.acsi.ch/consumo_responsabile

Un logo per certificare i saloni di bellezza

Un nuovo logo distinguerà gli studi estetici professionali con personale abilitato a svolgere le prestazioni regolamentate a livello cantonale, da quelli che invece non lo sono.

aesi CERTIFICATO DI QUALITÀ
Associazione Estetiste Svizzera Italiana

La notizia apparsa ad inizio anno sulla stampa dell'estetista finita in tribunale a Yverdon per aver trasmesso, nel 2009, a una dozzina di clienti un batterio particolarmente pericoloso, praticando il trucco permanente delle sopracciglia, ha messo in allarme le estetiste professioniste attive in Ticino.

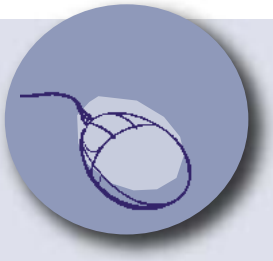
Il trucco permanente è sempre più richiesto e chi lo pratica deve avere una formazione specifica e l'autorizzazione per poterlo esercitare. In Ticino l'esercizio della professione di estetista specificatamente per quattro prestazioni particolari - drenaggio linfatico a fini estetici, epilazione elettrica e/o elettrocoagulazione, estrazione dei grani di miglio e trucco permanente - è infatti soggetta al "Regolamento concernente l'esercizio della professione di estetista" il quale prevede, appunto, tutte le condizioni da adempiere per poterle praticare. Un settore in costante fase di crescita, basti pensare che dal 2005 ad 2012 le persone autorizzate al libero esercizio di questa professione sono aumentate in Ticino da 158 a 194.

Un caso come quello di Yverdon non potrebbe dunque capitare a sud delle Alpi? Secondo l'AESI (Associazione estetiste della Svizzera italiana) sono ancora troppe in Ticino le persone che praticano quest'attività senza la dovuta formazione. "Il problema – spiega Marina Cristiano, vice presidente dell'AESI – è che non esiste una regolamentazione per l'apertura di saloni estetici, come pure di massaggi, tatuatori e ricostruzione unghie. Vi sono sul territorio molte persone che lavorano in questi settori senza l'adeguata preparazione".

Per questo motivo, nel corso dell'ultima assemblea, le professioniste raggruppate nell'AESI hanno deciso di richiedere una regolamentazione più severa per il settore e promosso un marchio (da rinnovare annualmente) che dal 2014 potrà distinguere i saloni con personale qualificato con certificato federale di capacità.

Il logo (nell'immagine) può essere richiesto presso:
AESI, 6678 Lodano
tel e fax: 091 753 33 55
aesi@ticino.com; www.aesi.ch.

DOPPIOCLICK



La foto-estorsione corre sul Web

Ultimamente i criminali stanno sfruttando Internet per compiere estorsioni particolarmente odiose, specialmente nei confronti dei minori: catturano immagini intime o imbarazzanti degli utenti attraverso la telecamerina del computer o del tablet (con appositi virus oppure fingendosi belle ragazze nelle chat video) e poi minacciano di pubblicarle, mandandole in particolare agli amici della vittima, se non verranno pagati. Tipicamente la richiesta è di qualche centinaio di franchi, da pagare di nascosto: una situazione senza vie d'uscita per molti minori, che porta talvolta a gesti estremi.

L'estorsione è facilitata da un comportamento frequente degli utenti: la visibilità pubblica dell'elenco degli amici sui social network, in particolare su Facebook. È difficile immaginarsi che dichiarare pubblicamente di chi si è amici possa comportare un rischio, ma questi ricatti dimostrano che è così.Per nascondere quest'elenco in Facebook occorre visualizzare l'elenco degli amici, cliccare sull'icona della matita e scegliere Modifica Privacy, rispondendo poi con "Solo io" alla domanda "Chi può vedere i tuoi amici?". È meglio nascondere l'elenco degli amici anche agli amici stessi, perché spesso l'amicizia (nel senso ingannevole che ha questo termine su Facebook) si concede anche a sconosciuti.

Ovviamente la prevenzione è la miglior cura: contro i guardoni che usano i virus per catturare immagini dalla telecamera del computer o del tablet servono un buon antivirus e un tappo rimovibile (per esempio un pezzo di nastro adesivo opaco) applicato sulla telecamera; contro le finte seduttrici telematiche è importante ricordare che sanno rendersi molto credibili, usando spesso delle registrazioni prese da siti erotici o addirittura assoldando delle complici che recitano dal vivo. La prevenzione passa anche attraverso l'informazione: se avete figli giovani, anche giovanissimi, avvisateli di queste trappole.

PAOLO ATTIVISSIMO

Perché **non riusciamo a eliminare** i cartelli?

La concorrenza è l'elemento vitale per il mercato ma l'economia svizzera continua a essere dominata dai cartelli. Nonostante le proposte di revisione che si trascinano da quasi 20 anni non si è ancora arrivati alla proibizione degli accordi cartellari.

L'aula del Consiglio degli Stati

Per dare una risposta alle proteste contro la «Svizzera più cara» o per quegli oltre 5 miliardi di franchi che i consumatori svizzeri spenderebbero al di là della frontiera (studio dell'istituto di ricerca del consumo GfK, studio con risultati analoghi del Credito svizzero), il Consiglio federale propose due anni or sono una revisione della legge sui cartelli. Difficile dire se continuava una vecchia storia (dal 1996 sette revisioni, l'ultima del 2004) o se ne cominciava una nuova. Forse, per certi aspetti, una nuova. Essa naviga però ancora in alto mare e non si sa se approderà da qualche parte.

