La borsa *della* spesa

bds

Periodico
dell'Associazione
consumatrici
e consumatori
della Svizzera italiana

Anno XLII
Nr. 5
Agosto 2016
Fr. 5.–

BEVANDE ALLA FRUTTA MA LA FRUTTA DOV'È?

ADVERGAME: LA PUBBLICITÀ DIVENTA UN GIOCO

TEST: SOSTANZE TOSSICHE SUI KIT PER SNORKELING

COME SONO INVESTITI I NOSTRI SOLDI?

n. 5 agosto 2016

EDITORIALE	Sanità 2030: consumatori sempre zitti?	3
LA POSTA	Un farmaco, tre nazioni, differenze di prezzo	4
	Telefonate moleste: ecco come ho fatto	4
	La maglia è piccola... ma non può cambiarla	4
	Ma quanto devo spendere per il buono da 20 franchi?	4
	Test dentifrici: come si spiega il risultato di Colgate?	5
	Perché la mia bici elettrica non è sussidiabile?	5
	Abbonamento Sunrise internet, e chi lo vuole?	5
SOTTO LA LENTE	Advergame quando la pubblicità diventa un gioco	6
	Soddisfatti o rimborsati? Non vale per tutti	16
DIRITTI	Garanzia: condizioni e termini da sapere	9
	Una maggiore trasparenza non guasta	22
PRIMO PIANO	Nei ristoranti che cucinano il cibo è "fatto in casa"	10
	Come scegliere un corso di tennis?	23
ALIMENTAZIONE	Rassegna gastronomica Fourchette verte	12
	Più chiarezza in merito alle derrate alimentari fabbricate in Svizzera secondo prescrizioni estere	30
CONSUMATORI ATTENTI	Test sulle intolleranze alimentari: prudenza!	13
	Canicola? Alcune regole su come affrontarla	13
	Furto della carta di credito. Cosa fare?	22
	Diserbanti venduti con troppa leggerezza	28
TEST	Bevande alla frutta per giovani, ma la frutta dov'è?	14
	Sostanze tossiche sui kit per snorkeling:	20
ACSI	Grazie all'ACSI...	17
TEST FLASH	Repellenti per insetti: quale scegliere?	18
	Pulire la casa con un solo prodotto? Si può!	18
	Aspirapolvere a traino il re delle pulizie domestiche	18
SOCIETÀ	Jeans strappati... di gran moda	19
	Come sono investiti i "nostri" soldi?	24
	Spalato, cappuccino con un bel bicchiere d'acqua	28
	Mostra sullo spreco alimentare a Lugano	28
	Scarpe, salari da fame nel "made in Europe"	29
DOPPIOCLICK	Un libro-guida per internauti ticinesi (e non solo)	19
METE VERDI	Pistoia	26
AMBIENTE	Stoviglie monouso, meglio se biodegradabili	27
	L'"ABC dei rifiuti"	27
CONSUMI NEL MONDO	Elio e... le corde tese	29

Leggi la BdS 5.16 online su
www.acsi.ch
con il codice ER6U9

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 8'000 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 2016
1 – inizio febbraio
2 – metà marzo
3 – inizio maggio
4 – metà giugno
5 – inizio agosto
6 – metà settembre
7 – inizio novembre
8 – metà dicembre

acsi
Associazione consumatrici e consumatori della Svizzera italiana

La borsa della spesa e web

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

EDITORE: ACSI
REDATTRICE RESPONSABILE: Ivana Caldelari Magaton
IN REDAZIONE: Ivan Campari
CONCETTO GRAFICO: Marcello Coray

HANNO COLLABORATO A QUESTO NUMERO: Paolo Attivissimo, Marco Battaglia, Silvano Toppi, Giuseppe Valli

STAMPA: TBS, La Buona Stampa sa 6963 Pregassona
TIRATURA: 8'500 copie
CARTA: Cyclus Print, riciclata bianca 80 gm²
COPERTINA: Bimba che beve (iStockphoto)

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

SEDE: Str. di Pregassona 33, 6963 Pregassona
tel. 091 922 97 55
fax 091 922 04 71
EMAIL: acsi@acsi.ch
ccp 69–4470–1

Antoine Casabianca
presidente ACSI

Sanità 2030: consumatori sempre zitti?

È da poco uscito lo studio della Società svizzera per la politica della salute SGGP/SSPS con i risultati dell'indagine condotta recentemente sull'evoluzione del sistema sanitario svizzero entro il 2030 (Réformes ou blocages?) e sulle (scarse) possibilità di renderlo più efficiente, giusto e sostenibile. L'indagine, alla quale hanno partecipato 77 esperti di cui un terzo di donne e due provenienti dal Ticino, intendeva evidenziare quale di dieci campi di possibili riforme – dalla prevenzione alla pianificazione delle strutture stazionarie, dalla salute elettronica al razionamento passando dalla formazione del personale sanitario – aveva più probabilità di successo nei prossimi15 anni. I campi indicati dagli esperti come i più promettenti riguardavano la qualità delle prestazioni e la trasparenza dei risultati sanitari come pure l'informatizzazione della salute e la collaborazione tra i settori ambulatorio e stazionario. Tutto questo su un fondo di crescita della spesa sanitaria che dovrebbe continuare ad aumentare senza che gli esperti vedano misure di risparmio veramente incisive ed efficaci che i politici, assicuratori e medici possano accettare e mettere in pratica.

E per i pazienti-consumatori? Nessuna novità particolare: la rappresentazione dei loro interessi a livello nazionale é considerata "misera" oggi – anche per la frammentazione delle associazioni che li dovrebbero difendere – e questo non dovrebbe cambiare nei prossimi anni secondo gli esperti, che suggeriscono comunque alcune misure per facilitare la loro partecipazione, come l'apertura di uffici di mediazione per i pazienti e l'aumento delle competenze di salute per tutti. Con poche probabilità di successo, visto che loro stessi riconoscono che nessuna riforma che intendesse toccare veramente gli interessi in gioco abbia una minima possibilità di giungere in porto. Perciò dovremo convivere con attese esagerate nei confronti dei curanti, incitazioni a interventi stazionari o ambulatori spesso inutili e pericolosi per i pazienti e premi di cassa malati alle stelle.

Colpisce infatti il fatto che il consumatore-assicurato-paziente non possa contare di più e incidere maggiormente sulle decisioni in questo campo, in una democrazia che lo vede esprimersi come cittadino diverse volte all'anno su varie scelte di politica nazionale o cantonale. Come se ci fossero due mondi separati, quello delle cure dove il paziente è succube e silente e quello della politica dove egli esprime rabbiosamente il suo malcontento nelle urne, in modo relativamente inefficace a dire il vero, a guardare come vengono difesi i suoi interessi da molti parlamentari nazionali e cantonali alla cui elezione ha contribuito.

Da qui la necessità di promuovere alleanze tra le associazioni che difendono gli interessi dei cittadini, nella loro veste di consumatori, assicurati, pazienti o malati, affinchè prendano finalmente coscienza dei reali rapporti di forza nel sistema sanitario e in quello politico e sappiano muoversi assieme per far riconoscere i bisogni più evidenti dei loro protetti, al di là dell'interesse spicciolo della propria struttura. L'ACSI ci prova con i suoi partner dell'Alleanza delle organizzazioni dei consumatori e come membro della Federazione svizzera dei pazienti. Finora quest'impegno, concretizzatosi anche con la campagna d'informazione contro la sovramedicalizzazione e gli interventi inutili, ha portato a scarsi riconoscimenti, ma sappiamo di poter contare sul sostegno dei nostri soci e dei nostri lettori per incidere maggiormente in futuro sulle decisioni che ci riguardano tutti: come pazienti, come assicurati, come consumatori e come cittadini. Oggi e domani.

Un farmaco, tre nazioni, differenza di prezzo gigantesca!

Un medicamento – Ventolin a base di salbutamolo solfato – arciconosciuto, tre confezioni per la vendita in tre nazioni diverse: da sinistra Svizzera, Italia e Grecia. A sorprendere è la gigantesca differenza di prezzo: 8,75 franchi in Svizzera, 4,09 euro in Italia e 2,48 euro in Grecia (rispettivamente 4,70 e 2,85 franchi, con un tasso di cambio di 1,15 franchi per 1 euro). Ad Atene, dove è stato acquistato il prodotto greco, in pratica costa solo un terzo rispetto al nostro Paese. Chi ci mangia sopra?

N.B. email

I nostri lettori non hanno frontiere! Nei suoi giri in Europa N.B. ha voluto testare le differenze di prezzo su un farmaco molto conosciuto e diffuso. Ennesima riprova di quanto dobbiamo sborsare per i medicamenti in Svizzera e quanto invece si potrebbe risparmiare su questi costi sanitari.

Telefonate moleste: dopo il "blocco" finalmente sono scomparse

Ho letto sulla BdS di luglio l'articolo sulle telefonate moleste. Io ho fatto così: nonostante avessi l'asterisco sull'elenco telefonico e su local.ch, ogni giorno ricevevo almeno 2-3 chiamate di pubblicità indesiderata. Di fatto lo scambio di dati personali è un'attività redditizia e nessuno badava al mio asterisco! A un certo punto ho registrato tutti i numeri sul mio telefono di casa, con le diciture più disparate, ad esempio "non rispondere", "rompiballe", "marketing", "call center" ed altri nomi fantasiosi. Poi sono andata nell'area clienti del sito di Swisscom (sono abbonata di Swisscom) e ho immesso 23 numeri di telemarketing sotto l'opzione "blocco delle chiamate". Da quel giorno le telefonate non desiderate sono scomparse! Credo proprio che ciò può essere utile a molti consumatori.

S.C.- Sonvico

Siamo al corrente di questa possibilità e lo abbiamo anche segnalato tempo fa. Ci pare però che ciò funzioni solo per chi è passato alla telefonia digitale. E non è ancora il caso per tutti gli utenti. Questi sistemi richiedono inoltre che il consumatore investa tempo e energie per registrare e poi inserire i numeri nell'area clienti del sito internet della compagnia telefonica. Per questo l'ACSI e le altre organizzazioni dell'Alleanza dei consumatori hanno insistito presso le compagnie telefoniche affinché fossero loro a bloccare direttamente i numeri in entrata, e gli operatori si sono impegnati a risolvere il problema. Ricordiamo che sul tavolo delle Camere federali è appena giunto un progetto di legge che, una volta approvato, non consentirà più situazioni esasperanti come quelle che vivono ora i consumatori con le chiamate a scopo commerciale.

Riciclaggio dei turaccioli in sughero, peccato che a Pregassona non c'è più

All'Ecocentro di Pregassona il contenitore per la raccolta separata dei turaccioli in sughero non c'è più. Ci sono comuni che ancora li raccolgono separatamente?

P.L. email

Daniele Zulliger, dell'Ufficio rifiuti del Cantone, segnala al riguardo che sulla recycling-map (www.recycling-map.ch) si può verificare se in un comune o nelle vicinanze ci sono centri che prevedono la raccolta di questo tipo di materiale. Indica inoltre che in Ticino ci sono solo due ubicazioni dove si possono consegnare tappi di sughero e cioè ConProBio (Cooperativa Consumatori e Produttori del Biologico) Al Pian a Cadenazzo e Bottega del Mondo (viale Castagnola 21A) a Lugano. Nel caso la raccolta non fosse più presente, i cittadini possono rivolgersi al Comune e chiedere di aggiornare i dati sulla recycling-map.

La maglia è piccola... ma non può cambiarla

Mia moglie ha comperato un capo da bambino in un negozio di Lugano. A casa si è però resa conto che la taglia era piccola e, un paio di giorni dopo, l'ha riportato per sostituirlo con una taglia maggiore ma il negoziante si è rifiutato di cambiarlo perché il capo è stato pagato con carta credito. È possibile?

G.G. email

La prima cosa da sapere quando si fa un acquisto è che si può pretendere la sostituzione o il rimborso di quanto pagato, solo se l'articolo che ha comperato presenta dei difetti. Quindi se l'articolo non è difettato il negoziante non ha alcun obbligo di sostituire il capo acquistato.
Va detto che, soprattutto nei grandi centri commerciali, la merce viene ripresa e sostituita anche se non presenta difetti. Nei piccoli negozi, invece, ciò non è scontato. Nel caso specifico, la motivazione che il negoziante ha dato per non sostituire il capo d'abbigliamento appare quantomeno discutibile: il pagamento con carta di credito equivale a un qualsiasi altro tipo di pagamento. Sembra evidente che il negozio adotta invece la prassi della "non ripresa della merce" e sarebbe stato più corretto se lo avessero detto chiaramente al cliente. Il nostro consiglio è di tornare al negozio e insistere affinché venga fornita una spiegazione più convincente al loro rifiuto.

Ma quanto devo spendere per il buono da 20 franchi?

Pubblicità Denner: "Fai una spesa di fr. 50 e ti regaliamo un buono di fr. 20 da spendere alla Migros". Lo trovo interessante e faccio acquisti per oltre 50 franchi ed effettivamente ricevo il buono. Senonché sul buono ricevuto leggo con mia grande sorpresa: "buono valido con una spesa minima di fr. 50 presso Migros". In poche parole per beneficiare di un buono di 20 franchi, devo spenderne almeno 100!

G.S.- Roveredo GR

Né Denner né Migros (come tutti gli altri negozi) sono dei benefattori e tutte queste sono strategie di marketing per fidelizzare il cliente e aumentare la cifra d'affari!

Per scrivere a questa rubrica:
Redazione BdS
Strada di Pregassona 33
6963 Pregassona
oppure bds@acsi.ch

Perché la mia bici elettrica non è sussidiabile?

Finalmente mi son deciso per una bicicletta elettrica (un po' più di moto con un po' meno di fatica). Mi guardo attorno e trovo un modello che mi pare faccia al caso mio. Per di più al momento è in azione, così mi decido e compro. La commessa del grande magazzino (Jumbo) mi ricorda gentilmente che alcuni Comuni elargiscono un sussidio per cui mi interesso e con una certa sorpresa vedo che per averne diritto occorre acquistare una delle biciclette elencate in una lista ufficiale (www.ebiketicino.ch). Scorrendola, tra le molte marche elencate, non trovo però quella che ho acquistato... pazienza. Ma mi chiedo: con quali criteri è stata stilata la lista? Capisco che non si debba né si possa sussidiare tutti i prodotti sul mercato (compreso internet) ma credevo che un oggetto venduto in loco da un rivenditore che penso affidabile potesse essere contemplato nella lista. Consiglio quindi tutti i possibili acquirenti di bici elettriche di informarsi bene prima di acquistare una bici elettrica.

S.M. email

Quali sono i criteri? Lo abbiamo chiesto direttamente a EbikeTicino. In primo luogo si sottolinea che la decisione di concedere un sussidio per l'acquisto di una bici elettrica spetta ai Comuni, "ma in alcuni casi l'incentivo finanziario è concesso solo ai modelli che risultano sul catalogo di ebiketicino.ch". Ebike ticino è un programma di promozione, lanciato da infovel nel 2010 e ripreso da ENERTI nel 2015 per incentivare l'introduzione delle bici elettriche sul territorio cantonale, che si avvale di una rete di partner di cui fanno parte rivenditori, importatori e Comuni. ENERTI è una società anonima con sede a Rivera costituita nell'anno 2000 dalle 9 principali aziende di distribuzione di energia elettrica del Canton Ticino.

"Per appartenere al catalogo – ci scrivono – le ebikes devono soddisfare i criteri seguenti: 1. disporre di una garanzia minima di due anni; 2. la marca deve possedere almeno un centro di assistenza tecnica in Ticino. Questi criteri sono garantiti da importatori e rivenditori partner, che, aderendo al progetto, sottoscrivono una dichiarazione in questo senso. In alcuni casi, ci riserviamo inoltre di effettuare delle verifiche tecniche sui modelli proposti. Nel 2016 abbiamo 19 rivenditori partner – tra i quali non figurano però i negozi Jumbo – in rappresentanza di 43 marche per un totale di 245 modelli".

Consiglio: informarsi presso il proprio comune prima di fare l'acquisto.

Test dentifrici: come si spiega il risultato di Colgate Total?

Ho letto sulla BdS di giugno-luglio il test sui dentifrici. Con sorpresa ho visto che il dentifricio Colgate Total è finito in penultima posizione con una nota insufficiente. Mi sembra contradditorio visto che sulla scatola e anche sul contenitore è segnalato che in un test di Stiftung Warentest ha ottenuto la nota "molto buono" (non so che tipo di test ha fatto la ditta). Non capisco.

D.C. email

Come dice anche lei, bisogna vedere che tipo di test è stato fatto. I risultati dei test dipendono da cosa si cerca in un prodotto e come viene valutato. In effetti i risultati possono variare da un test all'altro in base ai criteri scelti per la valutazione.

Nel nostro test sono stati ricercati ingredienti allergeni (eugenolo, farnesolo, idrossicitronellale, limonene, linalolo), profumi e, per ciò che concerne l'impatto ambientale, cloruro di zinco, biossido di titanio, etilparabene e metilparabene. I colleghi della FRC (che hanno realizzato il test) ci confermano che sono stati valutati anche perturbatori endocrini: nel nostro caso il prodotto Colgate Total è stato penalizzato dalla presenza di triclosano (che è un derivato triclorurato del fenolo; la sua struttura chimica è simile a quella della diossina, e per questa ragione sono stati avviati studi sulla sua potenziale tossicità). Nel test pubblicato sulla BdS è stata valutata anche l'abrasività dei dentifrici in base ai dati forniti dal Zentrum für Zahnmedizin, Klinik für Präventivzahnmedizin, Parodontologie und Kariologie dell'Università di Zurigo: il valore di questo aspetto, per un uso quotidiano e senza patologie particolari, deve essere al di sotto di 80 (RDA). Su questo, nove dei dentifrici testati hanno ricevuto una cattiva nota.

Mi modificano l'abbonamento internet e poi... lo devo pagare!