Fine di un Sonderfall

La legge svizzera, unica in Europa, non è mai riuscita a proibire i cartelli. Si limita a combatterne gli abusi. Forse ritenendo che alle volte i cartelli possono anche essere utili in nome dell'efficacia economica o della salvaguardia di prodotti locali. Questa impostazione costringe la Commissione della concorrenza (Comco) a documentare e provare con interminabili inchieste che una intesa ha conseguenze importanti e nefaste per il mercato e per i consumatori.

Si può sostenere che con la revisione proposta dovrebbe cominciare una «nuova» storia perché il governo ha chiesto di abbandonare quest'altro «Sonderfall» o caso unico svizzero, introducendo la proibizione dei cartelli. Inoltre, le imprese coinvolte in un accordo potrebbero essere assolte solo se riusciranno a dimostrare che l'intesa è benefica per tutta l'economia del paese. Il peso della prova cambia campo. E non è cosa da poco.

Le micidiali intese

Due nuovi avvenimenti indussero però a ritenere insufficiente o inadeguata una legge la cui revisione risaliva a pochi anni prima (2004): una mozione presentata in Parlamento (mozione Schweiger) che chiedeva un sistema di sanzioni più efficace contro i cartelli (o contro gli impedimenti alla libera concorrenza). Secondo: la crisi monetaria con l'apprezzamento del franco svizzero che invece di tradursi in un minor costo dei prodotti importati (per il maggior valore d'acquisto del franco) si traduceva in un guadagno solo per importatori e distributori e non per i consumatori (che andavano appunto oltrefrontiera ad acquistare). Su questa specifica questione sono state presentate al Nazionale tre mozioni da Prisca Birrer Heimo, presidente della Stiftung für Konsumentenschutz (SKS), membro con ACSI e FRC dell'Alleanza svizzera dei consumatori.

La nuova proposta governativa aveva quindi un merito immediato e certo: prevedeva la proibizione delle intese dette verticali. Un'intesa è una pratica anticoncorrenziale: può essere orizzontale o verticale. È orizzontale se avviene tra operatori della stessa catena economica (panettieri che si intendono per imporre lo stesso prezzo del pane). È verticale se avviene tra operatori situati a livelli diversi del circuito economico (fabbricanti di auto, importatori-venditori di auto, che impongono il prezzo di vendita in Svizzera).

Forse è giusto rilevare che né i commercianti avrebbero in parte diminuito i prezzi dei prodotti importati né il Consiglio federale si sarebbe sognato di proporre una nuova revisione della legge sui cartelli, se i consumatori non avessero agito rifiutando una volta tanto di lasciarsi tosare come pecore.

E i consumatori l'hanno fatto non solo perché preoccupati del loro portamonete ma anche del disfunzionamento del mercato e del danno all'economia.

Un matrimonio contro natura

Il progetto del Consiglio federale è passato alle Camere. Il Consiglio degli Stati l'ha approvato con 25 voti favorevoli e 9 contrari. Ha fatto qualche concessione alle lobbies economiche ma ha introdotto sanzioni severe contro le imprese estere che rifiutano di fornire gli acquirenti svizzeri con i prezzi praticati nei loro paesi.

Mutamento netto di tendenza, invece, nell'altra Camera. La commissione del Consiglio Nazionale che ha esaminato il progetto si è trovata divisa 11 contro 11 e, grazie al voto determinante del presidente, il democristiano Christophe Darbellay, ha respinto l'entrata in materia, chiedendo di riascoltare ancora gli ambienti interessati alquanto inalberati.

Il quotidiano zurighese «Tages Anzeiger» (25 aprile 2013) riuscì a scoprire quasi subito le ragioni di quella sorprendente decisione: una singolare alleanza tra l'Usam (Unione svizzera delle arti e mestieri, che rappresenta le piccole e medie imprese), ferocemente contraria alla revisione e l'USS (Unione sindacale svizzera), opposta alla lotta contro i cartelli verticali.

Si è parlato di un matrimonio contro natura. La prima (Usam, ma anche economiesuisse, l'associazione mantello delle imprese, è sulla stessa lunghezza d'onda) è tradizionale sostenitrice del libero mercato ad ogni costo e ritiene quindi che con la revisione ci sia un'ingerenza innamissibile dello Stato. Il quale, oltretutto, pretende che siano ora le imprese a dimostrare che si comportano bene in fatto di concorrenza e diano la prova che eventuali accordi sui prezzi in nome dell'efficacia economica siano giustificabili. E questo genera costi burocratici da riversare sui consumatori, argomenta l'Usam.

La seconda (Uss), di solito favorevole al necessario intervento dello Stato, so-

Reparto comune in tutta la Svizzera Finalmente una riduzione dei premi

I premi per le assicurazioni complementari ospedaliere, nel 2014, diminuiranno complessivamente di 240 milioni di franchi. I cali più marcati si avranno per i prodotti del settore "Reparto comune in tutta la Svizzera", che nel 2014 potranno subire una riduzione media del 40%. Soddisfatta l'ACSI che lo chiedeva da tempo.

Il 1° gennaio 2012 è, infatti, entrata in vigore la revisione della Legge federale sull'assicurazione malattie (LAMal) che ha comportato numerosi cambiamenti a livello di finanziamento delle prestazioni ospedaliere. L'assicurazione obbligatoria copre, infatti, da allora gran parte dei costi dei ricoveri in ospedali fuori cantone. Ciò ha comportato minori costi a carico delle coperture complementari.

Alla luce di questi cambiamenti, l'Autorità federale di vigilanza sui mercati finanziari (FINMA) nel corso del 2013 ha sollecitato gli assicuratori a sottoporre alla sua attenzione tutte le tariffe delle assicurazioni complementari ospedaliere. La FINMA ha così avuto per la prima volta a disposizione dati attendibili da analizzare. Dai conti annuali 2012 presi in esame si desume una riduzione significativa per i costi dei prodotti per l'assicurazione ospedaliera, per un importo complessivo di 582 milioni. Per il modello assicurativo "Reparto comune", la flessione dei costi registrata nel 2012 è stata pari a un considerevole 73%. I prodotti "Reparto semiprivato" hanno evidenziato un calo dei costi del 16%, mentre per il modello "Reparto privato" la contrazione è stata del 18%.

La verifica tariffaria straordinaria e la successiva trattativa con gli assicuratori hanno comportato riduzioni sui premi per un importo complessivo di 240 milioni di franchi. Per i prodotti del "Reparto comune" lo sgravio sui premi è risultato particolarmente marcato, con un abbassamento delle tariffe mediamente del 40%.

Un quadro diverso si è invece delineato per i prodotti "Reparto semiprivato" e "Reparto privato": per il 2014, l'80% di queste coperture non presenterà alcuna variazione tariffaria, in parte a seguito di deficit riscontrati negli esercizi precedenti. Da questo sviluppo è interessato circa un milione di assicurati. Per l'11% dei prodotti, con i quali è assicurato circa mezzo milione di persone, i premi scenderanno in media del 7%, pari a un controvalore di circa 68 milioni. Nel 9% dei prodotti si registreranno invece aumenti dei premi in media inferiori al 6% (27 milioni, 485'000 assicurati). Questi aumenti tariffari risultano necessari per coprire il futuro invecchiamento degli assicurati.

stiene invece che combattendo le intese tra fabbricanti e distributori, si finirà per favorire le imprese integrate. In altre parole, esemplificando: la legge permetterebbe di sanzionare Migros e Coop mentre risparmierebbe le imprese come Aldi o Lidl le quali essendo simultaneamente fabbricanti (in Germania) e distributori (in Svizzera) e che… (criticano i sindacati) trattano male i loro dipendenti, sfuggirebbero alle sanzioni.

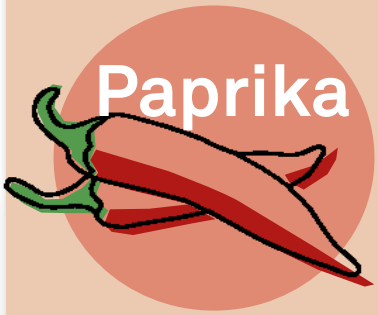
La memoria dei consumatori

L'atteggiamento delle organizzazioni economiche, sempre contrarie allo Stato e a qualsiasi regolamentazione nonostante i deleteri risultati cui portano le assenze di regole, quasi sempre a danno dei consumatori (sia come clienti di banche, sia come semplici acquirenti di beni) è pressoché scontato e inamovibile.

L'atteggiamento sindacale suscita invece qualche perplessità: certo, non si può rimproverare a un sindacato di difendere i salariati; si potrebbe però suggerirgli di concentrare la sua attenzione sulle imprese che non rispettano dignità e giusta mercede dei lavoratori, evitando di mescolare le cose, portando così alla assurda conseguenza di non difendere il potere d'acquisto di tutti i consumatori svizzeri, compresi quelli sindacalizzati.

L'atteggiamento dei parlamentari non dovrebbe farci dimenticare che, all'inizio di questa legislatura, numerosi di essi si sono dichiarati decisamente pronti a sostenere le tre organizzazioni dei consumatori. La legge tornerà alle Camere nella primavera prossima: sarà la volta buona per verificare se quell'amore espresso allora per i consumatori da parte di un numero rilevante di parlamentari era sincero o solo un espediente acchiappavoti. Insomma, se conteranno più i cittadini-consumatori o le lobbies tosa-consumatori. Dovremo tenerne nota, anche se il 2015 è purtroppo ancora lontano.

Silvano Toppi, economista



Troppo caffè, i prezzi crollano del 30% Ma per i consumatori?

Una storia di caffé. Un po' bislacca e forse anche inumana. Non si sa più dove mettere i sacchi da 60 chili di caffé, questo è il problema. La raccolta è stata disperatamente eccellente. Niente gelo in Brasile, niente siccità in Vietnam, l'uno e l'altro forti produttori. Precipitano quindi i corsi della nobile arabica e della plebea robusta. Alla Borsa di Nuova York in dieci mesi un tonfo del 34%. Uno specialista della BGC International (grosso operatore nel campo) sostiene che si producono 310 milioni di sacchi ma se ne acquistano solo 260. Si ammucchiano gli stock invenduti. Il ministro dell'agricoltura vietnamita dice di doverne sistemare da qualche parte 300 mila tonnellate.