Il mese scorso Sunrise mi ha informata di aver aumentato la velocità di navigazione del mio internet start. Ero convinta che fosse un "regalo provvisorio" per testare e pubblicizzare la possibilità di adeguare il mio contratto verso l'alto, se desiderato. Sono quindi rimasta stupita e indignata quando ho appreso da una loro lettera che l'aumento della velocità di navigazione è gratuito solo fino al 31 luglio e che, a partire al 1° agosto, chi non desidera pagare l'importo supplementare, deve provvedere personalmente a cambiare l'abbonamento per tornare a quello per il quale aveva regolarmente firmato un contratto. Trovo scandaloso costringere i clienti a perdere tempo e energie per chiedere di ripristinare un tipo di abbonamento che essi non avevano mai chiesto di cambiare!

A.N.-Mendrisio

Effettivamente queste strategie utilizzate dalle compagnie telefoniche risultano fastidiose per il cliente, costretto ad attivarsi per una cosa che non ha richiesto.L'ACSI lo ha denunciato a più riprese e attualmente l'Alleanza delle associazioni dei consumatori si sta battendo affinché queste pratiche cessino. Il consiglio che possiamo dare in casi come questo è di prestare attenzione alle proposte di migliorie nelle prestazioni internet o altro, perché raramente saranno gratuite. In caso di dubbio rivolgetevi direttamente alla compagnia di riferimento e chiedete spiegazioni. Il nostro servizio Infoconsumi è sempre a vostra disposizione.

Consulenze e informazioni telefoniche all'Infoconsumi ACSI: tutti i giorni dalle 9.00 alle 10.30 091 922 97 55 (tasto 1)

Advergame
quando la pubblicità diventa un gioco

Internet e smartphone hanno ormai raggiunto anche i più piccoli. L'industria agroalimentare l'ha capito e ha sviluppato dei videogiochi per promuovere marche e prodotti.

Con gli occhi incollati allo schermo, digita freneticamente sul suo smartphone. Voi pensate che vostro figlio stia giocando a Minecraft, Clash of Clans o Candy Crussh. E invece no, l'oggetto della sua attenzione è una mascotte che di solito si trova sugli imballaggi di biscotti o di yogurt da bere. Benvenuti nel mondo poco meraviglioso dell'advergame, ossia dei messaggi pubblicitari promossi in modo camuffato e subdolo.

In famiglia e a scuola si dovrebbe discutere di marketing.

Di cosa si tratta

Contrazione di advertising (pubblicità) e game (gioco), l'advergame è un videogioco il cui obiettivo consiste nel promuovere una marca o un prodotto. Un supporto che dovrebbe essere ludico e interattivo ma che è soprattutto una strategia di marketing. "Lo scopo non è necessariamente quello di vendere. Si tratta di fidelizzare il consumatore e di pubblicizzare una marca in un contesto positivo", spiega Julien Intartaglia, professore di marketing e pubblicità all'Haute Ecole de gestion Arc Neuchâtel. E aggiunge, "in generale, i bambini adorano gli advergame. Alcuni sviluppano una vera e propria dipendenza."

Le conclusioni di uno studio dell'Università del Michigan (USA), pubblicato nel 2013, avevano evidenziato la considerevole influenza di questi videogiochi sul comportamento dei piccoli consumatori. Giocare per ore significa un'esposizione prolungata al brand, al logo, alla mascotte... Peggio: l'intenzione pubblicitaria non è manifesta. E guarda caso chi sono i più grandi consumatori di cereali o di yogurt? I bambini, chiaramente!

Tra piacere e noia

Per confrontare le conclusioni dello studio con la realtà elvetica, abbiamo visitato i siti delle marche di 13 aziende agroalimentari che hanno sottoscritto lo Swiss Pledge (vedi riquadrato), come pure l'UE Pledge. Sono stati analizzati 13 advergame, trovati sia attraverso un codice QR, un'incitazione sull'imballaggio oppure direttamente sul sito del brand. Alcune aziende invitano a scaricare un'app da Apple Store o Google Play.

Nella fase successiva, 29 bambini dai 6 ai 12 anni hanno giocato e valutato quattro giochi ciascuno: Pom-Bär, Princeland (Prince de LU), La Giungla di Coco (Kellogg's), Cookie Crisp, Jamadu, Nestlé Family, Max Adventures (Lusso), Kiri, Oreo, McDonald's, Actimel, Danonino e Kinder.

La metà dei piccoli giocatori si è divertita con almeno uno dei videogiochi. Hanno apprezzato il personaggio, i colori o la storia. Quasi un terzo di loro ha ammesso di voler rigiocare a uno o l'altro di quattro giochini. Jayan, 9 anni, è andato oltre: sarebbe persino tentato di comprare dei Cookie Crisp e dei Pom-Bär. Stessa cosa per Liza, 6 anni, con dei biscotti Oreo, o per Jean, 12 anni, che ha constatato che "fa venire fame". Un aspetto che la professoressa Marie Friant-Perrot rileva nel documentario "Malbouffe sans frontières" (letteralmente "Cattiva alimentazione senza frontiere", presentato la scorsa primavera sui canali francofoni). "Si mangia con gli occhi! Vedere immagini di alimenti fa venir voglia di mangiarli."

Detto ciò, a parte qualche advergame che ha avuto successo, nell'insieme il risultato non è entusiasmante. I ragazzi sono stati piuttosto critici: "nullo", "musica noiosa", "troppo semplice", "brutto", "irritante", "rumori fastidiosi" sono i termini con i quali hanno descritto i giochi. Lo psicologo e presidente della Gaming Federation, Niels Weber, spiega così questi risultati: "Visto il boom dei videogiochi, anche le marche decidono di crearne uno. Ma il desiderio di vendere non basta. Che sia terapeutico, pedagogico o

di marketing, il videogioco dev'essere innanzitutto efficace e divertente." Esaminando i prodotti sottoposti ai ragazzini, lo specialista ritiene che la concezione della maggior parte dei giochi è datata, degli anni '90. "Si cerca di realizzare un articolo commerciale piuttosto che un gioco stimolante. Il bambino diventa un ricettacolo di pubblicità." Il giudizio di Julien Intartaglia (esperto di informazione e comunicazione) è più sfumato: "Alcuni elementi sono positivi, come la semplicità, l'efficacia, la personalizzazione dell'interfaccia... Ma sono giochi destinati a un pubblico molto giovane. Per interessare un preadolescente, ci vuole più complessità. Il gio-

"In genere mi piace giocare. Ma in questo caso, il personaggio di Happy Studio è irritante, il gioco di Oreo mi ha annoiato. E c'erano delle interruzioni pubblicitarie."
TIM, 10 ANNI

Consigli
Sensibilizzare e informare

Stando alle previsioni di alcuni studi, da qui al 2018 saranno spesi 5 miliardi e mezzo di dollari nel mercato di questo tipo di giochi. Saranno così creati altri advergame, più elaborati e più intuitivi. La sensibilizzazione e l'informazione destinata ai giovani è quindi più che auspicabile. "L'advergame è un potente strumento di comunicazione – sottilinea David Narr, pioniere in Svizzera in questo settore – nel gioco in sé non c'è nulla di condannabile, quello di cui bisogna diffidare sono i messaggi che veicola, soprattutto di fronte all'ingenuità dei bambini. Certo che se fossero usati per promuovere prodotti sani e bio, sarebbe ottimo!"

"Con questi giochi i bambini devono essere seguiti da un adulto – dice Niels Weber – che formi il loro spirito critico spiegando che si tratta di una pubblicità." Per Julien Intartaglia è utile parlare di marketing con i bambini in famiglia e prevedere nei programmi scolastici lezioni ludiche e formative sul tema.

Tre tattiche di gioco

Appartenenza alla comunità dei più forti

Nell'homepage della Giungla di Coco, Jacky58 ha battuto un nuovo record raccogliendo dei cereali. Il bambino seguente deve cercare di batterlo.

Spacciare uno snack per un prodotto sano

Lo scopo di Princeland è quello di recuperare il sacco di grano rubato dal cattivo. E lo scopo della marca? Associare un alimento naturale a dei biscotti troppo zuccherati.

Personificare la chips

Con l'orso Pom-Bär che viaggia di mondo in mondo, il prodotto – delle chips – diventa l'eroe. Il bambino si affeziona e lo riconosce sugli scaffali dei negozi.

"Mi piacciono gli Oreo, ma questo gioco non mi fa venire voglia di comprarli. Vale poco."
Stessa cosa per La Giungla di Coco: "Non lo rigiocherei. Va bene per chi ha 7-9 anni."
JEANNE, 12 ANNI

vane ha bisogno di sfide!" Ed è proprio questo che non funziona.

Se l'obiettivo delle aziende è quello di creare un legame emozionale duraturo con la marca, mancano il bersaglio. Infatti, la maggior parte dei piccoli giocatori afferma che l'esperimento ha cambiato la loro opinione sul prodotto. "Di questo sito non mi piace niente! Non mangerò mai più dei Pom-Bär!", sentenzia Guillaume, 10 anni. Per suscitare l'interesse sono indispensabili alcuni ingredienti: "Il gioco deve essere intuitivo, altrimenti il bambino passa ad altro", sostiene Niels Weber. Lo conferma la rinuncia di alcuni bambini che si sono annoiati oppure hanno incontrato difficoltà col video. Niente è più frustrante per un giocatore di un problema tecnico che non riesce a superare.

Altro punto sensibile: rispetto ai videogiochi classici, gli advergame mancano di originalità. Per Zélie, 12 anni, "Pom-Bär è un po' il 'Super Mario' dei miei genitori" (Super Mario è un gioco di Nintendo nato una trentina di anni fa) e l'applicazione Oreo "assomiglia in peggio a Fruit Ninja", osservano Naomi, 9 anni, e Roman, 11 anni.

"Non è una questione di giochi belli o brutti", conclude Barbara Pfenniger, responsabile dell'alimentazione alla FRC. "Il compito degli adulti è quello di far scoprire ai bambini l'altra faccia della medaglia. Bisogna ricordarsi che l'effetto della pubblicità per una marca aumenta il consumo di tutti i prodotti che rappresenta. E purtroppo il problema è sempre quello: troppi grassi, troppo sale e troppi zuccheri!"

@FRC MIEUX CHOISIR (TRADUZIONE TF)
FOTO JL BARMAVERAIN

Swiss Pledge in breve

Nel 2010, alcune aziende svizzere, leader nel settore alimentare e delle bevande, si sono impegnate volontariamente a modificare la loro strategia pubblicitaria nei confronti dei bambini d'età inferiore ai 12 anni per le derrate alimentari i cui parametri nutrizionali non corrispondono a dei criteri minimi. I criteri sono stabiliti dalle aziende stesse.
Le ditte coinvolte sono:
Coca Cola, Danone, Intersnack, Kellogg's, Mars, McDonald's, Mondelez, Nestlé, PepsiCo, Rivella, Unilever e Zweifel Pomy-Chips.

All'inizio, l'impegno concerneva gli spot televisivi. Si sono poi aggiunti la stampa destinata ai giovani e i siti web dei firmatari del Pledge. Neanche gli advergame, che in realtà sono della pubblicità camuffata, dovrebbero promuovere derrate ricche di zuccheri, sale e grassi.

Risultato: la FRC ha analizzato diversi prodotti rappresentativi di ogni marca. Le chips Pom-Bär, i cereali di Nestlé e Kellogg's, gli Actimel e Danonino, come pure i Prince Pocket rispettano i criteri di Pledge.
Per contro, gli altri biscotti di Prince, gli Oreo, numerosi prodotti Jamadu e tutta la cioccolata non sono conformi ai criteri Pledge perché contengono troppi zuccheri, sale e acidi grassi saturi, mentre l'apporto di fibre è insufficiente.
L'OMS, nell'ambito della sua strategia per la salute pubblica, non autorizza il marketing per nessuno di questi prodotti.

Morale: tutti questi giochini dovrebbero scomparire come è successo a quello di Mielpops che ha... mandato in vacanza la sua ape!.

Gli adolescenti si seducono con marche e celebrità

Per raggiungere i più grandi, i brand usano canali diversi dagli advergame: video con immagini e suoni incalzanti, incitazioni a mettersi in scena con il prodotto... E i ragazzi, inconsapevolmente, diventano veicoli pubblicitari senza guadagnare un soldo.
Per contro, le aziende mettono mano al portafoglio quando si tratta di ricorrere ai servizi di celebrità che parlino ai giovani: Shaqiri per Coca Cola, David Guetta per le Hollywood Chewing Gum, Norman per Fanta. E non c'è bisogno di siti web dedicati: grazie ai social – Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Snapachat – le marche prendono di mira comunità specifiche che pubblicano e condividono online video, foto, immagini e concorsi.

Garanzia
condizioni e termini da sapere

Per legge la durata della garanzia di un oggetto acquistato nuovo è di 2 anni (riducibile a 1 anno per merce d'occasione). Infatti, in base agli articoli 197 e seguenti del Codice delle Obbligazioni (CO), il venditore deve rispondere verso il compratore tanto delle qualità promesse quanto dei difetti di ciò che vende (garanzia legale) entro il termine di legge. Chi ha acquistato un prodotto difettoso può quindi chiederne, entro 2 anni dalla consegna, la sostituzione o esigere una riduzione di prezzo o farsi restituire l'importo pagato. Ci sono tuttavia dei ma... e dei se... che vale sempre la pena di conoscere per non incappare in equivoci o problemi nel farsi riconoscere la garanzia.

La prima cosa da sapere è che l'acquirente ha sempre l'obbligo di verificare ciò che sta comperando o che ha appena comperato. Nel caso si riscontrino subito dei difetti occorre notificarli al venditore (per lettera raccomandata) dandogli un termine entro il quale i difetti devono essere eliminati.

Se entro il termine indicato la richiesta non è soddisfatta, il consumatore può scegliere se chiedere una riduzione del prezzo (il venditore gli rimborsa parte del prezzo pagato e l'acquirente si tiene l'oggetto con i suoi difetti) oppure può rompere il contratto restituendo il prodotto difettoso e pretendendo la restituzione dei suoi soldi, oppure ancora richiedere la sostituzione della merce con altra senza difetti.

La stessa procedura vale anche in casi di difetti nascosti che si manifestano solo qualche tempo dopo l'acquisto.

La garanzia può essere esclusa

Leggere sempre attentamente il contratto prima di sottoscriverlo o informarsi preventivamente sull'esistenza della garanzia è molto importante perché bisogna sapere che il venditore ha il diritto di escludere ogni diritto di garanzia sul prodotto (è previsto nel CO). L'eliminazione di questa possibilità per il venditore è una delle battaglie aperte delle organizzazioni dei consumatori. Per il momento comunque questo diritto esiste.

Se non vi è nulla di scritto a questo proposito, e il venditore non può dimostrare di aver escluso la garanzia, valgono i termini della garanzia legale (2 anni per oggetti nuovi, riducibile a 1 anno per oggetti d'occasione) e i diritti previsti dal CO.

Può prevedere solo la riparazione

Spesso le garanzie prevedono solo un diritto alla riparazione. Si possono però presentare dei casi in cui le riparazioni diventano numerose e sempre per lo stesso difetto... Cosa fare? Se il venditore non riconosce l'anomalia e non si trova un accordo per risolvere il problema, al consumatore non resta che rivolgersi al Giudice presentando un'istanza di conciliazione nella quale si chiede la consegna di un oggetto nuovo o la restituzione dei soldi.

Acquisti e vendite fra privati

Per gli oggetti d'occasione venduti e acquistati fra privati (il caso classico è quello dell'automobile) la garanzia può essere esclusa del tutto oppure può essere concessa per un termine inferiore a un anno (diversamente da un commerciante che, per un veicolo d'occasione, non può prevedere un termine di garanzia inferiore a un anno).

Se il privato che vende un oggetto a un altro privato non riesce a provare di aver escluso ogni garanzia (perché non vi è nulla di scritto o non ci sono testimoni) o di aver ridotto il termine di garanzia, deve rispondere dei difetti per la durata di 2 anni.

Consigli ACSI

- Leggete bene il contratto prima di firmarlo. Sappiate che clausole contrattuali che prevedono un termine di garanzia inferiore a quelli indicati sul CO sono nulle.
- Controllate subito la merce acquistata. In caso di difetti elencateli in una lettera raccomandata al venditore e indicate un termine entro il quale devono essere eliminati. Se non lo fate perdete ogni diritto alla garanzia!
- Se il difetto è nascosto e appare più tardi, procedete con una lettera raccomandata come descritto sopra.
- Nel caso in cui il venditore non rispetti i termini indicati o i suoi interventi risultino inefficaci, non è sufficiente inviare ulteriori lettere raccomandate per rispettare il termine di garanzia; è invece necessario interrompere la prescrizione con un precetto esecutivo al venditore oppure un'istanza di conciliazione al Giudice competente.

IN BREVE

Termini di garanzia

Per tutti gli oggetti messi in vendita la garanzia legale è di 2 anni. Ma attenzione: il venditore può escludere completamente la garanzia! È importante leggere bene il contratto di acquisto.

Oggetti nuovi

Il venditore non può ridurre la garanzia a meno di 2 anni. Può naturalmente prolungarla.

Oggetti usati (ad esempio automobili)

Il commerciante può ridurre la garanzia a 1 anno (e ciò che fanno praticamente tutti i garage), ma non a un periodo inferiore.
Per la vendita di oggetti usati fra privati non esiste giurisprudenza e c'è chi sostiene che la garanzia possa essere ridotta a meno di un anno (in genere 3 mesi). Spesso la garanzia viene completamente esclusa. Senza accordi specifici la garanzia è di 2 anni.

Nei ristoranti che cucinano il cibo è *fatto in casa*

Sono passati sei anni da quando l'ACSI, in un'iniziativa sostenuta dalle organizzazioni riunite nell'Alleanza e fecendo da "apripista" in Svizzera, ha lanciato la campagna "Menu trasparente - Ristorante che cucina". Si trattava di una semplice e legittima richiesta da parte dei consumatori che desiderano sapere se quello che è loro servito nel piatto è preparato dal cuoco nella cucina del ristorante oppure se si tratta di un prodotto industriale acquistato e bell'e pronto da servire (convenience food). Allora la campagna era stata apertamente osteggiata dagli ambienti di GastroTicino. Le buone ragioni dei consumatori hanno però attecchito col tempo e ora è la stessa GastroTicino, in collaborazione con l'ACSI, che riprende il tema con l'iniziativa "Fatto in casa".

La presentazione ufficiale del nuovo logo è avvenuta a Morcote, lo scorso 20 giugno. Da destra: Sem Genini, presidente del Centro di competenza agroalimentare Ticino, Mario Jäggli promotore dell'iniziativa ACSI "Menu Trasparente" e ex presidente dell'ACSI, Laura Regazzoni Meli segretaria generale ACSI, Massimo Suter, presidente di GastroTicino, e Alessandro Pesce, Ufficio stampa e PR GastroTicino.

GastroTicino, con il nuovo label "Fatto in casa", ha ripreso ufficialmente quanto l'ACSI aveva iniziato con il suo "Menu trasparente – Ristorante che cucina" a cui aveva aderito una settantina tra osterie, grotti e ristoranti (ma anche agriturismi e capanne) in Ticino e non solo. Si tratta, in un primo tempo, di un test al quale parteciperanno otto ristoranti testimonial che per poter fregiarsi del nuovo label dovranno offrire il 100% di piatti fatti in casa, rispettando in toto le stesse regole che già valevano per l'iniziativa ACSI. E – questa è la novità – per conservarlo dovranno sottostare a regolari ispezioni da parte di incaricati di GastroTicino. Tutto questo è stato negoziato e organizzato con la piena collaborazione dell'ACSI.

Importante presa di coscienza

L'ACSI ha collaborato con soddisfazione a questo progetto di GastroTicino che ha le stesse finalità di quanto portato avanti finora dai consumatori con l'iniziativa "Menu trasparente – Ristorante che cucina", poiché scaturisce da un'importante presa di coscienza del settore della ristorazione della necessità di una maggiore trasparenza sui menu e di un giusto riconoscimento di quegli esercenti che preparano i piatti interamente nella loro cucina. Non da ultimo, bisogna rendersi conto che nel nostro cantone a vocazione turistica, si rende sempre più opportuna una rivalutazione della tradizione eno-gastronomica.

Da quando l'ACSI, nel 2010, decise di dare avvio all'azione "Menu Trasparenti", sono intervenuti due importanti fatti che hanno portato a questa svolta. Il primo è che nel 2013 grandi chef francesi hanno lanciato il marchio fatto in casa per denunciare l'uso sempre più diffuso dei piatti pre-cucinati anche nei ristoranti francesi. La grande tradizione gastronomica della Francia in tempi brevissimi ha portato il parlamento ha promulgare una legge per promuovere il "fait maison". Tutto ciò ha reso – con nostra grande soddisfazione – l'azione "solitaria" dell'ACSI non più tale e ha naturalmente avuto una grande eco nella Svizzera romanda, i media si sono interessati al tema e hanno puntato gli occhi sul Ticino e sull'iniziativa dell'ACSI (vedi BdS 3.2013). Forti di questo nuovo vigore attorno al tema, i colleghi della FRC (Fédération romande des consommateur) hanno sollecitato GastroSuisse e GastroVaud per rilanciare le discussioni sul tema anche in Romandia.

Il secondo, è che in Ticino la nuova presidenza di GastroTicino ha messo da parte la chiusura opposta in un primo tempo al marchio dell'ACSI (vedi Bds 8.2010) e si è detta disposta a discuterne. Ed ecco che dalla collaborazione è nato il progetto "Fatto in casa".

Analogamente a quanto avvenuto per il logo ACSI anche il logo di GastroTicino non mette in discussione la qualità igienica dei piatti precucinati (convenience food). Ma al ristorante il cliente si aspetta che ciò che gli viene offerto nel menu sia preparato in quella cucina, anche in ragione del prezzo che pagherà. Non dichiarare che gli saranno serviti prodotti industriali, precucinati altrove, è un inganno e non vale il prezzo che generalmente viene fatturato. Acquistare gli alimenti e poi prepararli in cucina costa certamente di più – in denaro, in tempo e in impegno personale – che procurarseli bell'e pronti e riscaldarli al microonde. È una questione di trasparenza e di correttezza verso i clienti e i consumatori. È per queste ragioni che l'ACSI, su sollecitazione di Mario Jäggli – promotore dell'iniziativa e convinto asser-

tore della sua necessità – aveva ideato il marchio "Menu trasparente".

Ulteriore garanzia per i consumatori

Con la messa a punto di questo nuovo progetto l'ACSI ha deciso di rinunciare al proprio logo "Menu trasparente – Ristorante che cucina" poiché le esigenze di maggiore chiarezza sui menu richieste dai consumatori erano egualmente tutelate con l'aggiunta di una garanzia maggiorata grazie alle campagne di ispezioni e controlli che può assicurare GastroTicino.

Negli ultimi mesi l'ACSI aveva infatti voluto verificare se i ristoranti che avevano aderito al proprio marchio rispettassero gli impegni che avevano preso sottoscrivendolo. Purtroppo si erano dovute constatare frequenti carenze che mettevano in evidenza il punto debole del progetto ACSI: i controlli. La nostra associazione non aveva naturalmente le risorse (umane e finanziarie) per creare un organismo di controllo efficace sul rispetto delle condizioni previste dal regolamento del marchio. E si sa bene – e soprattutto lo sa l'ACSI – che la credibilità di un marchio è data anche dall'efficacia dei controlli e dalle sanzioni per chi non rispetta le regole. Per questa ragione l'ACSI ha cercato la collaborazione con la nuova dirigenza di GastroTicino che nel frattempo aveva maturato una maggiore sensibilità sul tema rendendosi conto che solo una maggiore trasparenza nei confronti dei consumatori potrà essere pagante.

Nelle scorse settimane l'ACSI ha scritto a tutti i ristoranti aderenti al proprio label informandoli delle ragioni che la spingevano a rinunciare all'iniziativa "Menu trasparente" e ha invitato i ristoratori che hanno creduto nei principi della stessa e che vi si sono impegnati con serietà, a continuare su questa strada e ad aderire al progetto "Fatto in casa".

Come potete vedere nel riquadro qui sotto, l'esito della campagna di verifica effettuata dall'ACSI ha dato risultati deludenti, con quasi i due terzi degli aderenti al marchio che non avevano rispettato le regole che avevano sottoscritto.

Nel frattempo nella Svizzera romanda continuano i contatti fra FRC e GastroSuisse per arrivare a un marchio analogo.

Otto ristoranti "testimonial"

Il 2016 sarà un anno test al quale parteciperanno otto ristoranti "testimonial".

- **Ristorante della Torre**, Morcote
- **Bottegone del Vino**, Lugano
- **Porto Pojana Ristorante Terminus**, Riva San Vitale
- **Atenaeo del Vino**, Mendrisio
- **Osteria dell'Enoteca**, Losone
- **Ristorante Tentazioni**, Cavigliano
- **Albergo Ristorante Cereda**, Sementina
- **Ristorante Antichi Sapori**, Gorduno

Ticino a Tavola fatto in casa

Il concetto alla base del regolamento prevede che per essere qualificati come "Fatto in casa" i cibi, i piatti, le pietanze, le preparazioni, le specialità, i contorni, le salse, gli antipasti, i dessert, ecc., devono essere preparati, lavorati, cotti:

- ✔ **interamente nella cucina del ristorante**
- ✔ **a partire da materie prime crude di origine agricola come verdura, legumi, frutta, carne, uova, latte, cereali, riso, ecc. e della pesca, fresche, secche o congelate**
- ✔ **utilizzando ingredienti e prodotti tradizionali da cucina e da tavola come sfarinati, olio, burro, latticini, salsicce e prodotti salmistrati, sale, zucchero, cacao, cioccolato, caffè, miele, marmellate, spezie, vino, birra, alcolici, lieviti, pane, aceto, sott'aceti, sott'olio, senape, maionese (per motivi di sicurezza alimentare e igienici), fondi di cottura, dadi, concentrati, ecc.**

Regolamento dettagliato su www.gastroticino.ch e www.ticinoatavola.ch.

Indagine ACSI sul proprio marchio: ecco i 22 promossi (su 69)

Non è sufficiente aver sottoscritto il Regolamento, bisogna anche applicarlo. Lo scorso anno l'ACSI aveva voluto verificare se i 69 ristoranti che avevano aderito all'iniziativa "Menu trasparente – Ristorante che cucina", rispettavano le regole che avevano sottoscritto. Purtroppo, il risultato dell'inchiesta è stato piuttosto deludente: solo 22 praticano con correttezza e serietà le norme (peraltro semplici e chiare) del Regolamento. Questo esito evidenzia, da un lato, un lodevole maggior impegno di chi offre il "tutto fatto in casa" e, dall'altro, che purtroppo vi sono stati ristoratori che sono saltati troppo allegramente sul carro dell'ACSI, fregiandosi di un marchio che non rispettavano e di una conseguente pubblicità che non meritavano. Un plauso quindi ai 22 ristoratori qui sotto.

LUGANESE

Canvetto Luganese, Lugano
tel. 091 9101890

Canvetto Federale, Canobbio
tel. 091 941 25 52

Grotto dell'Ortiga, Manno
tel. 091 605 16 13

Rist. La Sorgente, Vico Morcote
tel. 091 996 23 01

Le bucce di Gandria, Gandria
tel. 091 225 88 33

Osteria Grotto Collina, Monteggio (Termine) tel. 091 608 24 78

Ristorante Bottegone, Lugano
tel. 091 922 76 89

Ristorante Moretto,
Cureglia - tel. 091 966 34 45

Ristorante Stazione,
Tesserete - tel. 091 943 15 02

BELLINZONA E VALLI

Osteria Mistral, Bellinzona
tel. 091 825 60 12

Fondazione Sirio - Dragonato
Bellinzona, tel. 058 822 12 08

Osteria Centrale, Olivone
tel. 091 872 11 07

LOCARNESE

Centro Lungta, Mergoscia
tel. 091 730 99 91

Eco-hotel Cristallina, Coglio
tel. 091 753 11 41

Ristorante Al Porto, Ascona
tel. 091 785 85 85

Ristorante Pizzo Vogorno, Vogorno
tel. 091 745 12 56

MENDRISIOTTO

Osteria binario 07, Chiasso
tel. 091 682 21 84

Osteria l'uliatt, Chiasso
tel. 091 682 70 57

AGRITURISMI E CAPANNE

Agriturismo Alla meta,
Predelp-Carì, tel. 079 761 85 82

Lo stallone, Alpe Cardada
tel. 091 743 61 46

Pairolo, Val D'Usin
tel. 091 944 11 56 - 079 274 23 35

FUORI TICINO

La brasera, San Vittore
tel. 091 827 47 77

Rassegna gastronomica siglata Fourchette verte
con acqua del rubinetto

Quattordici ristoranti tra Sopra e Sottoceneri partecipano alla rassegna dedicata all'alimentazione equilibrata denominata "Un'estate Fourchette Verte".

"Un'estate Fourchette verte", la rassegna gastronomica dell'alimentazione equilibrata sostenuta appunto da Fourchette verte Ticino (FV-TI) durerà ancora tutto il mese di agosto. Fino alla fine del mese in 14 ristoranti certificati col marchio dell'associazione si potrà, oltre a gustare i menu equilibrati della rassegna, anche vincere interessanti premi (il primo è un soggiorno per due persone presso la Locanda Fior di Campo a Campo Vallemaggia). Per chi ancora non la conosce, Fourchette verte Ticino è un'associazione presente sul nostro territorio dal 2000, è sostenuta dal Cantone e da Promozione Salute Svizzera, e ha lo scopo di promuovere un'alimentazione sana. Attribuisce il proprio marchio (la forchetta verde) a ristoranti, mense scolastiche e aziendali, case per anziani, istituti, colonie, eventi temporanei, ecc. che fanno tutto ciò che serve per offrire menu equilibrati.

Simbolo di questa seconda edizione sarà una caraffa d'acqua che verrà consegnata automaticamente a chi ordinerà un piatto o menu della rassegna. "Offrire acqua del rubinetto al ristorante, senza che venga richiesta, è un'abitudine diffusa in molti paesi (ad esempio Francia, Canada o Stati Uniti) e fornirla gratuitamente è un obbligo legale in Ticino, conformemente all'art. 24 della Legge sugli esercizi alberghieri e sulla ristorazione" spiega Elisa Pedrazzini, di Fourchette verte Ticino. "In Ticino, anche se il cliente ha diritto di ricevere acqua del rubinetto, per molti chiederla è tabù. Con questo gesto, insieme ai ristoranti della rassegna, vogliamo incentivare la corretta alimentazione, dove alla base vi è l'acqua, e allo stesso tempo rendere attenti sull'aspetto ecologico del trasporto e smaltimento dell'acqua in bottiglia". Come sostiene ACSI e Promozione Salute Svizzera l'acqua del rubinetto è igienicamente ineccepibile, risponde perfettamente alla necessità di liquidi del corpo umano, ha un bassissimo impatto ambientale e costa veramente poco.

Il programma della rassegna - con l'elenco dei ristoranti - è scaricabile dal sito dell'associazione **www.fvticino.ch**.

Piatto equilibrato? Ora so cosa fare

Vuoi seguire un'alimentazione equilibrata ma non sai come fare? Il nuovo ricettario goloso e interattivo del Dipartimento della sanità e della socialità (DSS) potrebbe aiutarti. È un ricettario innovativo e interattivo con cui comporre pasti equilibrati coinvolgendo anche i bambini.

È possibile ritirare una o più copie del ricettario (al prezzo di fr. 20.–) presso:
- il Segretariato ACSI a Pregassona e il mercatino dell'usato ACSI a Locarno (Per invii postali le spese di spedizione ammontano a fr. 7.–)
- Sportello FTIA (stazione FFS a Giubiasco)
Per le ordinazioni: www.ti.ch/promozionesalute

Moratoria OGM il consiglio federale la vuole fino al 2021

Per i consumatori è una buona notizia: il Consiglio federale ha deciso di mantenere il divieto di coltivare organismi geneticamente modificati (OGM). Secondo il governo la moratoria vigente deve essere prorogata fino al 2021 per i dubbi che ancora sussistono soprattutto in merito alla coesistenza. La proroga della moratoria consentirà di discutere in modo approfondito dell'utilizzo futuro degli OGM nell'agricoltura svizzera.

La moratoria vigente terminerà l'anno prossimo. Considerata tale scadenza, il Consiglio federale aveva posto in consultazione nel 2013 un progetto di legge. La maggior parte di coloro che sono stati consultati (comprese le organizzazioni dei consumatori) si è detta contraria alle coltivazioni di OGM in Svizzera, almeno fintanto che gli eventuali vantaggi non siano dimostrati.

In relazione a possibili sviluppi futuri, il governo vuole però proporre un quadro legale che consenta un'introduzione controllata di OGM nell'agricoltura garantendo la protezione delle coltivazioni tradizionali e la libera scelta dei consumatori. Affaire à suivre!

Test sulle intolleranze alimentari
La prudenza è d'obbligo

Il farmacista cantonale invita le farmacie a essere prudenti nell'offrire all'utenza test sulle intolleranze alimentari che non hanno fondamenta scientifiche. L'ACSI invita i consumatori ad essere attenti e in caso di problemi di rivolgersi ad un medico.

Dopo la trasmissione di Patti Chiari (8 aprile scorso) sui test per le intolleranze alimentari e l'articolo pubblicato sulla BdS 3.16 ("Intolleranze alimentari, test del sangue infondati - Lo dicono gli specialisti") il farmacista cantonale, Giovan Maria Zanini (che peraltro è intervenuto anche durante la trasmissione) ha inviato lo scorso giugno una circolare ai farmacisti del Cantone per renderli attenti su ciò che propongono alla propria utenza: "è infatti compito e responsabilità del farmacista gerente valutare e selezionare le prestazioni che la sua farmacia intende offrire" indica Zanini nella sua nota ai colleghi. Il riferimento alla denuncia dell'inutilità e infondatezza di questo tipo di test da parte della trasmissione televisiva è palese.

La circolare cita anche il consigliere di Stato Paolo Beltraminelli, direttore del DSS, che nel suo discorso in occasione dell'assemblea annuale dell'Ordine dei farmacisti del cantone Ticino, riferendosi alle numerose offerte nelle farmacie di test sulle intolleranze alimentari, ha sostenuto: "... il DSS valuta negativamente il fatto che da qualche tempo alcune farmacie propongano alla clientela delle prestazioni che non ci sembrano poggiare su basi scientifiche sufficientemente solide, quali ad esempio certi test per determinare allergie e intolleranze. (...) La farmacia in quanto struttura sanitaria riconosciuta e autorizzata dallo Stato, dovrebbe invece essere sempre un punto di riferimento affidabile e che si distingua da quelle realtà molto alternative che certo il mercato richiede ma che la scienza non può difendere".

Nel corso della trasmissione Patti Chiari, anche l'allergologo Brunello Wütrich aveva preso una posizione molto critica rispetto a queste pratiche.

Ora, a distanza di qualche mese, lo stesso specialista ci invita a tornare sull'argomento poiché ritiene che vi siano ancora farmacie che continuano a proporre test di questa natura alla loro utenza. Oltre alla sua, ci invia anche la posizione dell'Accademia Europea di Allergia e Immunologia Clinica (EAACI) condivisa dalla Società italiana di Allergologia e Immunologia Pediatrica, dall'Associazione Allergologi Immunologici Territoriali e Ospedalieri, dalla Società di Allergologia, Asma e Immunologia Clinica e dalla federazione Nazionale degli Ordini dei medici chirurgici e degli odontoiatri: "le metodiche diagnostiche cosiddette "alternative" per la ricerca d'intolleranze alimentari non hanno validità scientifica e non sono riproducibili. Il paziente e il medico non dovrebbero lasciarsi tentare da quanto proposto da laboratori e da farmacie che offrono questo tipo di analisi e non devono trarre conclusioni diagnostiche o terapeutiche in un singolo paziente in conformità a questi test".