Disgustata, la speculazione si è tolta dal gioco. In verità, aveva ancora puntato le sue carte sul tifone Haiyan, devastatore delle Filippine. Se con altrettanta intensità fosse arrivato in Indocina annullando buona parte della futura produzione di grani, i corsi nuovayorkesi sarebbero schizzati in alto, provocando un bell'affare.

Il diluvio filippino si è invece trasformato in piogge banalmente tropicali, accarezzando appena i campi vietnamiti. Rimane una sola speranza: che l'Asia si metta finalmente a bere caffé come non ha mai fatto. Una speranza peregrina: il Vietnam, primo produttore mondiale di robusta, rimane sempre ancorato quasi maniacalmente al thè e non consuma caffé. I prossimi tifoni, poi, arriveranno solo fra un anno in Asia .

Così ragiona la speculazione. Nelle nostre chicchere non capita niente, anche se il corso del caffé è sceso di oltre il 30%. Ti spiegheranno sempre che nel costo totale di un espresso, il prezzo di quella materia prima essenziale ha un peso trascurabile, si e no del 5% (il resto è servizio, affitto, salari, tasse, acqua ecc.). Un altro paradosso. Risulta però che una famosa catena di caffé, la Starbucks Coffee, deve aver saputo approfittare del forte calo della sua materia prima se già ostenta per quest'anno un margine di guadagno del 16.3%. Così va il mondo, cari miei, e quasi a nostra insaputa.

Tre new entry in Ticino

Diamo il benvenuto a altri tre ristoranti ticinesi: Il Vegetariano Govinda di Locarno e il ristorante dell'Hôtel Morgana a Mendrisio e Osteria binario 07 di Chiasso. Continuiamo a invitare i consumatori a scegliere i ristoranti che cucinano e che non propongono ai clienti (a loro insaputa) cibi pronti da infilare nel microonde. Allo stesso modo, continuiamo a chiedere ai ristoratori di essere più trasparenti nei confronti della clientela. In questa pagina trovate i ristoranti che hanno sottoscritto con l'ACSI l'impegno a indicare nel proprio menu i piatti "fatti in casa".

LUGANESE

Il canvetto di S. Galizzi, Vallombrosa
Castelrotto - tel. 091 6081866

Ristorante La Palazzina
Mezzovico - tel. 091 9461172

Osteria la Palma, Nerocco-Bedigliora
tel. 091 6061200

Ristorante Olimpia, Lugano
tel. 091 9227488

Sass Cafè - Vineria, Lugano
tel. 091 9222183

Ristorante Stazione, Tesserete
tel. 091 9431502

Le bucce di Gandria, Gandria
tel. 091 2258833

Canvetto Federale, Canobbio
tel. 091 9412552

Canvetto Luganese, Lugano
tel. 091 9101890

Grotto della Salute, Massagno
tel. 091 9660476

Grotto Ticinese, Cureglia
tel. 091 9671226

Grotto Piccolo Vigneto, Albonago
tel. 091 9723985

Osteria Ronchetto, Comano
tel. 091 9411155

Pizzeria Moretto, Cureglia
tel. 091 9663445

Taverna dei Pescatori, Caslano
tel. 091 6061847

Grotto Stremadone, Caslano
tel. 091 6062485

Grotto dell'Ortiga, Manno
tel. 091 6051613

Rist. La Sorgente, Vico Morcote
tel. 091 9962301

Ristorante Carina, Morcote
tel. 091 9712938

Osteria Torricella, Torricella
tel. 091 9451226

Locanda del Conventino,
Pregassona - tel. 091 9403222

MENDRISIOTTO

Osteria binario 07 new entry!
Chiasso - Tel. 091 6822184

Hôtel Morgana
Mendrisio - Tel. 091 6462355

Crotto dei Tigli new entry!
Balerna - Tel. 091 6833081

Grotto Grassi
Tremona - Tel. 079 3702876

Osteria del Giardino,
Morbio Inferiore
tel. 091 6826050

La Piccola Osteria, Arzo
tel. 091 6461131

Caffè sociale, Riva S.Vitale
Tel. 091 6481789

Grotto del Giuvan, Salorino
Tel. 091 6461161

Osteria l'uliatt, Chiasso
tel. 091 6827057

Locanda degli Eventi, Novazzano
tel. 091 6830013

Pizzeria-Osteria del Teatro
Vacallo - Tel. 091 6831397

LOCARNESE

Vegetariano Govinda, Locarno
tel. 091 7523852 new entry!