Consiglio ACSI:
siate molto prudenti rispetto a proposte di effettuare test di questa natura. In caso di problemi di salute rivolgetevi al vostro medico.

Canicola? Alcune regole su come affrontarla

La torrida estate dello scorso anno e quella del 2003 hanno attirato l'attenzione della popolazione sul fatto che il clima sta realmente cambiando e che fattori meteorologici estremi possono verificarsi anche alle nostre latitudini. E tutto ciò – dicono gli esperti – sarà sempre più frequente. Con un conseguente potenziale rischio per la salute, soprattutto dei gruppi più vulnerabili come bambini, donne incinte, anziani e malati. Ma anche persone adulte e in buona salute possono sviluppare disturbi di salute in situazione di calura estrema.

Il GOSA (Gruppo operativo salute & ambiente) ha elaborato il piano "Calurasenzapaura" per sensibilizzare la popolazione su semplici regole che aiutano ad affrontare un'estate calda.

Dal volantino della campagna segnaliamo qui sei semplici regole.

- assumere liquidi a sufficienza, soprattutto acqua fresca e succhi di frutta e verdura (almeno 1,5 litri al giorno)
- rinfrescarsi spesso con docce e bagni
- indossare abiti leggeri e ampi di colore chiaro
- evitare (o limitare) l'esposizione diretta al sole
- concentrare le attività all'aria aperta nelle ore più fresce della giornata
- integrare frutta e verdura nell'alimentazione: meloni, cetrioli, pomodori, fragole, pesche e simili sono un'importante fonte di liquidi e hanno effetto rinfrescante.

Maggiori informazioni e consigli su:
www.ti.ch/calurasenzapaura

IL FRANCO IN TASCA

Come organizzare **"Il mio budget"**? Un corso gratuito mi aiuta

Nell'ambito del Piano cantonale contro l'eccessivo indebitamento, denominato "Il franco in Tasca", a partire da settembre sono previsti due corsi a Biasca e Massagno che mirano a fornire gli strumenti di base per la gestione del proprio budget.
I corsi, chiamati **"Il mio budget"** sono organizzati dall'associazione Dialogare, sono gratuiti e si terranno di sabato dalle ore 9.00 alle 12.00.

- **Biasca - Sala patriziale**
  10, 17, 24 settembre e 1° ottobre
- **Massagno - Salone Cosmo**
  (stabile cinema Lux)

sabato 8, 15, 22 ottobre e 12 novembre.

Programma:

- L'ABC per non correre rischi.
- Organizzare la gestione dei pagamenti e dei documenti contabili
- Prevedere le spese e gestire gli imprevisti, pianificare per realizzare obiettivi
- Strumenti di credito
- Assicurazione malattie
- Esercizi pratici

Il corso sulle casse malati e sugli acquisti senza contanti sarà tenuto dall'ACSI.
Per iscriversi scrivere a:
segretariato@dialogare.ch
Per informazioni: www.ilfrancointasca.ch

Bevande alla frutta per bambini Ma la frutta dov'è?

Personaggi divertenti, imballaggi e immagini sgargianti che mettono in mostra tanta frutta e vitamine... Ma alla prova del test solo tre prodotti risultano "buoni".

Al reparto bevande, bottigliette e bustine colorate saltano agli occhi. Destinati alla clientela più giovane, sono decorati con un animale, un pirata o un famoso gatto. L'uno più attraente dell'altro, questi prodotti vantano un contenuto di frutta e di vitamine che rassicurano i genitori sui loro benefici. Ma il reale contenuto di frutta è irrilevante. Infatti, il minimo fissato dalla legge è il 10%. E se nessuna delle bevande analizzate scende sotto questo tasso, la maggioranza non si spreca e lo supera solo leggermente. Con tali diluizioni è impossibile qualificare questi prodotti come succhi di frutta.

Per meritare questa denominazione, una bevanda deve contenere il 100% di

- ⊕ Molto buono
- ● Buono
- ● Soddisfacente
- ▲ Poco soddisfacente
- ▲ Insufficiente

	Jamadu Ananas, arancia	**Jamadu** Mela dolce	**Cars** Mela, uva, pera	**Hello Kitty** Fragola, lampone	**Capri-Sonne** Multivitamine	**Capri-Sonne** Safari Fruits	**Solevita** Mela, ciliegia
Distributore	Coop	Coop	Coop	Manor	Manor	Manor	Lidl
Prezzo (fr.) / Prezzo al litro	0.65 / 2.60	0.65 / 2.60	1.50 / 4.29	1.50 / 4.29	0.60 / 3.–	0.60 / 3.–	0.26 / 1.30
Contenuto (ml)	250	250	350	350	200	200	200
Percentuale in frutta (%)	100	100	30	20	12	12	15
Senza edulcoranti (40%)	⊕ (100)	⊕ (100)	⊕ (100)	⊕ (100)	⊕ (100)	⊕ (100)	⊕ (100)
Zuccheri (g/100 ml) (20%)	▲ (22)	▲ (22)	▲ (28)	▲ (27)	▲ (28)	▲ (27)	▲ (25)
Tenore in frutta (20%)	⊕ (100)	⊕ (100)	● (44)	▲ (30)	▲ (0)	▲ (0)	▲ (20)
Acidità (10%)	● (62)	● (43)	▲ (26)	▲ (28)	▲ (30)	▲ (32)	▲ (29)
Senza additivi (10%)	⊕ (100)	⊕ (100)	▲ (38)	▲ (26)	⊕ (82)	⊕ (82)	▲ (38)
GIUDIZIO GLOBALE (%*)	⊕ **100**	● **79**	● **61**	● **57**	● **57**	● **57**	● **56**

* 100% = prodotto ideale

succo spremuto o ricavato da concentrato. Solo due articoli della selezione per il test, gli JAMADU di Coop, si distinguono dagli altri. Il loro tenore di zucchero (22 g/100ml) e la loro acidità provengono dalla frutta.

Per analogia, ci si aspetterebbe che le bevande fortemente diluite (12%) contengano 2,6 g di zucchero su 100 ml e abbiano un pH più neutro, ma non è così! Ciò significa che è stato aggiunto zucchero e acido citrico. Una coppia mal assortita che danneggia i denti, favorendo la formazione dei batteri responsabili della carie e corrodendo lo smalto. Pertanto l'idea che il "succo" di frutta sia una bevanda sana e naturale è sbagliata.

A questo si aggiunge il confronto dei prezzi: gli JAMADU di puro succo costano 2,60 al litro, gli OASIS, che sono molto diluiti, costano 5 franchi al litro. VITAMIX, FRUTIC e SOLEVITA si vantano di non contenere zuccheri aggiunti. Il loro tasso è effettivamente basso: 3,5 g su 100 ml. In compenso, però, i fabbricanti hanno avuto la poco brillante idea di aggiungere degli edulcoranti artificiali alle loro ricette. Ma questi ingredienti dovrebbero essere assenti o presenti solo in minima parte in cibi e bevande per i bambini.

In conclusione, secondo Barbara Pfenninger, esperta di alimentazione alla Fédération romande des consommateurs (FRC): "Acquistate succo di frutta al litro e diluitelo a vostro piacimento. Per dissetarsi però non c'è di meglio dell'acqua. E quella del rubinetto è di ottima qualità." Si eviteranno anche montagne di rifiuti!

@FRC Mieux Choisir (Traduzione TF)
Foto J.L.Barmaverain

JAMADU
Ananas-Arancia

È il migliore: contiene il 100% di frutta, è privo di edulcoranti e additivi e il suo pH è neutro. jamadu alla mela è invece un po' più acido.

Per capire meglio

Nella legge, le sostanze aromatizzanti sono elencate in un volume di 140 pagine. Impossibile dunque identificarle tutte. Ma leggere l'etichetta può servire.

- **ESTRATTO DI...** Sostanza ottenuta per infusione, macerazione, ecc. Il suo sapore è molto simile all'ingrediente menzionato.
- **AROMA NATURALE DI...** Quando il 95% dell'aroma è estratto dall'alimento citato. Il resto proviene da altri aromi che arrotondano il gusto.
- **AROMA NATURALE DI... PIÙ ALTRI AROMI NATURALI** L'aroma dell'alimento menzionato rappresenta meno del 95%. Non esiste un valore minimo legale, cosa che squalifica questa dicitura.
- **AROMA NATURALE** Elaborato a partire da sostanze d'origine animale o vegetale, alimentari o meno, senza legame con il sapore finale. Spesso si tratta di un sottoprodotto vegetale facilmente disponibile, per esempio i microorganismi nutriti col glucosio. Il "naturale" è quindi molto relativo.
- **AROMA** Interamente sintetizzato in laboratorio. L'aggiunta del nome di un alimento non cambia nulla. Per esempio "all'aroma di lamponi" inganna il consumatore sulla reale qualità del prodotto.

Happy Fruits Flipper Multivitamine	**M-Classic Fruits Fun** Multivitamine	**Happy Fruits Flipper** Arancia	**Oasis Pocket** Arancia	**Prix Garantie** Multivitamine	**Oasis Pocket** Tropical	**Vitamix** Classic fruits	**Frutic** Tropic fruits	**Solevita** Biky Ben Die Coolen 3
Aldi	Migros	Aldi	Migros	Coop	Migros	Migros	Migros	Lidl
0.26 / 1.30	0.40 / 2.–	0.26 / 1.30	1.25 / 5.–	0.30 / 1.50	1.25 / 5.–	0.65 / 3.25	0.65 / 3.25	0.39 / 1.30
200	200	200	250	200	250	200	200	300
12	12	12	12	12	12	50	50	50
⊕ (100)	⊕ (100)	⊕ (100)	⊕ (100)	⊕ (100)	⊕ (100)	⊖ (0)	⊖ (0)	⊖ (0)
▲ (28)	▲ (25)	▲ (26)	▲ (27)	▲ (29)	▲ (29)	● (70)	● (70)	● (53)
⊖ (0)	⊖ (0)	⊖ (0)	⊖ (0)	⊖ (0)	⊖ (0)	● (60)	● (60)	● (60)
▲ (29)	⊖ (19)	▲ (30)	▲ (24)	⊖ (19)	▲ (26)	● (57)	▲ (38)	▲ (39)
● (58)	● (72)	● (58)	● (50)	● (46)	▲ (26)	● (76)	● (76)	⊕ (100)
○ 54	○ 54	○ 54	○ 53	○ 52	○ 51	△ 39	△ 37	△ 37

Prezzi indicativi basati sui dati forniti in negozio.

Soddisfatti o rimborsati?
Non vale per tutti i negozi

Come si comportano i grandi rivenditori al dettaglio presenti in Svizzera con un cliente insoddisfatto del prodotto acquistato? Lo abbiamo chiesto ai rappresentanti di Aldi, Coop, Denner, Lidl, Manor e Migros. Risultato: in generale cercano di andare incontro alla clientela anche se la legge non li obbliga a riprendere merce non difettata.

Da un confronto della BdS emerge che la maggior parte dei grandi magazzini è disposta quasi sempre a riprendere prodotti dei quali i clienti non sono soddisfatti. Di seguito la posizione delle sei insegne presenti sul territorio ticinese attraverso le dichiarazioni dei loro portavoce.

Coop Luca Corti di Coop Ticino ha dichiarato alla BdS che "tutti i prodotti acquistati nei supermercati Coop, che non soddisfano le aspettative del cliente, possono essere restituiti in una delle nostre filiali. Il rimborso avviene in contanti, lo scontrino non è richiesto e il concetto soddisfatti o rimborsati si applica sull'intero assortimento". In merito ai limiti di tempo Corti ha assicurato che "al di là della data di scadenza dei prodotti e del buon senso", non ci sono particolari restrizioni.

Denner La portavoce di Denner Grazia Grassi ha invece specificato che la restituzione in assenza di scontrino è valida solo per i prodotti con marchio Denner. Per tutto il resto, ci vuole la ricevuta "perché altrimenti qualcuno potrebbe portarci prodotti comprati da un'altra parte".

Manor Un pò più complessa è la situazione presso Manor, che richiede imperativamente lo scontrino, l'imballaggio originale e si rifiuta di riprendere prodotti che siano stati usati, sporcati o danneggiati. L'azienda con sede a Basilea fissa inoltre un limite di tempo di 30 giorni per la restituzione e la esclude per una serie di prodotti (biancheria intima, costumi da bagno, calze, collant).

La portavoce di Manor Elle Steinbrecher precisa anche che "per le carte regalo Manor, le produzioni speciali, le ordinazioni speciali e i servizi speciali (Foto Service, Celebration Service) non è prevista l'opzione di restituzione e cambio".

Lidl Corina Milz di Lidl Svizzera ha dal canto suo delineato una politica come quella di Coop: "Se un prodotto acquistato in un negozio Lidl in Svizzera non vi soddisfa, ve lo rimborsiamo, poco importa quando lo abbiate acquistato o se non avete conservato lo scontrino. Il rimborso avviene in contanti alla cassa".

Aldi Il portavoce di Aldi, Frédéric Jacquemoud, ha dal canto suo spiegato che "viene garantito il rimborso del prezzo di ogni articolo acquistato che non dovesse soddisfare le aspettative dei clienti. È possibile ricevere i soldi in contanti. Sono esclusi i prodotti tecnici provvisti di certificato di garanzia il cui prezzo di vendita supera fr. 100. Questi vengono ripresi da Aldi Suisse soltanto entro due mesi dall'acquisto su presentazione dello scontrino di cassa".

Migros Infine Francesca Sala di Migros Ticino presenta una prassi più variegata. "Di base tutti i prodotti possono essere restituiti, ma le regole cambiano a seconda del tipo di prodotto. In particolare per l'offerta Melectronics (PC, telefoni, grandi elettrodomestici...) e di altri apparecchi (do-it): in genere vengono ritornati per problemi di funzionamento/qualitativi, quindi tramite procedura del Servizio dopo vendita". In merito alla necessità o meno di avere lo scontrino, Sala spiega: "è auspicabile, perché semplifica la procedura. Da notare che i clienti Cumulus hanno la possibilità di ristampare gli scontrini tramite il proprio account per 2 anni". Il rimborso avviene in contanti, tramite carta prepagata o bonifico.

Confronto tra politiche di ripresa della merce praticata dai grandi magazzini

Negozio	Ripresa / sostituzione	Limite di tempo	Lo scontrino è obbligatorio?
Aldi	SÌ	Entro la data di scadenza / entro 2 mesi per prodotti tecnici di costo superiore a fr. 100.–	NO
Coop	SÌ	Entro la data di scadenza	NO
Denner	SÌ	Entro la data di scadenza	NO per prodotti marchio Denner , SÌ per gli altri
Lidl	SÌ	Entro la data di scadenza	NO
Manor	Dipende	30 giorni	SÌ
Migros	Dipende	Dipende dal tipo di prodotto	Auspicabile / i clienti con carta Cumulus hanno la possibilità di ristampare lo scontrino tramite il proprio account

Situazione simile oltre Gottardo

La Stiftung für Konsumentenschutz (SKS) ha recentemente effettuato un'analoga inchiesta domandando ai rappresentanti dei negozi le loro politiche di restituzione e verificando se quanto da loro affermato corrisponde a realtà. Dal test è emerso che Coop non sempre rispetta le sue promesse.

I giornalisti di SKS si sono presentati in due filiali per ognuno dei seguenti negozi: Aldi, Coop, Denner, Landi, Lidl, Manor, Migros, Spar e Volg. In ogni filiale hanno tentato di restituire un tubetto di maionese e un gel per capelli, con la motivazione che erano scontenti dei prodotti. Dal test è risultato che mentre Aldi, Denner, Lidl e Spar hanno mantenuto la parola, in una delle due filiali Coop prese in esame la restituzione non è stata accettata. Interessante poi quello che è accaduto nelle filiali Migros, dove i prodotti sono stati ripresi nonostante ufficialmente Migros non garantisca di accettare restituzioni. Volg e Landi, che non hanno alcuna politica di tipo "soddisfatti o rimborsati", hanno entrambi ripreso i prodotti in una su due delle filiali visitate nel test.

Ma cosa dice la legge Svizzera?

In generale, il fatto che un prodotto non soddisfi il cliente non basta per avere il diritto di chiedere la sostituzione o il rimborso se non c'è un chiaro problema. Il motivo è molto semplice: in condizioni normali non è possibile disdire un contratto d'acquisto.

Tuttavia molti venditori consentono la restituzione o la sostituzione di prodotti entro una certa scadenza. È importante in questo senso informarsi bene sulle condizioni specifiche del negozio nel quale si sta facendo l'acquisto. Diverso è il discorso per prodotti in garanzia (vedi pagina 9), dove qualsiasi difetto o malfunzionamento garantisce la possibilità di sostituzione o riparazione, a patto però di rispettare le scadenze. Se si nota un qualsiasi difetto, è dunque fondamentale attivarsi subito presso il negozio.

Grazie all'ACSI ...

La Brico rimborsa quanto pagato per l'idro-pulitrice difettosa

Nel maggio dello scorso anno il signor S.R. ha acquistato da Brico una idro-pulitrice. I primi problemi di funzionamento sono iniziati a un mese dall'acquisto e quindi la riparazione è avvenuta ancora in garanzia. Benché l'apparecchio sia stato utilizzato raramente, di recente si sono presentati ancora dei problemi di funzionamento: a questo punto S.R. ha ritenuto di chiedere la sostituzione con un nuovo apparecchio oppure la restituzione di quanto pagato. La ditta però non era disponibile ad accettare le richieste. S.R. si rivolge a Infoconsumi per un sostegno nel far valere i propri diritti. Il servizio dell'ACSI ha scritto una lettera raccomandata alla Brico evidenziando i diritti del cliente il cui apparecchio aveva ancora una garanzia valida. Tanto è bastato affinché la ditta rivedesse la propria posizione: al signor S.R. è stato rimborsato l'intero importo pagato.

La cassa malati rimborsa parte del premio per le complementari

La moglie del signor G.G. è deceduta il 7 agosto 2015, ma i premi delle assicurazioni complementari della Cassa Malati sono stati pagati fino al 31 agosto. Tramite lettere e telefonate G.G. aveva richiesto il rimborso del premio pagato in eccesso all'assicurazione malattia della donna, ma quest'ultima non sentiva ragioni e non intendeva effettuare il rimborso. Dopo mesi di attesa, G.G. decide di rivolgersi all'ACSI che è quindi intervenuta presso l'assicurazione per renderla attenta sul fatto che il rimborso richiesto dal vedovo era giustificato e avvalorato dalla Legge cantonale sulle assicurazioni. Secondo la legge infatti, nell'ambito delle assicurazioni complementari è applicabile il principio della divisibilità del premio. G.G. ha quindi potuto ricevere il rimborso della parte di premio pagato in eccesso. A partire dal 3 dicembre 2015 (data della sentenza del Tribunale federale) la divisibilità del premio è applicabile anche per l'assicurazione di base LAMAL.

Annullate le fatture per abbonamenti indesiderati via telefonino

Negli ultimi mesi molti utenti di telefonia mobile si sono ritrovati sulle loro fatture mensili importi per abbonamenti a giochi o video, ecc. che secondo le ditte di fatturazione (Easypay oppure Echovox) sono stati attivati regolarmente tramite iscrizione e relativa accettazione da parte degli utenti. Ciò che però non risulta ai detentori dei telefonini.
Le cifre fatturate possono variare da un minimo di fr. 1.90 fino anche 15 franchi per singolo messaggio e il cliente se ne accorge solo a ricezione della fattura. Se poi, come nel caso di Swisscom, la fattura viene spedita ogni due mesi, le cifre richieste per questi sms possono raggiungere anche parecchie centinaia di franchi!Il servizio Infoconsumi dell'ACSI, dopo le richieste di aiuto da parte di diversi soci, ha scritto a queste ditte invocando l'art. 11b dell'Ordinanza sull'indicazione dei prezzi. Questo articolo prevede infatti che: ... "i consumatori devono essere informati gratuitamente e chiaramente, sia nel luogo in cui è proposta l'offerta sia sul loro apparecchio terminale mobile, prima di attivare il servizio:
- sulla tassa di base che sarà eventualmente riscossa;
- sul prezzo da pagare per unità d'informazione;
- sulla procedura per disattivare il servizio;
- sul numero massimo di singole informazioni per minuto.
Le relative tasse possono essere riscosse solo dopo che il consumatore ha ricevuto tutti i dati previsti dall'ordinanza e ha confermato espressamente, tramite il proprio apparecchio terminale mobile, di avere accettato l'offerta."
Per tutti i casi seguiti da Infoconsumi le ditte hanno rimborsato le fatture contestate.

Infoconsumi ACSI tel. 091 922 97 55
dal lunedì al venerdì dalle 9 alle 10.30

Informazioni, consigli e consulenze su acquisti e contratti concernenti prodotti e servizi, come pure in caso di controversie o disguidi con i fornitori. Il servizio è riservato alle socie e ai soci dell'ACSI

Repellenti per insetti Quale scegliere?

Le zanzare sono le nostre più fedeli "amiche" di questi tempi, le troviamo un po' ovunque, durante una passeggiata, un picnic o sul balcone di casa. Come proteggerci? A bon entendeur (ABE), nell'emissione televisiva del 7 giugno scorso, ha reso noti i risultati di un test effettuato in laboratorio con una coraggiosa volontaria che si è prestata a farsi pungere ripetutamente dopo essersi spruzzata con i prodotti anti-insetti presi in esame. Dieci gli spray selezionati valutati con note da 0 a 6. I risultati che pubblichiamo vi possono essere utili poiché in talune circostanze questi prodotti repellenti si possono rivelare indispensabili!

Anti-Brumm forte
(Farmacia)
fr. 11.27 /100ml
Molto Buono
5,8

Anti-Insect forte
(Migros)
fr. 6.30 /100ml
Molto Buono
5,7

Kik Activ
(Coop)
fr. 8.10 /100ml
Buono
5

Nobite Extrême
(SportXX)
fr. 18.90 /100ml
Sufficiente
4,6

Anti-Insect Natural **forte** (Migros)
fr. 7.50 /100ml
Sufficiente
4,5

Zero Bite
(Bächli Sport)
fr. 23,33 /100ml
Sufficiente
4,1

Noskito
(Coop)
fr. 4.95 /100ml
Insufficiente
4,5

Autan Plus
(Coop)
fr. 8.95 /100ml
Insufficiente
3,6

Anti-Brumm Naturel
(Farmacia)
fr. 10.60 /100ml
Insufficiente
3,5

Colibri
(www.green-shop.ch)
fr. 17.90 /100ml
Pessimo
2

Pulire la casa con un solo prodotto? Si può!

Ma quanti prodotti servono per pulire la casa? I detergenti multiuso sono convenienti e pratici e sono utilizzabili su tutte le superfici. In generale però le etichette devono essere migliorate: l'indicazione del dosaggio diluito, per esempio, non è sempre chiara.

È quanto è scaturito dal test pubblicato su Altroconsumo (giugno 2016). Questo tipo di detergente può sostituire tutto ciò che serve per pulire in casa, ad eccezione delle incrostazioni di calcare. Sono fatti per per essere usati diluiti su pavimenti e grandi superfici e concentrati per rimuovere lo sporco più ostinato. Altroconsumo ha messo alla prova 11 detergenti multiuso confrontandoli anche con un vecchio (ed ecologico) metodo di pulizia che prevede l'uso di acqua e aceto o bicarbonato. Questi ultimi sono valide alternative per la pulizia regolare di tutti i giorni, sono invece meno efficaci con lo sporco grasso incrostato.

Da segnalare che non tutte le etichette indicano su quali superfici il detergente è sconsigliato o dovrebbe essere usato con cautela (come legno non trattato o cerato, alluminio anodizzato o superfici smaltate) e sono lacunose anche sui dosaggi. Il test dimostra inoltre che i prodotti migliori non sono i più cari. Ecco i risultati (dal migliore al peggiore)

Buono
Il migliore: CARREFOUR Detergente multisuperficie
Il miglior rapporto qualità-prezzo: AUCHAN Multisuperfici
Seguono: ESSELUNGA Casa e DEXAL (Eurospin) Sgrassatore.

Sufficiente
W5 (Lidl) detergente multiuso, AJAX Classico Multi-superficie, FABULOSO Atmosfere d'Italia, MASTRO LINDO detergente multiuso, COOP detersivo pavimenti e CIF EASY CLEAN pavimenti.

Insufficiente
LYSOFORM freschezza alpina.

Aspirapolvere a traino il re delle pulizie domestiche

Nessun aspirapolvere robot può oggi prendere il posto dell'aspirapolvere tradizionale, quello a traino. Altroconsumo non ha dubbi nel presentare i risultati del test sugli aspirapolvere (giugno 2016). Il test ha trovato validi modelli per tutti i gusti e tutte le tasche: uno dei due prodotti segnalati come "miglior rapporto qualità-prezzo" costa 149 euro (buone prestazioni e tra i meno rumorosi del test). I prodotti testati sono 35. Vi segnaliamo solo la classifica dei migliori.
Il migliore: MIELE Compact C2 Ecoline
Miglior rapporto qualità-prezzo: MIELE Classic C1 Ecoline e ROWENTA RO5745EA
Inoltre: MIELE Complete C3 Totale Care Ecoline Plus, DYSON DC37C Allergy e DYSON DC33C Mattress.

Jeans strappati ...di gran moda!

Più sono bucati e più grandi sono gli strappi, meglio è. Una socia ci scrive "una volta a scuola si imparava ad aggiustare i vestiti rotti, oggi si impara come fare dei buchi nei nuovi vestiti con tanto di acidi, taglierini e pietre...". Che piaccia o no, questo è il nuovo trend. Gli stilisti sono divisi, tra chi la ritiene una "ribellione conformista" e chi pensa che sia "una cosa relativamente idiota". In ogni caso è curioso che mentre una volta si rattoppavano i jeans, oggi si pagano fior di soldi per averli strappati e rovinati. Perché? Indagine del Tages Anzeiger sulle strade di Zurigo.

Sempre più strappi, sempre più grossi. Sono di nuovo la grande tendenza. Soprattutto se i buchi sono "grandi, uniformi e tondeggianti", come afferma una portavoce del marchio Tally Weijl interpellata dal Tages Anzeiger. Perché portare pantaloni stracciati? Il quotidiano zurighese lo ha chiesto ad alcuni giovani (e meno giovani) per le strade di Zurigo. Una ragazza afferma che le danno look "disinvolto", un giovane che "fanno arrivare aria fresca sulle gambe". Una turista brasiliana è forse la più onesta: "seguo la moda". Qualsiasi sia la ragione, è un dato di fatto che al giorno d'oggi appare normale, e anzi fa "in", portare dei calzoni rovinati.

Una moda che in realtà arriva da lontano. Fino agli anni '60, le persone indossavano i calzoni finché questi si rovinavano, poi cercavano di rattopparli e infine li buttavano. Poco dopo, gli hippies e i rockettari hanno iniziato ad indossare jeans consumati, scoloriti e logori. Ma sono stati i punk a introdurre i buchi e gli strappi un decennio più tardi, come simbolo di provocazione e ribellione.

Poi sono spariti. E ora rieccoli, più stracciati che mai!

Mark van Huisseling, esperto di stile ed editorialista per diversi giornali d'Oltralpe, dà la sua visione: "Si tratta di una ribellione conformista. Ci si vende come individualisti continuando in fondo a vestirsi in maniera convenzionale". Un altro esperto di stile, Jeroen van Rooijen, gli fa eco: "Da vedere è una cosa relativamente idiota. Il buco suddivide la gamba in maniera non conveniente, dando l'impressione che il ginocchio sia piantato sui calzoni. Spero che questa tendenza finisca presto". C'è chi sottolinea inoltre come col freddo (già, questa moda non è solo estiva...) la pelle esposta diventi bluastra, dando un'impressione cadaverica.

Indipendentemente dalle valutazioni estetiche, è interessante notare come quello che un tempo era un simbolo di ribellione è ora un'autocelebrazione della società dei consumi. Gli strappi vengono portati sia dalla studentessa che vive in un appartamento condiviso, sia dalla coniuge del manager.

Diverse riviste di moda forniscono le istruzioni su come creare degli strappi come si deve. Primo passo: tagliare; secondo passo: estendere la raschiatura con pietra pomice, carta vetrata o altro. Nella produzione industriale vengono però spesso utilizzati anche i laser. Insomma, mentre una volta c'era il rattoppo fai da te, oggi ci sono i buchi fai da te. E così mentre arrivano profughi con i vestiti strappati e logori dopo lunghi viaggi per terra e per mare, c'è anche la povertà simulata, o il look da povero, dei jeans strappati.

(Fonte: Tages Anzeiger)

DOPPIOCLICK

Paolo Attivissimo

Un libro-guida per internauti ticinesi (e non solo)

Tre firme ticinesi per colmare una lacuna sentita da molti genitori: un libro che spieghi Internet in termini di tecnologia, pedagogia e diritto con specifico riferimento alla realtà ticinese. Alessandro Trivilini (informatico e ricercatore alla Supsi), Ilario Lodi (responsabile di Pro Juventute Ticino) e Gianni Cattaneo (avvocato, docente di diritto dell'informatica) hanno riunito le proprie competenze per scrivere "Genitori nella Rete", libro edito da Armando Dadò Editore (Genitorinellarete.ch). Il libro è stato pubblicato nel 2014, ma è ancora perfettamente attuale oltre che unico nella sua specificità.

I suoi consigli strettamente informatici sono preziosi, anche se talvolta un po' impegnativi da decifrare per un lettore alle prime armi, mentre la parte giuridica, strettamente riferita alla normativa svizzera, rivela con linguaggio chiaro aspetti ben poco conosciuti e per nulla intuitivi, come i reali diritti e doveri dei genitori di un minore che si affaccia a Internet con il computer o lo smartphone. Per esempio, è legale per un genitore leggere la mail personale di un figlio minorenne? La risposta corretta non è ovvia. I riferimenti di legge sono accompagnati da esempi concreti e consigli pratici su diritto d'autore, sicurezza degli acquisti, protezione della sfera privata e della reputazione, sexting, pornografia, videogiochi violenti, cyberbullismo e molti altri temi fondamentali, spesso fraintesi dagli utenti.

La parte pedagogica si articola su una serie di esercizi di riflessione per genitori che aiutano a capire come un figlio vive Internet e l'uso dello smartphone e dei social network in modo radicalmente diverso da un adulto e portano a soluzioni basate più sul dialogo e l'educazione che sulla tecnologia e le proibizioni, senza mai perdere di vista le grandi, irrinunciabili opportunità di crescita, di conoscenza e di reale socializzazione offerte dai dispositivi digitali che si affacciano a Internet, se usati con competenza e buon senso.

Sostanze tossiche sui **kit per snorkeling**

Due modelli per bambini contengono dosi massicce di un solvente nocivo se inalato. Coop ha sospeso la vendita di questi articoli e sta effettuando ulteriori verifiche.

Spiaggia, sole e gelati. Ecco in sintesi in cosa consiste l'evasione estiva di molte famiglie. E fra i vari accessori che fanno parte del bagaglio di una vacanza acquatica ci sono anche maschere, boccagli e pinne. Attrezzature per lo snorkeling quasi interamente di plastica che spesso esalano forti odori chimici.

Quali sono queste sostanze? Sono tossiche? Un laboratorio specializzato ha analizzato dieci campioni (6 per bambini e 4 per adulti).

I chimici si sono concentrati soprattutto sulla parte dei boccagli che si mette in bocca e su quella delle maschere che copre il naso. In queste aree strategiche, a contatto con le vie respiratorie, hanno scoperto 19 molecole problematiche, fra sostanze cancerogene e perturbatori endocrini.

Queste molecole appartengono a due distinte famiglie. A quella dei composti organici volatili (COV) e quella degli ftalati, rispettivamente 13 e 6 molecole. I primi sono composti che, come evoca il loro nome, evaporano e si introducono nel sistema respiratorio. La maggior parte sono tossici per inalazione, gli altri irritano gli occhi e la pelle. Due sono cancerogeni o potenzialmente cancerogeni: benzene ed etilbenzene.

Gli ftalati non evaporano ma migrano dalla plastica alla saliva e penetrano nel corpo attraverso le mucose della bocca. È comprovato che numerose molecole di questo tipo alterano il sistema endocrino.

Risultati inquietanti

Le buone notizie sono che il laboratorio non ha rilevato nessuna molecola cancerogena, e la composizione di tre modelli – due per bambini e uno per adulti – è impeccabile. Il resto è meno rallegrante. In cinque prodotti sono presenti da uno a sei composti in proporzioni ragionevoli, perché non superano i circa 10 mg/kg. Ma due articoli della marca Intex, destinati ai bambini, contengono quattro elementi della famiglia dei COV. Ancora più grave, uno di questi, il cicloesanone, è presente in quantità tale che gli apparecchi di misurazione, giunti a saturazione, non sono riusciti a calcolarlo!

Nei due campioni, questo elemento si trova in dose massiccia nella parte della maschera a contatto con il naso (più di 2500 mg/kg) e in minor misura nel boccaglio. Visto che la tossicità del cicloesanone per inalazione è comprovata, la sua presenza in accessori per la respirazione subacquea, per di più destinati ai bambini, è estremamente preoccupante.

- ⊕ Molto buono
- ● Buono
- ● Soddisfacente
- ▲ Poco soddisfacente
- ▲ Insufficiente
- ✔ *Sì*
- ✖ *No*

PER BAMBINI

	MARES Fiji junior	AQUALUNG Sport junior	MARES Aquazone youth	AQUALUNG Sport kids
Distributore	Athleticum	Ochsner Sport	Athleticum	Ochsner Sport
Prezzo (fr.)	12.90	9.90	19.90	29.90
Venduto con la maschera	✖	✖	✔	✔
Venduto con le pinne	✖	✖	✖	✖
Composti organici volatili (50%)	⊕	⊕	●	●
Ftalati (50%)	⊕	⊕	⊕	●
GIUDIZIO GLOBALE (%*)	⊕ 100	⊕ 100	● 75	● 48

* 100% = prodotto ideale

Chiesto il ritiro

Il tasso di COV contenuto nella plastica non è regolamentato, pertanto non ci si può pronunciare sull'eventuale non conformità dei due prodotti venduti da Coop. Ma secondo il laboratorio che ha effettuato le analisi, una cosa è sicura: "Il tasso di cicloesanone 2500 volte superiore a quello degli altri campioni potrebbe costituire un rischio per la salute perché questa sostanza è nociva se inalata". Siccome esistono prodotti privi di molecole pericolose e siccome tassi tanto elevati di cicloesanone sono potenzialmente tossici ed evitabili, la FRC (Fédération romande des consommateurs) ha chiesto il ritiro di queste merci dal mercato.

@FRC Mieux Choisir (Traduzione TF)
Foto J.L.Barmaverain

Meglio tutelarsi e riportare i prodotti pericolosi al negozio

I due modelli Intex non contengono ftalati (sostanze regolamentate dalla legge) e pertanto non violano le norme. Tuttavia, la presenza di un'enorme quantità di cicloesanone preoccupa seriamente. Il portavoce di Coop, Ramon Gander, precisa che dopo aver preso conoscenza dei risultati del test, Coop "per precauzione" ha sospeso la vendita di questi articoli. Il distributore ha anche chiesto al fornitore di effettuare delle controanalisi di laboratorio prima di decidere in merito al ritiro definitivo di questi articoli.
Da noi interpellato, Luca Corti di Coop Ticino, ha assicurato che i clienti che avessero acquistato questi articoli presso Coop e desiderano riportarli, lo possono fare in una qualsiasi filiale e chiedere il rimborso di quanto pagato.

È tuttavia probabile che questi kit non siano venduti solo da Coop ma anche da altri negozi. Anche in questo caso il consiglio è di riportarlo dove l'avete comperato e di insistere per avere il rimborso.

Questi due modelli hanno un prezzo ragionevole e sono sicuri. Dalle prove di laboratorio risulta che questi boccagli non contengono nessuna delle 19 sostanze problematiche.
Potete tuffarvi in tutta tranquillità.