Bar Osteria Amici, Russo
tel. 091 7804343

Canvetto Ticinese, Brissago
tel. 091 7932996

Centro Lungta, Mergoscia
tel. 091 7309991

Grotto La Ginestra, Ronco s/Ascona
tel. 079 2338352

Ristorante Al Porto, Ascona
tel. 091 7858585

Ristorante Vallemaggia, Locarno
tel. 091 7520001

Rist. Al Bottegone, Locarno
tel. 091 7518090

Ristorante Centovalli, Tegna
tel. 091 7961444

Ristorante Centrale, Piazzogna
tel. 091 7952282

Grottino Ticinese, Losone
tel. 091 7913230

Al Grott Cafè, Brione S/Minusio
tel. 091 7301132

Rist. Pizzo Vogorno, Vogorno
tel. 091 7451256

Eco–hotel Cristallina, Coglio
Tel. 091 7531141

Grano salis (pasti a domicilio), Minusio
Tel. 091 7521321/078 8467661

BELLINZONA E VALLI

Osteria Mistral, Bellinzona
tel. 091 8256012

Ristorante Zanzibar, Bellinzona
tel. 091 8259607

Ristorante Corona, Bellinzona
tel. 091 8252844

Locanda Ticinese, Bellinzona
tel. 091 825 1673

Ristorante Emerenzia, Bellinzona
tel. 091 8254770

Ristorante Giardino, Bellinzona
tel. 091 8355424

Casa del popolo, Bellinzona
tel. 091 8252921

Osteria della Posta, Claro
tel. 091 8633110

Grotto Torcett, Giubiasco
tel. 091 8573757

Ristorante Forni, Airolo
tel. 091 8691270

Agriturismo-Rifugio Alla Meta
Predelp-Carì, tel. 079 7618582

Osteria Centrale, Olivone
tel. 091 8721107

Osteria Grotto Damiano, Preonzo
tel. 079 6201135

Ristorante Orello, Gnosca
tel. 091 8294695

CAPANNE

Capanna Cava, Biasca, val Pontirone
tel. 091 8701444 - 079 5121765

Lo stallone, Alpe Cardada
Tel. 091 7436146

Pairolo, Val D'Usin
Tel. 091 9441156 - 079 2742335

FUORI TICINO

Table d'Hôtes, Au 1er
Bulle (FR) Tel. 079 2550845

Cantine scolaire L'Abricroque,
Bassins (VD) Tel. 079 6323677

Restaurant Le Besso, Zinal (VS)
Tel. 0274753165

Restaurant le Bureau, Neuchâtel
Tel. 032 724 48 68

La brasera, San Vittore
Tel. 091 8274777

Classifica WWF sull'**olio di palma**

Una nuova classifica stilata dal WWF su 43 aziende svizzere evidenzia un incremento delle imprese che utilizzano olio di palma certificato per i propri prodotti. Tuttavia, sono ancora troppe le aziende che optano per i certificati relativi all'olio di palma anziché per il vero e proprio olio di palma certificato.

Quali effetti ha avuto la formulazione dei criteri della «Tavola rotonda per l'olio di palma sostenibile» (Roundtable on Sustainable Palm Oil, RSPO) sul mercato svizzero dell'olio di palma sostenibile? Per trovare una risposta a questa domanda, il WWF ha condotto un sondaggio su 43 aziende con sede in Svizzera nell'ambito di una classifica internazionale.

Il risultato è stato soddisfacente: il 60% delle imprese intervistate utilizza olio di palma certificato secondo le direttive della RSPO. Ai primi posti si classificano Coop Società Cooperativa, Florin SA, Givaudan SA, Lindt & Sprüngli SA, Federazione delle cooperative Migros, Nestlé S.A. e Pro Fair Trade AG, che hanno totalizzato 11 punti su 12 (classifica nel riquadro). Queste aziende ricorrono all'olio di palma certificato in percentuale elevata, diffondono in maniera trasparente i dati relativi alle quantità, alle dichiarazioni di impegno e alla qualità delle loro catene di fornitura e aderiscono alla RSPO.

Agli ultimi posti della classifica si attestano aziende quali Fenaco, Clariant International SA o Manor SA, che acquistano basse percentuali di olio di palma certificato.

Nessuna informazione è invece trapelata da imprese quali Hero AG, Läckerli Huus SA o Valora Holding SA, che hanno semplicemente preferito restare in silenzio. Il WWF ha attribuito zero punti a queste aziende e le ha caldamente invitate a dimostrarsi più trasparenti e responsabili nell'ambito dell'approvvigionamento di olio di palma.

Obiettivo parziale raggiunto

«A prima vista la situazione in Svizzera sembra positiva», afferma l'esperta del WWF Katrin Oswald. «Tuttavia, è ancora troppo elevata la percentuale di aziende che prediligono i certificati sull'olio di palma anziché il vero e proprio olio di palma certificato». Optare per i certificati significa che nei propri prodotti finiti non è contenuto fisicamente olio di palma certificato, ma semplicemente che quest'ultimo viene impiegato in altri prodotti, in altre parti del mondo.

L'obiettivo è far sì che tutte le aziende si convertano al 100% all'olio di palma certificato entro il 2015. Pro Fair Trade AG e Hiestand Schweiz AG sono la riprova che è possibile.

I PIÙ VIRTUOSI

11 punti: Coop Società Cooperativa, Florin SA, Givaudan SA, Lindt & Sprüngli SA, Federazione delle cooperative Migros, Nestlé S.A., Pro Fair Trade AG
10,5 punti: Bakels SA, Hiestand Schweiz AG, Hug und Wernli AG
10 punti: Chocolats Camille Bloch SA, Rausch AG Kreuzlingen
9 punti: Cioccolata Alprose SA, Maestrani Cioccolati Svizzeri SA, Herbert Ospelt Anstalt, Kägi Söhne AG, Kambly SA, Nutriswiss AG, Weleda SA

A METÀ CLASSIFICA

8,5 punti: Hügli Holding AG
8 punti: Bischofberger AG, Hilcona SA
7 punti: Barry Callebaut, Grüninger AG
6,5 punti: bio-familia AG
5 punti: Fenaco

FANALINI DI CODA

4,5 punti: Cornu SA, Clariant International SA
3,5 punti: Trawosa AG
1 punto: Manor SA

NON TRASPARENTI

Non hanno dato alcuna risposta: Amtradeco, Astra Oil Trading AG, Chocolat Bernrain AG, Galderma-Spirig, Grains & Fourrages SA, Gysi AG Chocolatier Suisse, Hero AG, Juvena AG, Läckerli Huus SA, Loeb SA, Pfister Chocolatier AG, Ritz SA, Valora Holding SA

Buona notizia!