			PER ADULTI			
	INTEX + 8 anni	**INTEX** 3-8 anni	**MARES** Fiji adulti	**AQUALUNG** Technisub	**MARES** Aquazone adult	**AQUALUNG** Sport
	Coop	Coop	Athleticum	Ochsner Sport	Athleticum	Ochsner Sport
	14.90	9.90	15.90	29.90	24.90	34.90
	✔	✔	✖	✖	✔	✖
	✔	✔	✖	✖	✖	✖
	▲	▲	⊕	⊕	●	●
	⊕	⊕	⊕	●	⊕	⊕
	▲ 0	▲ 0	⊕ 100	● 80	● 79	● 76

Prezzi indicativi basati sui dati forniti in negozio.

Furto della carta di credito. Cosa fare?

La brutta esperienza di una socia alla quale è stato rubato il portafoglio con la carta di credito può essere utile per sapere come reagire quando ci si rende conto di essere stati vittima di un furto del genere. Nel caso illustrato il ladro ha avuto il tempo di usare la carta di credito per fare acquisti del valore di oltre 2'000 franchi!

Ero a Parigi con la famiglia e mi sono resa conto che, mentre facevamo sosta in un bar, mi è stato rubato il borsellino nel quale, tra l'altro, vi era la carta di credito. I ladri, dal momento in cui mi hanno derubata fino a quando ho bloccato la carta (poco più di un'ora!), sono riusciti a fare acquisti per 2'300 franchi!

La prima cosa da fare in questi casi è telefonare subito al servizio "blocco carte" della banca che ha emesso la tessera. In breve tempo ho trovato il numero di telefono sul sito web della banca e proprio mentre ero al telefono con l'addetta al blocco della tessera i ladri stavano tentando di usare nuovamente la mia carta di credito. Senza esito poiché bloccata da pochi secondi! In questa circostanza ho comunicato alla signora al telefono che la mia ultima transazione con la carta di credito era di 197 euro e che non avrei riconosciuto eventuali addebiti avvenuti in seguito.

Subito dopo mi sono recata in Polizia per la denuncia del furto, nella quale è stata indicata anche la cifra del mio ultimo acquisto con la carta di credito.

Al mio rientro in Ticino ho preso contatto con la banca per aprire la procedura di contestazione degli importi illecitamente caricati sulla mia carta.

Mi è stato inviato un formulario da parte dell'ufficio frodi della banca che ho poi ritornato allegando la denuncia fatta in loco. È importante che la banca sappia che contestavo tutti gli addebiti eseguiti con la carta dopo il mio ultimo acquisto poiché in principio la responsabilità unica della carta appartiene al suo detentore, ossia alla sottoscritta. Altrettanto importante è risultato il fatto che il codice PIN della tessera non era allegato alla stessa o scritto dentro al borsellino.

La banca ha poi accertato, presso i negozi dove era stata illecitamente usata la carta, che i loro terminali funzionano solo con la firma (senza il codice) che naturalmente i ladri avevano falsificato e i negozianti non avevano confrontato con la mia sul retro della tessera.

Con ciò, infine, la banca mi ha comunicato che la cifra indebitamente fatturata sulla carta non costituiva un debito per me.

In breve

1. Controllare a scadenze regolari il borsellino e/o la carta di credito.
2. Non tenere il codice PIN dove avete anche la carta di credito.
3. In caso di furto avvisare tempestivamente la banca per bloccare la carta. Indicare l'orario in cui è presumibilmente avvenuto il furto e/o indicare l'ultimo acquisto eseguito da voi con la carta.
4. Fare subito denuncia penale in Polizia del furto e dell'eventuale uso fraudolento della carta.
5. Contattare l'ufficio frodi della propria banca per la procedura di contestazione.
6. È infine sempre utile segnalare all'istituto che ha emesso la carta di credito, i negozi i cui terminali funzionano solo con la firma (senza codice) e non hanno verificato l'identità (richiedendo un documento personale).

Una maggiore trasparenza non guasta

In questo Amazon è esemplare: allo stadio in cui a un cliente si chiede di perfezionare l'acquisto con un click, mostra nero su bianco e in bella evidenza tutti i costi, ossia prezzo dell'articolo, spese di spedizione ed eventuali costi per lo sdoganamento, ai quali non viene aggiunto nessun tipo di balzello, poiché il gigante dell'e-commerce sbriga le pratiche per l'importazione in Svizzera senza chiedere nulla in più. Insomma, in questo senso la trasparenza è ottima, come sempre dovrebbe essere e invece non è. Sì, perché alcuni negozi online trasparenti non lo sono troppo, come il caso dello shop online della casa automobilistica Fiat. Ecco l'esempio: su www.fiat.ch vengono acquistati un set di tappetini per auto e una protezione in plastica per il fondo del bagagliaio, per un prezzo totale degli articoli di 145,65 franchi a cui se ne aggiungono altri 9,10 per le spese di spedizione tramite il corriere UPS. Essendo tutti i prezzi espressi nella nostra valuta nazionale, si è indotti facilmente a credere che tutta l'operazione – acquisto e spedizione – si svolga in Svizzera, tanto più che sulle pagine del sito dello shop che si aprono man mano per perfezionare l'acquisto stesso non appare nulla che possa far pensare ad altro.

E allora, via con il perfezionamento dell'ordine, dopo aver anche fatto un visto sull'accettazione delle condizioni di vendita, peraltro copiosissime come sempre – e sfidiamo chiunque a dire che se le legge sempre fino in fondo – e fra l'altro in lingua inglese, perché nello shop di fiat.ch – e il perché non l'abbiamo capito – si passa in men che non si dica da una delle nostre lingue nazionali a quella di Shakespeare. In seguito anche la conferma che si riceve via email al colpo d'occhio non indica da quale nazione arriverà mai il pacco, cosa che si capisce invece un po' più tardi, quando si riceve l'annuncio dell'avvenuta spedizione e si consulta il relativo link per seguire il percorso che faranno gli articoli con UPS. E voilà, si scopre che sono stati spediti dall'Italia, il che fa subito capire, perlomeno agli habitué degli acquisti via web, che da pagare ci saranno balzelli supplementari, considerando che il valore totale dell'invio – prezzo d'acquisto più spese di spedizione – supera la quota che permette di non pagare l'IVA svizzera.

Difatti, in seconda battuta, dopo aver ricevuto gli articoli a casa propria, ecco arrivare la fattura di UPS, che invita a pagare 12,30 franchi di IVA, il che è correttissimo, e altri 20 per le pratiche di sdoganamento da parte del corriere. Una cifra, la seconda, secondo noi fuori luogo, poiché la gestione dei pacchi è larghissimamente automatizzata e in pratica a costo zero (vedi BdS 4.15). Comunque, queste sono le regole e ci sta bene. Molto meno – anzi, per nulla – ci garba il modo di fare di Fiat con il suo shop online, anche perché si capisce che gli articoli sono venduti in Italia e da lì spediti solo leggendo le condizioni generali di vendita. Certo, non leggerle attentamente è un errore da parte del consumatore, ma è pure vero che su siti come www.fiat.ch sarebbe molto meglio che si indichi subito e chiaramente da dove provengono gli articoli e quali saranno le spese effettive da pagare e quindi anche quelle per lo sdoganamento all'importazione in Svizzera.

Emulatori di Federer Ma come scegliere un corso di tennis?

In questi ultimi due decenni la pratica del tennis è cresciuta costantemente così come i club che mettono a disposizione strutture e istruttori. Quanto può costare un corso di tennis? Chi sono gli insegnanti? Domande legittime poiché si tratta di uno sport che si impara e si pratica a pagamento.

In Ticino le offerte di sport per ragazzi e adulti sono svariate e le possibilità di iscriversi a squadre, club o altro per poterli praticare, lo sono altrettanto. Ciò vale anche per il tennis, che da vent'anni a questa parte sta vivendo una crescita costante. Attualmente vi sono più di 40 tennis club nel cantone. L'elenco si trova sul sito della Federazione ticinese di tennis (www.tennis-ticino.ch).

Sull'onda degli exploit internazionali dei campioni e delle campionesse rossocrociati che hanno calpestato e calpestano i campi da tennis piu prestigiosi, sempre più giovani ma anche meno giovani sono invogliati a iniziare la pratica di questo sport.

Passata la pausa estiva, a settembre si riavvieranno, come tutti gli anni, i programmi dei corsi nei vari centri di tennis.

Ma quanto può costare un corso di tennis per un giovane? Come faccio a sapere se il prezzo è "giusto"? E per un adulto? Cosa si deve chiedere prima di iscriversi? Sono questioni legittime in virtù proprio del fatto che si tratta di uno sport che si impara e si pratica a pagamento (sui campi da tennis con un istruttore). E non è neppure a buon mercato!

Per rispondere a questi quesiti e dare alcune dritte a chi si sta cimentando in quest'ambito, ci siamo rivolti a Rony Staffieri, esperto federale di tennis, attivo in Ticino.

La formazione dell'istruttore

La prima cosa da chiedere è quale tipo di formazione ha l'istruttore che impartirà le lezioni. Chi paga ha il diritto di saperlo, tanto più che (come vedremo in seguito) dal suo grado di formazione dipenderanno il costo e – si auspica – la qualità degli allenamenti.

Corso di Gioventù e Sport

Chi ha questo diploma è da considerarsi monitore (o monitrice): "G+S tennis sport per bambini" può insegnare le tecniche di base a gruppi di tennisti in erba tra 5 e 10 anni; "G+S tennis sport per giovani" è invece abilitato a insegnare a ragazzi tra 10 e 20 anni (sempre in gruppo).

I partecipanti-allievi per gruppo e per campo non dovrebbero essere più di 4. Per bambini piccoli, tra i 5 e i 10 anni, il numero di partecipanti per gruppo può arrivare fino a 6.

Maestro di tennis

Il diploma di maestro di tennis - rilasciato da Swiss Tennis - consente di dare lezioni individuali a ragazzi o adulti. In Ticino vi sono attualmente 28 maestri di tennis attivi i cui nomi si possono trovare in un registro ufficiale accessibile al pubblico su www.swisstennis.ch/fr/trainer-search.

Parallelamente alla formazione di maestro di tennis c'è l'attestato di allenatore da competizione. Ma qui siamo già ad alti livelli, poco interessanti per il comune cittadino che desidera "solo" praticare dello sport. È tuttavia utile conoscere i vari tipi di formazione degli istruttori poiché - secondo Staffieri - è importante che principianti o iniziati, giovani o meno giovani, possano ricevere una formazione idonea e corretta. Se così non fosse (magari per un tipo di allenamento troppo intensivo) potrebbero insorgere anche problemi fisici (alle articolazioni, o altro).

Quanto costa?

Il costo dovrebbe dipendere dal grado di formazione del maestro ma anche, in caso di corsi a gruppi, dal numero dei partecipanti. Anche in questo settore vige il libero mercato e i vari club possono praticare le tariffe che desiderano. Tuttavia, Swiss Tennis ha elaborato (e pubblicato sul proprio sito) una scala di valori indicativi per la rimunerazione degli insegnanti di tennis. Ecco le cifre principali.

Costo di base per l'istruttore

- da 30.– a 50.– fr./h per monitore G&S (a dipendenza se l'istruttore ha fatto solo il corso di base di una settimana o se è arrivato fino alla formazione continua 2)
- da 65.– a 85.– fr./h per maestro di tennis (varia da periferia a città).

Costo per l'uso del campo

Nella tariffa pattuita, oltre all'istruttore, si paga anche l'uso del campo, i cui costi variano a dipendenza del tipo campo (esterno o interno), dell'orario e del giorno della settimana in cui viene occupato. Secondo l'esperto bisogna calcolare:

- da 20.– a 25.– fr./h per l'esterno
- da 30.– a 50.– fr./h per l'interno.

Come indicato sopra, queste cifre andrebbero ponderate nel caso in cui l'istruttore seguisse più partecipanti al corso.

Budget medio per giovani

Ma quanto può costare a un genitore il corso di tennis del proprio figlio? Secondo Rudy Staffieri bisogna calcolare (per un'ora alla settimana – vacanza scolastiche escluse – in un gruppo con 4 partecipanti):

- da 800 a 1000 fr./anno con un maestro di tennis
- da 600 a 800 fr./anno con un monitore G&S.

Consigli

- Visti i costi vale la pena informarsi presso più club.
- Valutare il livello di formazione (compresi eventuali aggiornamenti) dell'istruttore prima di iniziare.
- Per saperne di più: www.swisstennis.ch, www.tennis-ticino.ch.

Quando si può cominciare con la racchetta?

Lo abbiamo chiesto a Rony Staffieri: "da 4-5 anni e fino a 9, è consigliabile iniziare con una lezione a settimana. Se poi il giovane è interessato si può aumentare la frequenza".

Come sono investiti i "nostri" soldi? **Vorremmo saperne di più!**

Come, dove (in quale paese, in quale settore), quanto e da chi vengono amministrati i soldi che sono anche "nostri"? Alludiamo al patrimonio di istituzioni pubbliche, agli averi della previdenza professionale e del fondo di compensazione AVS/AI, e così via. Come cittadini-consumatori responsabili, non abbiamo proprio niente da dire?

Silvano Toppi

Ci sono soldi, che potremmo definire "nostri", che vengono investiti. Nostri perché di istituzioni pubbliche in cui come cittadini svizzeri siamo partecipi sia per la politica che adottano e impongono, sia perché in una spartizione degli utili siamo anche beneficiari. Nostri perché ci sono istituzioni o assicurazioni di previdenza in cui versiamo, nel corso della vita di lavoro, parte del nostro risparmio per garantirci un pensionamento finanziariamente sostenibile.

Degli investimenti di questi nostri soldi sappiamo ben poco. Perché li affidiamo da amministrare a chi riteniamo se ne intenda e ce ne interessiamo poco; perché non siamo neppure organizzati per saperne di più o pretendere un minimo di verifica.

Incoerenze

La Banca Nazionale è una di queste istituzioni. Ci dà gli indirizzi di politica monetaria. La questione del franco forte o del rapporto di cambio tra franco ed euro con tutte le conseguenze economiche di prezzi, di costi delle esportazioni, di turismo commerciale transfrontaliero, sono sotto la sua cappa. La Banca Nazionale è però anche l'istituzione che con la sua spartizione annua degli utili finisce per essere un toccasana per i cantoni indebitati. Come il Ticino, che senza i 50 e oltre milioni piovuti da quella parte si troverebbe in pantani ancora più avvolgenti. Benedetta Banca Nazionale!

Aldilà di questi fatti importanti, che lasciano il segno, c'è una constatazione che potrebbe porci qualche interrogativo sulla politica degli investimenti o sul rispetto di quelle che vengono definite "direttive generali sulla politica di investimento", risalenti al maggio di dodici anni fa. Sappiamo, ad esempio, per vie traverse che il valore delle azioni americane detenute dalla Banca Nazionale lo scorso anno superavano i 40 miliardi di dollari. Lecito chiedersi, da cittadini-consumatori, dove sono finiti questi miliardi?

La Banca nazionale – si legge nelle direttive – non persegue interessi strategici con i suoi investimenti in azioni, non opera una selezione di titoli individuali; il suo portafoglio è assembrato in maniera passiva, sulla base degli indici borsistici. Sembra quindi una rinuncia a operare scelte "politiche" con i propri investimenti.

Appare tuttavia almeno un'indicazione di scelta "politica", forse inevitabile, almeno per decenza. La Banca – si precisa nelle direttive – "rinuncia a investire nelle imprese che producono armi proibite dalla comunità internazionale, che vìolano massicciamente i diritti umani fondamentali o l'ambiente". Ecco, a differenza del passato, appare pure l'ambiente; ma come vi rientrerà? Rifiutando di investire in tecnologie che possono nuocere all'ambiente?

Veniamo a sapere che la Banca Nazionale ha acquistato per 3 miliardi di dollari di azioni nelle grandi società e imprese di carbone, gas di scisto (o gas da argilla) o di petrolio negli Stati Uniti. Se ci fosse coerenza con le direttive quegli investimenti dovrebbero essere subito condannati dal comitato di etica interna, tanto più se la "politica", cioè la consigliera Doris Leuthard, si fa vanto di aver firmato l'accordo sul clima all'Onu. All'incoerenza sembra aggiungersi anche la beffa economica che in Svizzera, forse, è peggio dell'incoerenza: quelle azioni acquistate dalla Banca Nazionale, dal giugno 2014 hanno perso la metà del valore. Non solo i Cantoni azionisti della Banca, ma noi stessi, cittadini-consumatori responsabili, non abbiamo proprio niente da dire?

Opacità

33.5 miliardi di franchi sono un bel malloppo: è il patrimonio del fondo di compensazione dell'AVS/AI, APG, oggetto di molti desideri di chi vorrebbe amministrarli.

La gestione dell'investimento di questa somma è infatti spesso motivo di di-

scussione. Soprattutto quando come lo scorso anno si fa facile gioco a denunciare una perdita di 313 milioni, con una redditività negativa dello 0.9%. Più della metà di quel patrimonio (17 miliardi) è affidato nella gestione a mandati e gruppi esterni. Dovrebbe essere ovvio che sapere dove è investito questo "denaro del popolo", alimentato da salariati, indipendenti e datori di lavoro, è fatto di interesse pubblico.

Comunque, di quel malloppo 20.5 miliardi di franchi sono investiti in valori e monete straniere e 13 miliardi in franchi svizzeri. Quindi, quasi due terzi del patrimonio dell'AVS/AI sono finiti in banche estere di paesi cosiddetti sviluppati (Gran Bretagna, Stati Uniti, Giappone ecc.) o in paesi cosiddetti emergenti (Cina, Russia ecc.). Non sembra molto tranquillizzante con i tempi che corrono.

La gestione di 10.2 miliardi di franchi è affidata a gerenti la cui sede è a Londra o negli Stati Uniti, da Boston a Pasadena. Appare perlomeno strano che la tanto declamata piazza finanziaria svizzera per qualità ed efficacia, manchi di amministratori di patrimoni o di intermediari finanziari per gestire un patrimonio che potremmo definire "nazionale". Ma dev'essere proprio così.

In una risposta a una interpellanza su questo tema da parte del consigliere nazionale liberale Olivier Feller si osservava che "nella classifica mondiale 2015 dei maggiori gestori istituzionali il primo svizzero arriva solo in 23.ma posizione e solo 3 figurano nei primi cento". Si confonde, come spesso capita, quantità con qualità. Si dimentica poi come i grandi gestori americani, quelli che andavano per la maggiore, siano stati causa principale della crisi finanziaria. Trascinandovi anche i grossi calibri svizzeri.

Ciò che preoccupa in tutto questo è comunque sempre l'opacità: bisognerebbe sapere di più su come, dove (in quale paese, in quale settore), quanto e da chi vengono amministrati i nostri soldi. E anche qualcosa di più sulle spese di funzionamento di tutto questo.

Averi della previdenza professionale: più equità in caso di divorzio

In futuro, in caso di divorzio o di scioglimento di un'unione domestica registrata, l'avere della previdenza professionale verrà diviso più equamente tra i coniugi o i partner. Il Consiglio federale pone in vigore le nuove disposizioni legali in merito e le modifiche delle relative ordinanze con effetto dal 1° gennaio 2017. Le rendite già concesse in virtù di sentenze di divorzio potranno essere convertite in rendite previdenziali secondo il nuovo diritto entro un anno.

In caso di divorzio, l'avere di previdenza depositato presso gli istituti della previdenza professionale costituisce un valore patrimoniale importante, quando non addirittura l'unico, a disposizione dei coniugi o dei partner registrati. Attualmente la persona che ha svolto compiti assistenziali durante il matrimonio e quindi non dispone di una previdenza professionale propria sufficiente (spesso la moglie) può risultare penalizzata in caso di divorzio. Con le nuove disposizioni di legge (che entreranno in vigore il prossimo anno) saranno migliorati questi aspetti del conguaglio della previdenza professionale.

In linea di massima la prestazione d'uscita acquisita durante il matrimonio continuerà a essere divisa a metà. In futuro, però, il momento determinante per il calcolo sarà quello in cui viene promossa la procedura di divorzio e non più quello in cui essa termina. Un'altra novità è che la divisione sarà effettuata anche se in quel momento uno dei coniugi è già pensionato o invalido. In tal caso, a seconda delle circostanze, per il calcolo del conguaglio ci si baserà su una prestazione d'uscita ipotetica oppure si dividerà la rendita esistente, che sarà convertita in una rendita vitalizia da versare al coniuge creditore.

Attualmente le persone già divorziate cui è stata concessa un'indennità adeguata sotto forma di rendita in virtù del diritto vigente perdono questo diritto se il coniuge debitore muore. La successiva rendita per superstiti è spesso più bassa. Per beneficiare del nuovo diritto, la revisione di legge prevede una regolamentazione transitoria a loro favore. Fino al 31 dicembre 2017 esse potranno, a determinate condizioni, chiedere al giudice del divorzio che l'indennità già accordata sia convertita in una rendita vitalizia secondo il nuovo diritto.

Castelli di sabbia

Dalla spiaggia riposante, alle festose aree di gioco per i bambini, ai tremendi deserti del turismo estremo, ai deserti che circondano la straripante ricchezza degli Emirati arabi, la sabbia, beneamata o imprecata, è elemento dato per acquisito, quasi fosse terra su cui posi i piedi o aria che respiri. Si rimane allora sbalorditi quando scopri che la sabbia su cui sei steso a prendere il sole dopo il bagno è un bene che sta diventando sempre più prezioso, conteso e caro. Quando scopri che dopo l'acqua, la sabbia è la risorsa naturale più abbondantemente utilizzata e che per la sua rarità sta addirittura generando un inimmaginabile mondo sotterraneo di contrabbando, preda delle varie mafie mondiali.

Si attribuisce la rarità e l'esplosione dei prezzi a due cause principali: il boom della costruzione in tutto il mondo, la tecnologia della fratturazione idraulica per l'estrazione del petrolio e del gas dagli scisti (che richiede appunto forte iniezione di acqua e sabbia). La Cina, ad esempio, ha utilizzato in costruzioni più sabbia negli ultimi quattro anni di quanto ne abbiano utilizzata gli Stati Uniti nel secolo scorso. Un paradosso è segnalato da un rapporto dell'Onu: gli Emirati arabi (dove di certo la sabbia non manca!) hanno importato lo scorso anno per 456 milioni di dollari di sabbia. La loro è troppo morbida e instabile per la costruzione. Dubai, che spunta sulla sabbia, per costruire gli stadi dei futuri campionati mondiali di calcio deve importare sabbia. 196 milioni di tonnellate di sabbia estratti lo scorso anno secondo l'Istituto geologico degli Stati Uniti non sono bastati perché la fratturazione idraulica ne utilizza quantità enormi. Attenti, ammonisce il rapporto dell'Onu: le spiagge del pianeta si sono erose in media di 40 metri per questo genere di sfruttamento negli ultimi quarant'anni. Quanto a dire che se si va avanti così, avremo presto difficoltà a distenderci al mare.

Forse tre piccole lezioni dovremmo trarre da questi dati e avvertimenti. L'una ci dice che, sì, stiamo costruendo castelli di sabbia e dovremmo accorgerci. La seconda che dovunque posiamo il nostro corpo, persino su una spiaggia, non possiamo evitare almeno un interrogativo sul bene che stiamo usando, considerandolo come si deve. La terza è che non c'è niente di gratuito come potrebbe sembrare; da qualche parte finisci sempre per pagare.

Pistoia

Poco considerata rispetto alle città toscane più blasonate, m'incuriosiva. Ma quando sono arrivato in una torrida domenica di fine giugno, affaticato da un itinerario in bicicletta nel Chianti, dopo aver preso possesso della modesta camera d'albergo, sono stato preso dallo sconforto: cosa ci faccio qui da solo? Avrei fatto meglio a tornare subito in Ticino! Allora mi sono riposato un po', ho ritrovato un briciolo di energia, ho beneficiato dell'attenuazione della calura, ho seguito alcune dritte dell'albergatore e ho iniziato a camminare nell'ampia area pedonale verso il cuore della città. In un attimo ho capito che Pistoia è un chicco.

GIUSEPPE VALLI
givalli@bluewin.ch

1 Chicco. Vivace, animata, senza però essere assediata da masse di turisti, vivibile e giovane per la presenza di un polo universitario, futura capitale della cultura italiana per il 2017: con i suoi 90000 abitanti Pistoia è un gioiellino di piccola città, anzi, un chicco, come ha efficacemente sintetizzato la libraia cui mi ero rivolto per una guida. Su chicco sono rimasto perplesso, poi ho verificato sulla Treccani scoprendo che in Toscana chicco è equivalente di chicca, nel senso di cosa preziosa e anche un po' rara. Sì, anche per me Pistoia è un chicco.

2 Centro storico. Dalla stazione lo si raggiunge in un attimo: è una successione di vie ariose, piazze importanti e piazzette irregolari, prestigiosi palazzi e stretti vicoli di origine medioevale. È posto perfetto per camminare felici tra i pistoiesi.

3 Piazza del duomo. È ovviamente quella principale, con tanto di battistero a pianta ottagonale a fasce bianche e nere. Si confronta con i palazzi del potere civile: quelli del Podestà e del Comune. È un insieme di grande armonia che la sera, con una sapiente illuminazione, dà il meglio di sé: ha tutte le carte in regola per non sfigurare con le altre celebrate piazze toscane.

4 Piazza della Sala & Piazza degli Ortaggi. Sono comunicanti, animatissime in tutte le ore del giorno: la mattina ospitano invitanti banchi del mercato, la sera e la notte sono il cuore della movida pistoiese. Questa sì che non teme confronti! Dalle piazzette ovviamente le persone si spostano nelle viuzze adiacenti, con una densità di locali, ristoranti ed enoteche. C'è vita a Pistoia!

5 Fiaschetteria La Pace. Banconi ottenuti da armadi di recupero, tavolini provenienti dagli scantinati dell'istituto delle Suore Mantellate dove erano stati banchetti per gli allievi, mura possenti, buona musica in sottofondo, ambiente giovane. Dall'aperitivo al cocktail nel cuore della notte, la fiaschetteria mi ha conquistato, tanto da audacemente chiedere la maglietta aziendale indossata dal personale. Ovviamente grande scelta di vini al bicchiere, cucina essenziale ma curata del territorio, ciò che mi ha permesso per la prima volta di gustare la pappa al pomodoro. Ottime bollicine e cocktail per chiudere la giornata. Prezzi più che corretti.

6 Ospedale del Ceppo. Ha origine lontanissime. Fondato nel XIII secolo è rimasto tale fino al 2013, quando una nuova struttura ospedaliera ha portato alla sua dismissione. Spettacolare all'entrata sul loggiato il fregio in terracotta con bellissimi colori che presenta le sette opere di misericordia. Da gustare la sera, fuori orario, con la piazza deserta e i colori della ceramica che esplodono cromaticamente. Vi è pure un itinerario sotterraneo, presentato come un viaggio nel labirinto della storia, che attraverso una visita guidata permette di farsi un'idea dell'archeologia ospedaliera. Si accede pure all'antico Teatro Anatomico, dalla struttura simile a una chiesina, in cui venivano tenute le lezioni per gli studenti universitari in secoli lontani.

7 Baldo vino. Ristorante notevole, vicino all'ospedale del Ceppo: il caso ha voluto che lo notassi lasciando i sotterranei. Non me lo sono lasciato sfuggire. A cena, diligentemente, mi sono presentato. Tavolini all'aperto in un raccolto cortiletto interno. La scelta è caduta sul menu "pesce azzurro": alici marinate, spaghetti alla chitarra con capperi e triglie, sgombro in crosta con pomodori secchi e capperi. Due bicchieri di vino di qualità, 34 € ben spesi. www.enotecabaldovino.it l'esemplare e stuzzicante sito internet.

8 Biblioteca San Giorgio. Che una città di meno di centomila abitanti possa permettersi un tale splendore di biblioteca di lettura pubblica è stata una deliziosa sorpresa. Ricavata nelle immediate vicinanze della stazione ferroviaria da una fabbrica dismessa della Breda Ferroviaria, inaugurata nel 2007, ha un'architettura non banale con spazi generosi, dotazione libraria lussureggiante, un'emeroteca in cui oltre ad un numero sterminato di riviste vi sono ben 13 quotidiani nazionali. Offre generosi spazi di lettura, computer in abbondanza, mediateca e un curatissimo spazio riservato ai più piccoli. Gradevole servizio di ristorazione interno per cui ci si può passare la giornata. Il sito www.comune.pistoia.it /sangiorgio scioglierà ogni vostro dubbio!

9 Alberghi. L'aspetto fragile della città. Scelta limitata. Nelle immediate vicinanze della stazione vi sono due strutture: Piccolo Ritz e Milano. I prezzi sono simili. Ho optato per il primo: posizione perfetta, personale gentile, economico ma necessiterebbe di una rinfrescata e di un robusto ammodernamento. A condizione di non essere dipendenti dalla doccia, perché si rischia l'allagamento del bagno, ci si può però stare tranquillamente. Prezzo equo: 49 € la singola.

10 Treno. Da Firenze si arriva in una trentina di minuti con regionali puntuali, con partenze cadenzate ogni ora a .10 e .38. Il viaggio dura una mezzoretta, 4,40 € il biglietto. Pistoia può essere un'alternativa al pernottamento nel capoluogo toscano: è più economica e più rilassante, ma in ogni caso è una meta che brilla di luce propria perché è… un chicco!

Stoviglie monouso

Meglio se biodegradabili ma quelle multiuso hanno il bilancio ecologico migliore

Quando un evento o una manifestazione comportano la distribuzione di cibo o la mescita di bibite a più persone, l'organizzatore opta sovente per l'uso di stoviglie monouso. Ciò vale naturalmente anche per le feste in casa. Una pratica molto comoda sicuramente ma certamente poco ecologica. Per rendere l'incontro più sostenibile è raccomandabile sostituire piatti e bicchieri monouso in plastica che semplicemente si usano e si gettano nei rifiuti da smaltire, con altri che sono invece realizzati con materie prime rinnovabili e che una volta usati si biodegradano completamente con gli scarti vegetali (composto).

La sensibilità su questo tema è cresciuta negli ultimi anni e lo dimostra anche l'ampliata offerta di piatti, bicchieri e posate in materiale biodegradabile che si trova attualmente nei grandi magazzini. E con dei costi che, in particolare per i prodotti in fibra di canna da zucchero (realizzati con gli scarti della lavorazione della pianta, quindi doppiamente interessanti sotto il profilo ecologico), sono del tutto concorrenziali con quelli applicati per le stoviglie in plastica. Lo abbiamo verificato con rapido giro in alcuni grandi magazzini (vedi tabella). Anzi, presso Migros, i due formati di piatti in canna da zucchero costano meno di un analogo (per dimensione) prodotto in plastica.

Quelli realizzati in foglie di palma sono invece di parecchio più costosi: bisogna dire che sovente questi hanno dei design particolari e sono fabbricati artigianalmente con le foglie di palma di Betel (e solo con quelle che cadono naturalmente dalla pianta), originaria dell'India e della Malesia. Il prodotto venduto da Migros è infatti "made in India". Per curiosità segnaliamo che i piatti, sempre di Migros, in fibra di canna da zucchero sono fatti in Cina, mentre quelli in plastica (23,5 cm) sono "made in Romania".

Non sono stati considerati i piatti di carta, o meglio cartone plastificato (che costano meno), poiché poco adatti per pietanze calde.

Bicchieri monouso: bilancio ecologico

Non abbiamo dati relativi al bilancio ecologico dei vari tipi di piatto, ma l'UFAM (Ufficio federale dell'ambiente) lo aveva valutato sui bicchieri, arrivando alla conclusione che tra quelli monouso il peggiore è per la plastica PS (polistirolo) e quello migliore è per la carta. Tra i due, quello per i bicchieri realizzati con materie prime naturali (PLA*, compostabile) è peggiore di quello dei bicchieri in PET, e ciò perché il materiale di base del bicchiere (mais) proviene da un'agricoltura intensiva e inquinante!

Conclusione UFAM: i bicchieri multiuso in plastica PP (Polipropilene) e di vetro risultano nettamente più ecocompatibili.

Meglio ancora, le stoviglie multiuso

Le stoviglie riutilizzabili (in vetro o in plastica) sarebbero evidentemente da preferire (non devono essere smaltite): purtroppo in Ticino non c'è ancora un servizio di noleggio di un'attrezzatura adeguata per manifestazioni di una certa importanza e bisogna ricorrere a ditte d'oltre Gottardo. L'alternativa è l'acquisto dell'attrezzatura da riutilizzare. Un passo impegnativo, ma esistono in Ticino esperienze positive che varrebbe la pena seguire (come il Gruppo Giovani delle Centovalli che organizza l'Open Air di Palagnedra con bicchieri e stoviglie multiuso). Il premio ce lo darà l'ambiente stesso!

Per saperne di più

Scheda ACSI sul Consumo responsabile: "Come organizzare eventi più sostenibili" (scaricabile dal sito www.acsi.ch)

**) PLA acido polilattico, biopolimero derivante dall'amido di mais.*

Confronto prezzi tra piatti monouso in plastica e biodegradabili

Coop		
Piatto foglie di palma 24 cm	fr. 6.60 (10 pezzi)	fr. 0.66 al pezzo
Piatto plastica 23 cm	fr. 8.50 (24)	fr. 0.35
Piatto plastica 22 cm	fr. 2.95 (10)	fr. 0.29
Jumbo		
Piatto fibre canna da zucchero 23 cm	fr. 5.50 (25 pezzi)	fr. 0.22 al pezzo
Piatto plastica 22 cm	fr. 2.95 (20)	fr. 0.15
Manor		
Piatto foglie di palma 24 cm	fr. 9.90 (12 pezzi)	fr. 0.82 al pezzo
Piatto plastica 22 cm	fr. 3.00 (10)	fr. 0.30
Migros		
Piatto foglie di palma 24 cm	fr. 6.60 (10 pezzi)	fr. 0.66 al pezzo
Piatto fibre canna da zucchero 22 cm	fr. 6.90 (25)	fr. 0.27
Piatto fibre canna da zucchero 25 cm	fr. 5.90 (25)	fr. 0.24
Piatto plastica 23,5 cm	fr. 2.95 (10)	fr. 0.29
Piatto plastica 22 cm	fr. 12.89 (100)	fr. 0.13

Scopri come e dove smaltire i rifiuti sull'"ABC dei rifiuti"

Avete delle vecchie videocassette da eliminare? Un vaso di fiori rotto? O un lenzuolo che non usate più?... Come smaltirli correttamente? L'Azienda Cantonale dei Rifiuti ha ideato l'"ABC dei rifiuti" (o dizionario dei rifiuti), un utile strumento messo a disposizione della cittadinanza per scoprire come e dove smaltire i rifiuti, migliorando così la raccolta separata. Il dizionario si trova online sul sito **www.aziendarifiuti.ch**.
Il dizionario, che attualmente comprende più di 200 voci con relative immagini, è destinato principalmente alle economie domestiche ma anche ai Comuni e alle scuole.
Per chi fosse interessato a un maggior approfondimento, nel dizionario sono anche disponibili i link con le schede aggiornate nelle quali si possono trovare ulteriori informazioni sulle differenti tipologie di rifiuti. L'elenco è aggiornato regolarmente anche sulla base dei suggerimenti che possono essere inviati scrivendo a info@aziendarifiuti.ch.

Spalato... e col cappuccino ci arriva un bel bicchiere d'acqua

Non è certo la prima volta chericeviamo e pubblichiamo le esperienze di nostri lettori in ristoranti e bar in patria o all'estero relative all'offerta di acqua del rubinetto in tavola. Questa volta la segnalazione positiva ci arriva dalla Croazia. Buone attitudini che dovrebbero essere la regola anche da noi. In Ticino, rciordiamolo, l'acqua del rubinetto gratuita al ristorante, con un pasto principale, è iscritta nella legge ma i ristoratori si rifiutano di applicare automaticamente questa semplice regola che è prima di tutto – non smetteremo di affermarlo – un gesto di ospitalità e cortesia.