I consumatori attenti alla propria alimentazione e che desiderano limitare il consumo di olio di palma potranno ora scegliere la margarina o altri prodotti con cognizione di causa: ogni alimento che contiene materia grassa dovrà indicare la natura del grasso impiegato. È questo il punto principale introdotto nella revisione 2013 del diritto alimentare. L'ACSI è ovviamente molto soddisfatta.

Le azioni intraprese insieme con i colleghi dell'Alleanza alla fine sono state paganti: l'olio di palma non sarà più un passeggero clandestino nella lista degli ingredienti. L'Ordinanza sulle etichette e sulla pubblicità proibirà – a partire dal 1° gennaio 2014 – la menzione generica "olio vegetale": i produttori dovranno indicare l'origine degli oli e dei grassi utilizzati. Questa informazione permetterà ai consumatori di scegliere con cognizione di causa. Ricordiamo che l'olio di palma (vedi dossier in BdS 1.13) non deve essere consumato in quantità eccessive per ragioni di salute per il suo contenuto di grassi saturi (che, non dichiarati vanno ad accumularsi in numerosi alimenti che lo contengono come biscotti, prodotti da forno, dolciumi, paste pronte, margarine, ecc.). Inoltre la coltivazione della palma, come, viene ripetuto anche in questa pagina, contribuisce alla deforestazione e crea grossi problemi ambientali.

RSPO, la tavola rotonda per l'olio di palma sostenibile

Questo olio è contenuto nel sapone, nei cosmetici e nei detersivi, ma anche nel cioccolato, nel gelato e nella margarina. Inoltre, sempre più spesso viene impiegato come biodiesel. Per produrlo, ampie distese di foresta tropicale, in particolare nel Sud-Est asiatico, vengono abbattute e trasformate in piantagioni.

Nella «Tavola rotonda per l'olio di palma sostenibile» (RSPO), promossa dal WWF nel 2004, sono attualmente rappresentati i principali consumatori di olio di palma. L'obiettivo è la promozione e commercializzazione di olio di palma prodotto secondo criteri di sostenibilità ambientale e sociale, in modo da ridurre la pressione su preziosi biotopi forestali.

Impronta ecologica di magliette scarpe e detergenti

La Commissione europea ha sviluppato un metodo per valutare l'impronta ecologica di alcuni prodotti (Product Environmental Footprint, PEF). Anche l'Ufficio federale dell'ambiente (UFAM) partecipa ai lavori relativi a tre prodotti: scarpe senza cuoio, magliette e detergenti.

I consumatori che desiderano acquistare beni prodotti nel rispetto delle risorse hanno bisogno di informazioni affidabili. Uno dei punti centrali del piano d'azione Economia verde, recentemente approvato dal Consiglio federale è proprio questo. Per testare il nuovo metodo di misurazione dell'impronta ecologica sono stati selezionati, tra oltre 90 progetti pervenuti, 13 prodotti per la fase pilota triennale.

Il consozio che misurerà l'impronta ecologica delle **magliette** comprende le ditte francesi Cycleco, Promod, Décathlon, Devernois e TAD (Teintures et Apprêts Danjoux). Il consorzio responsabile del progetto **scarpe senza cuoio**, è composto dalle società Sustainable Apparel Coalition (USA), The Adidas Group (Germania), Nike Inc. (USA), Timberland (USA). Per il progetto **detergenti**: l'A.I.S.E. (Association Internationale de la Savonnerie, de la Détergence et des Produits d'Entretien) (Belgio), l'AFISE (Assocation française des industries de la détergence) (Francia) e le società Ecover (Belgio), Procter & Gamble, Vandeputte e Henkel (Germania), Mc Bride (Gran Bretagna), SC Johnson (USA), Unilever (Paesi Bassi). Ai lavori dei tre consorzi partecipa anche l'UFAM.

Seggiolini auto: quasi nessuna vettura ha pienamente convinto

Quasi tutte le vetture nuove sono munite, per l'installazione di seggiolini auto, di ancoraggi Isofix e Top Tether. Ciononostante, non tutti i seggiolini possono essere montati in qualsiasi auto familiare. Pur con un'eccezione, tutte le automobili esaminate hanno ottenuto la menzione "consigliato". Tutti i modelli sono comunque soggetti a migliorie.

Il TCS ha esaminato 15 vetture familiari molto richieste per la loro "idoneità al trasporto di bambini". Dal giugno del 2010, sono stati sottoposti al test 75 veicoli. La gran parte delle auto nuove sono dotate di ancoraggi Isofix e Top Tether, ma quasi nessuna ha pienamente convinto.

Delle 15 automobili testate, 13 sono già state sottoposte anche al rinomato Euro-NCAP-Crashtest. Per quanto riguarda la sicurezza dei bambini, tutti i modelli hanno raggiunto le 5 stelle. Tuttavia, questi risultati non consentono di determinare se sia facile installare a bordo un seggiolino auto e se un veicolo sia in grado di accogliere comodamente anche più seggiolini alla volta.

Su quasi tutti i veicoli testati, possono essere trasportati, in modo "soddisfacente" e conformemente alle prescrizioni, almeno tre bambini e, con limitazioni, anche quattro. Unica vettura con **5 stelle**, la Citroen C4 Picasso è adeguata al trasporto di quattro bambini e sul sedile posteriore offre "buone" condizioni di spazio per tre seggiolini. Hanno ottenuto **4 stelle**, Ford Kuga e Mercedes-Benz Citan Kombi. In entrambi i modelli possono pure essere trasportati quattro bambini, due dei quali, in condizioni "buone", sul sedile posteriore. Il maggior numero di bambini, ossia cinque, sono trasportabili a bordo della Nissan NV200 Evalia, che ha sette posti. Tuttavia, poiché vi sono soltanto due "buoni" posti e, secondo le istruzioni d'uso, il sedile centrale della seconda fila non ammette seggiolini, lo spazioso monovolume giapponese si è lasciato sfuggire per un soffio la quarta stella. Renault Captur ha ottenuto solo **due stelle**, in parte a causa d'istruzioni d'uso limitate: secondo il costruttore, il sedile lato conducente non è adeguato per tutte le categorie di seggiolini, mentre il sedile centrale posteriore non lo è in generale.

Tendenzialmente, i monovolumi o le grandi kombi offrono maggiori possibilità di trasporto di bambini rispetto alle limousine o ai piccoli fuoristrada. Alcuni veicoli non hanno raggiunto una valutazione migliore solo per le istruzioni d'uso riduttive.

Per trovare la vettura familiare ideale, conviene fare un giro di prova con bambini e seggiolini a bordo.

Per motivi di sicurezza, il TCS consiglia di trasportare i bambini non sul sedile lato conducente, bensì su quello posteriore. Se si sistema un seggiolino sul sedile del passeggero anteriore, nel senso contrario a quello di marcia, occorre assolutamente disattivare l'airbag frontale.

ACSI

Via Polar 46, CP 165
6932 Lugano–Breganzona
tel. 091 922 97 55 fax 091 922 04 71

Segretariato

lunedì – venerdì 8.30-10.30
acsi@acsi.ch

Consulenze gratuite per i soci

lunedì – venerdì 9.00-10.30
nuovo orario
infoconsumi@acsi.ch

- Infoconsumi
- Casse malati (anche per non soci)
- Pazienti
- Contabilità domestica
- Alimentazione

Redazione

martedì e giovedì bds@acsi.ch

- La Borsa della Spesa
- www.acsi.ch

Mercatini dell'usato

Nei Mercatini dell'usato ACSI si trova abbigliamento per bambini a prezzi contenuti e in ottimo stato, indumenti e equipaggiamento sportivo, carrozzelle, passeggini, biciclette, lettini, seggioloni, ecc. Prima della consegna di merce ingombrante contattare il mercatino.

Bellinzona, viale Portone 9	076 712 68 91
martedì, giovedì	14–17
mercoledì (solo vendita)	14–17

Nuova sede a Giubiasco da gennaio 2014 (vedi a pagina 5).

Locarno, via Castelrotto 20	091 751 24 73
martedì e venerdì	9–11
mercoledì (solo vendita)	14–17.30
giovedì	14–17.30

Chiuso durante le vacanze scolastiche.

Bioggio, via Cademario	076 533 69 03
martedì e mercoledì	14–17
giovedì e venerdì	9–11
sabato (da nov. al 14 dicembre)	**14-17**

Chiuso per le feste di fine anno.

Balerna, via Favre 8 (zona FFS)	078 926 52 41
mercoledì	14–17
venerdì	14–17.30
sabato (da metà settembre a febbraio)	14–17

Chiuso durante le vacanze scolastiche.

PUBBLICAZIONI

desidero ricevere:

❑ Adesivo contro la pubblicità nella bucalettere	fr. 1.–
❑ 20 etichette per respingere la pubblicità indirizzata	fr. 2.–
❑ Il piatto equilibrato	fr. 20.– (+ 7 per invio)
❑ L'essenziale sui diritti dei pazienti	gratis
❑ Schede – Reclamare, ma come? *	fr. 7.–
❑ Schede – Mangiare bene per vivere bene *	fr. 7.–
❑ Schede – Salute e movimento *	fr. 7.–
❑ Guida ai consumi responsabili, III edizione *	gratis
❑ La guida del bebè *	fr. 7.–
❑ Schede: come risparmiare energia	* fr. 4.–
❑ Marchi per alimenti	* fr. 25.–
❑ I conti di casa (soci ACSI 12.–)	* fr. 16.–
❑ Piatti unici	* fr. 7.–
❑ Storie di Internet che nessuno vorrebbe vivere	gratis
❑ Tessili: per saperne di più	fr. 6.–
❑ Medi–Minus (13 schede informative sui medicamenti)	fr. 2.–
❑ Micro–onde: per saperne di più	fr. 8.–
❑ Guida ai marchi alimentari (formato tessera)	gratis
❑ Guida alla luce (formato tessera)	gratis
❑ Guida ai marchi non alimentari (formato tessera)	gratis
❑ Guida all'acquisto di pesci e frutti di mare (formato tessera)	gratis
❑ Guida all'acquisto del legno (formato tessera)	gratis
❑ Guida all'acquisto degli elettrodomestici (formato tessera)	gratis
❑ La borsa per la spesa (tascabile)	fr. 5.–

* **Queste pubblicazioni sono scaricabili direttamente e gratuitamente da internet: www.acsi.ch.** Per le copie cartacee è indicato a lato il prezzo cui si devono aggiungere le spese postali. Per importi complessivi fino a fr. 15.– allegare il controvalore in francobolli (da ct. 85 o da fr. 1.–) + fr. 2.– in francobolli per i costi di spedizione (rispettivamente fr. 3.– per le pubblicazioni segnate da asterisco *). Per importi superiori a fr. 15.– riceverete una polizza di versamento. Allegando un'etichetta autocollante col vostro indirizzo facilitate il nostro lavoro.

data _____ firma _____

Inviate l'intera pagina a: ACSI, Via Polar 46, CP 165, 6932 Lugano-Breganzona

diventa socio/a

data _____

cognome _____ nome _____

via e numero _____

nap _____ località _____

e-mail _____

❑ **Desidero aderire all'ACSI per il 2014 e ricevere il periodico La borsa della spesa**
- Quota annuale fr. 40.– (estero fr. 45.–)
- Sostenitore a partire da fr. 50.–

❑ **Desidero regalare un'adesione per il 2014 con abbonamento a La borsa della spesa al prezzo speciale di fr. 10.– (anziché fr. 40.–)* a:**
*** (l'offerta è valida fino al 6.1.'14 e è destinata ai soci/e ACSI; i beneficiari del dono non devono essere già soci)**

cognome _____ nome _____

via e numero _____

nap _____ località _____

Inviate questa pagina ritagliata e compilata a: ACSI, cp 165, 6932 Lugano-Breganzona. Potete diventare soci o regalare un abbonamento a La borsa della spesa anche telefonando in segretariato (091 922 97 55), inviando un fax (091 922 04 71) o una e-mail (acsi@acsi.ch).

TEST

Questi test sono a disposizione in lingua originale presso il segretariato ACSI

La borsa della spesa

Cassetta attrezzi "Do it"	Nov. 13
Carne pollame e batteri	Nov. 13
Tablet	Sett. 13
Smartphones	Ago. 13
Zafferano	Giu. 13
Cosmetici	Mag. 13
Stampi in silicone	Mag. 13
Wattmetro	Mar. 13
Smacchiatori pretrattanti	Gen. 13
Formaggio raclette	Dic. 12
Giochi (test etico)	Dic. 12
Lozioni per il corpo	Nov. 12
Stampanti multifunzionali	Set. 12
Padelle antiaderenti	Ago. 12
Navigatori GPS	Giu. 12
Scarpe in cuoio	Giu. 12
Date scadenza degli alimenti	Apr. 12
Jeans (test etico)	Feb. 12

Mieux choisir, Losanna

Forno a microonde	Ott.13
Lavatrici	Ott.13
Misuratori pressione	Mag. 13
Bilance per cucina	Mar. 13

AltroConsumo, Milano

Robot aspirapolvere	Dic. 13
Mini hi-fi	Dic. 13
Rasoi elettrici	Dic. 13
Cartucce alternative stampanti	Nov. 13
Asciugabiancheria	Set. 13
Servizi "cloud"	Set. 13
Videocamera	Lug. 13
App. foto con obiettivo fisso	Lug. 13
Aspirapolvere	Giu. 13
Biciclette elettriche	Giu. 13
Ferri da stiro	Giu. 13
Programmi antivirus	Apr. 13
App. foto reflex e mirrorless	Mar. 13
Schermi per PC	Feb. 13
Apparecchi per fare il pane	Gen. 13

Test, Berlino

Altoparlanti per home-cinema	Dic. 13
Televisori (100-140 cm)	Dic. 13
Ricevitori AV	Nov. 13
Seggiolini auto per bambini	Nov. 13
Pneumatici invernali	Ott. 13
Macchine caffè (capsule+cialde)	Ott. 13
Stampanti multifunzionali	Ott. 13
Materassi	Sett. 13
App. radio digitali	Ago. 13
Centrifughe per succhi	Ago. 13
Note- e Ultrabooks	Lug. 13
App-Sicurezza per smartphone	Lug. 13
Frigoriferi	Lug. 13
Lavastoviglie	Giu. 13
Navigatori + App per smartph.	Giu. 13
Lettori E-book	Giu. 13
Stampanti a inchiostro	Apr. 13
Telefoni per seniori	Feb. 13
Televisori piccoli (60 cm diag.)	Feb. 13

GAB
6932 Breganzona

Vuoi fare **un regalo** che dura un anno? Regala **la BdS**

Con la rivista, l'**ACSI** ti offre

- informazione
- consulenze
- difesa dei consumatori
- mercatini dell'usato

Fino al 6 gennaio se sei già socio/a puoi regalare la BdS a soli fr. 10.–

acsi
Associazione consumatrici e consumatori della Svizzera italiana

Diventa amico dell'ACSI su Facebook
Mi piace
https://www.facebook.com/acsiconsumi