"Questa è la foto dell'acqua servita a Spalato, in Croazia, in una tappa del nostro viaggio. In un normalissimo bar – segnala L.B. – ordiniamo quattro cappuccini e prima ancora di servirceli ci portano al tavolo altrettanti bei bicchieri di acqua fresca! Siamo rimasti piacevolmente sorpresi e ben contenti. E quando ci capita in Ticino?

La mostra sullo spreco alimentare apprezzata da anziani e giovanissimi

"Sprecare cibo, che stupidità" è il titolo della mostra itinerante che l'ACSI ha messo a disposizione della casa anziani Casa Serena a Lugano lo scorso mese di giugno. Alla presentazione della mostra (lo scorso 10 giugno) da parte di Laura Villa sono poi intervenuti, al fianco degli ospiti della casa anziani, anche gli alunni della scuole elementare di Pregassona-Probello. Un incontro tra due generazioni - quella che aveva ben poco da sprecare e quella che vive nell'era dell'usa-e-getta - che ha dato luogo ad uno scambio di domande, curiosità e osservazioni molto interessanti e vivaci.
La mostra illustra le cause e l'ampiezza del fenomeno e cosa si può fare concretamente per ridurre gli sprechi. Si trova presso l'ACSI ed è a disposizione delle scuole e degli enti interessati all'argomento.

CONSUMATORI ATTENTI

Diserbanti venduti con troppa leggerezza

Lo denuncia una lettrice della Capriasca. L'ACSI e le associazioni dei consumatori riunite nell'Alleanza sono attive a livello federale per affrontare il problema.

"Nel nostro piccolo, qui in Capriasca, stiamo cercando di far rispettare il divieto federale d'impiego di diserbanti senza previa autorizzazione dell'Ufficio Federale dell'Ambiente", ci scrive S.V. "Non è sempre semplice, la frase ricorrente che ci viene detta è: allora perché lo vendono?" A ciò si aggiunge la scarsa informazione fornita agli acquirenti in merito all'uso dei prodotti fitosanitari. S.V cita per esempio Migros che nel volantino do it + garden dei prodotti in azione del mese di maggio ha incluso anche il diserbante Maag, a fianco del quale "compaiono due cifre in carattere microscopico che rimandano a fondo pagina e alle precauzioni scritte ancora più in piccolo, nonché al vago riferimento al divieto federale, che nessuno leggerà, ma che solleva Migros da responsabilità legali!"

Nella puntata dello scorso 13 maggio della trasmissione Patti Chiari, dedicata agli erbicidi ed in particolare al glifosato, il problema è stato messo chiaramente in evidenza. Raramente a chi acquista un diserbante viene spiegato in quali casi può essere utilizzato e in quali no. Lo stesso è emerso da un'inchiesta effettuata dai colleghi della FRC (Federazione romanda dei consumatori) lo scorso maggio.

Il fenomeno è quindi ben noto alle associazioni dei consumatori. A seguito dell'inchiesta citata i colleghi romandi hanno proposto, lo scorso maggio, assieme a altre organizzazioni, un piano d'azione per diminuire l'uso di questi prodotti. Si tratta di una proposta alternativa al "Piano d'azione per la riduzione del rischio e l'utilizzo sostenibile dei prodotti fitosanitari" voluto dal Consiglio Federale. Quest'ultimo è attualmente in consultazione fino al prossimo 28 ottobre. L'ACSI partecipa alla procedura sostenendo la tutela dei consumatori, dell'ambiente ed in particolare in questo caso della qualità delle acque, sempre più inquinate dagli erbicidi.

Il consiglio, per coloro che intendono acquistare un erbicida, è di informarsi bene in modo da sapere quali sono i limiti legali al suo utilizzo. Meglio ancora:rinunciate all'acquisto!

Scarpe, salari da fame nella produzione "made in Europe"

Le scarpe che hai comperato a caro prezzo in uno dei tanti negozi che rivendono scarpe in Svizzera, sai da dove vengono e in quali condizioni sono state fabbricate? La Dichiarazione di Berna svela il lato nascosto dell'industria calzaturiera "made in Europe" che è lungi dall'essere più dignitoso di quanto avviene nelle fabbriche del continente asiatico! Purtroppo vi è ancora molta strada da fare in termini di responsabilità e trasparenza. Ma i consumatori devono continuare a richiederle!

Il "made in Europe" è spesso considerato una garanzia di qualità e di buone condizioni di lavoro. Ma non è così. Numerose inchieste della Dichiarazione di Berna (DB) e di suoi partner internazionali hanno infatti rivelato un lato nascosto dell'industria calzaturiera, dalle concerie toscane fino alle fabbriche dell'Est Europa. Scarpe "italiane" o "tedesche" vendute anche in Svizzera sono in realtà prodotte in Slovacchia o in Polonia, dove decine di migliaia di operaie lavorano in condizioni scandalose e per salari spesso inferiori a quelli versati in Cina.

Nel 2014 nel mondo sono stati prodotti 24 miliardi di paia di scarpe, di cui la maggior parte proviene dall'Asia. Tuttavia il 23% delle scarpe di pelle, più costose, viene prodotto in paesi europei, fra i quali spicca l'Italia. È inoltre in Italia che avviene il processo di conciatura del 60% di tutto il cuoio prodotto nell'Unione Europea. Questo compito gravoso viene spesso affidato ai lavoratori immigrati, un fenomeno ben visibile nelle concerie intorno a Santa Croce, in Toscana. "A tough story of leather" (realizzato da Centro Nuovo Modello di Sviluppo, aprile 2016) è un'indagine che descrive la realtà di queste migliaia di lavoratori che quotidianamente maneggiano carichi pesanti e sostanze chimiche senza protezioni adeguate. Diversi operai hanno sviluppato allergie in seguito al contatto con sostanze tossiche, altri addirittura tumori, e gli incidenti sono frequenti.

Non di rado le fasi più onerose della produzione vengono esternalizzate in paesi dell'Est Europa, consentendo così alle marche italiane e tedesche di trarre profitto dalla manodopera a basso costo e dai tempi di produzione più brevi. La DB è entrata nelle fabbriche di sei paesi dell'Est Europa per raccontarne le difficili condizioni di lavoro. In Albania, Macedonia e Romania il salario minimo si situa fra i 140 e i 156 euro mensili, cifre inferiori a quelle previste in Cina. Per poter mantenere le proprie famiglie le operaie dovrebbero guadagnare da quattro a cinque volte tanto. Sono pagate in base al numero di articoli prodotti e spesso le lavoratrici preferiscono rinunciare ai guanti o ad altro materiale di protezione contro le colle e le sostanze chimiche che devono maneggiare, per poter lavorare più rapidamente.

Così come all'industria tessile, il settore calzaturiero è affetto da problemi strutturali che non si fermano di fronte alle frontiere europee.

L'indagine mostra anche che generalmente marche e rivenditori non sono interessati alle condizioni di lavoro nelle fabbriche in cui le scarpe vengono prodotte. DB si è rivolta a 28 aziende, di cui 8 svizzere. Bally, Navyboot, Pasito-Fricker, Rieker e Vögele Shoes non hanno fornito alcun riscontro. Bata, Manor e Migros hanno invece risposto, ma non sanno assicurare che le operaie degli stabilimenti dai quali si riforniscono percepiscano un salario dignitoso.

La DB chiede alle marche e ai rivenditori di assumersi le proprie responsabilità e di mettere in atto le misure necessarie affinché il rispetto dei diritti umani sia garantito sulla totalità della loro catena di produzione. Soprattutto, che si impegnino perché agli operai e alle operaie venga versato un salario dignitoso.

CONSUMI NEL MONDO

Elio e... le corde tese

Elio e le corde tese: un titolo che ricorda il musicista italiano. In realtà vi parlerò di un problema più serio, ma poco noto, ovvero l'esaurimento delle scorte di elio. Molti conoscono l'elio come il gas che serve a gonfiare palloncini, e per chi ha avuto la fortuna di divertirsi durante le classi dei corsi di scienze, come il gas che permette di alterare temporaneamente il tono della voce.

Questo gas nobile è anche essenziale nell'industria medica per le sue proprietà di raffreddamento, come ad esempio nelle apparecchiature per le risonanze magnetiche. Queste applicazioni industriali rendono il suo uso più importante, ma anche meno divertente, rispetto ai suoi scopi ludici.

Perché l'elio diventa sempre più raro? L'elio è una risorsa non rinnovabile. A differenza di altre risorse che produciamo, o che semplicemente sono per loro natura rinnovabili, questo gas è disponibile sulla terra in una quantità limitata. L'elio è un prodotto del decadimento di isotopi radioattivi, e lo si trova nei giacimenti di gas naturale, intrappolato sotto la crosta terrestre. Il problema di questo gas (ma pure il suo vantaggio), è che una volta estratto e rilasciato nell'aria, permea facilmente ogni barriera e sfugge all'atmosfera terrestre.

Attualmente l'elio che usiamo è estratto da miniere di gas naturale, e non tutti i giacimenti sono stati esplorati. Tuttavia come accade per le energie fossili, la ricerca diventa sempre più costosa perché bisogna esplorare luoghi remoti e poco accessibili. Resta comunque un fatto ineluttabile: per quanto continueremo ad esplorare ed estrarre elio (sempre che sia economicamente fattibile), un giorno le scorte si esauriranno.

Dovremmo proibire tout court l'uso di elio per attività ludiche? Alcuni esperti hanno posto l'interrogativo etico: data la quantità limitata forse dovremmo scegliere cosa ha priorità e cosa dovrebbe essere evitato. Nessuno rinuncerebbe a una risonanza magnetica, ma possiamo certamente fare a meno dei palloncini. Per le prossime feste dovremo trovare quindi nuovi divertimenti? Probabilmente sì. Sullo sviluppo tecnologico peserà inevitabilmente la disponibilità di questo prezioso alleato, utilissimo, ma anche molto raro e sfuggevole al nostro controllo.

MARCO BATTAGLIA

Più chiarezza in merito alle derrate alimentari fabbricate in Svizzera secondo prescrizioni estere

Il Consiglio federale ha introdotto il 29 giugno scorso un obbligo di dichiarazione ampliato per le derrate alimentari fabbricate in Svizzera conformemente a prescrizioni tecniche estere. L'obiettivo è una maggiore trasparenza e il rafforzamento della fiducia dei consumatori.

D'ora in avanti dovrà figurare sulle derrate in base a quali prescrizioni tecniche UE (o di uno stato membro dello SEE) sono state fabbricate.

L'ACSI sostiene da tempo l'importanza per il consumatore di poter distinguere fra prodotti fabbricati in Svizzera e prodotti fabbricati secondo le prescrizioni svizzere. Un prodotto può infatti essere fabbricato su suolo elvetico seguendo prescrizioni tecniche non svizzere, bensì di un paese membro dell'UE/SEE. Da adesso in poi queste prescrizioni dovranno essere chiaramente specificate.

La stagione delle grigliate non è ancora finita Consigli per limitare i rischi per la salute

Mentre la stagione delle grigliate è al suo culmine, è utile tener presenti alcuni semplici accorgimenti per limitare i rischi per la salute e far sì che la grigliata sia veramente un momento di piacere.

Quando il grasso e l'olio gocciolano sulla brace o su altre parti calde della griglia, si formano delle sostanze chiamate Idrocarburi Policiclici Aromatici (IPA) che seguendo il fumo vanno poi a depositarsi sul cibo che sta cuocendo. Ebbene si tratta di sostanze cancerogene. Così come sono cancerogene le Ammine Aromatiche Eterocicliche, sostanze che vengono liberate quando si cuoce a elevate temperature e quindi anche durante le grigliate. Ci sono poi le Nitrosamine, che fanno parte a loro volta delle sostanze cancerogene, che si creano quando alimenti conservati sotto sale vengono cotti ad alta temperatura.

Questi i consigli della Società Svizzera di Nutrizione (SSN).

- Controllare che l'alimento che si sta grigliando non entri in contatto con la fiamma.
- Utilizzare griglie con sistemi di recupero del grasso di cottura, come vaschette o altro. Le griglie migliori sono quelle dove il calore viene dall'alto o dai lati.
- Evitare che il cibo si carbonizzi, perché in quel caso rischiano di formarsi le Ammine. Se del caso rimuovere le parti carbonizzate.
- Infine per evitare la formazione di Nitrosamine, astenersi dal grigliare prodotti conservati sotto sale.

Dal 1° marzo 2017, divieto d'importazione per i prodotti provenienti dalla pesca illegale

Dal primo marzo 2017 potranno essere importati in Svizzera solo i prodotti della pesca di provenienza legale.La nuova ordinanza è volta a contribuire allo sfruttamento sostenibile delle popolazioni mondiali di pesce. Bisogna infatti tener presente che attualmente diverse specie sono minacciate dallo sfruttamento eccessivo, che può ridurne drasticamente le popolazioni.

Sarà tuttavia possibile continuare a importare in Svizzera senza controlli e senza pagamento di tasse le partite provenienti da Stati che dispongono di un'efficace sorveglianza ufficiale della pesca, come per esempio i paesi dell'UE, dell'AELS, degli USA, del Canada e dell'Australia.

L'Unione Europea vieta già dal 2010 l'importazione di prodotti provenienti dalla pesca illegale, non dichiarata e non regolamentata.

www.acsi.ch ti registri e **scegli** ciò che vuoi!

Puoi gestire direttamente il tuo profilo e scegliere di ricevere la BdS solo in formato elettronico (pdf): oltre a essere un'opzione pratica, che permette di leggere la rivista su qualsiasi dispositivo a casa e fuori, è anche un modo per limitare il consumo di carta e il trasporto, salvaguardando quindi l'ambiente.

TEST

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

La borsa della spesa

Dentifrici	Giu. 16
Pulitori a vapore	Giu. 16
Programmi antivirus	Mag. 16
Crocchette per cani	Mag. 16
Telefonini per terza età	Mar. 16
Bevande energizzanti	Mar. 16
Cioccolato al latte	Gen. 16
Pandoro	Dic. 15
Champagne	Dic. 15
Scarpe da corsa (test etico)	Ott. 15
Gazpacho preconfezionato	Set. 15
Prodotti pulizia WC	Set. 15
Capsule Omega 3	Ago.15
Bevande energetiche	Ago.15
Grassi per arrostire	Giu.15
Gelati alla vaniglia	Giu.15
Filetti pesce surgelati	Mag.15
Rösti	Feb. 15
Filo interdentale	Gen. 15

FRC-Mieux choisir, Losanna

Birre artigianali	Giu. 16
Prosciutto crudo (vaschetta)	Feb. 16
Lampadine LED (a filamenti)	Dic. 15
Smartphone	Ott. 15
App. foto compatti	Mar. 15

AltroConsumo, Milano

Bilance da cucina	Giu. 16
Aspirapolvere	Giu. 16
Climatizzatori	Mag. 16
App foto	Mag. 16
Ferri da stiro	Mag. 16
Programmi anti-walware	Apr. 16
Lavatrici	Mar. 16
Lettori e-book	Mar. 16
Frullatori a immersione	Gen. 16
SUV compatti	Gen. 16
Tablet	Dic. 15
Macchine caffè espresso	Dic. 15
Robot cucina	Dic. 15
Asciugatrici	Set.15

Test, Berlino

Biciclette elettriche	Lug. 16
Frigoriferi combinati	Lug. 16
Lettori Blu-ray	Lug. 16
Televisori	Giu. 16
Beamer	Giu. 16
Lavastoviglie	Giu. 16
Accumulat. suppl. telefonini	Giu. 16
Smartphones	Mag. 16
Notebooks	Mag. 16
Altoparlanti Bluetooth	Apr. 16
Stampanti	Apr. 16
Tostapane	Apr. 16
Spazzolini denti elettrici	Mar. 16
Robot cucina con cottura	Gen. 15
Smart watches	Ott. 15
Caschi per ciclisti	Ago.15
Congelatori	Ago.15

desidero ricevere:

❑ Guida ai marchi alimentari (formato tessera)	gratis
❑ 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
❑ Rottura del legamento crociato anteriore*	gratis
❑ Depistaggio precoce del tumore alla prostata*	gratis
❑ Schede – Diritti e doveri dei pazienti *	fr. 5.–
❑ Schede – Reclamare, ma come? *	fr. 5.–
❑ Schede – Mangiare bene per vivere bene *	fr. 5.–
❑ Schede – Salute e movimento *	fr. 5.–
❑ Guida ai consumi responsabili, III edizione *	* gratis
❑ La guida del bebè *	fr. 5.–
❑ Schede: come risparmiare energia	* fr. 5.–
❑ I conti di casa (soci ACSI fr. 7.–)	* fr. 10.–
❑ Piatti unici	*gratis
❑ Storie di Internet che nessuno vorrebbe vivere	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 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 fr. 1.– + fr. 2.– per i costi di spedizione (fr. 3.– per le pubblicazioni segnate da asterisco *). Per importi superiori a fr. 15.– riceverete una polizza di versamento. Se allegate un'etichetta autocollante col vostro indirizzo facilitate il nostro lavoro.

data _____ firma _____

Inviate l'intera pagina a: ACSI, Strada di Pregassona 33, 6963 Lugano-Pregassona

ACSI

Via Cantonale 33
6963 Lugano-Pregassona

Segretariato

lunedì – venerdì 8.30-10.30
acsi@acsi.ch
tel. 091 922 97 55 (tasto 2)
fax 091 922 04 71

Consulenze gratuite per i soci

lunedì – venerdì 9.00-10.30
tel. 091 922 97 55 (tasto 1)
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

Mercatino dell'usato

Nel Mercatino 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.

Locarno

via Castelrotto 20	077 414 81 39
martedì e venerdì	9–11
mercoledì (solo vendita)	14–17.30
giovedì	14–17.30

Chiuso durante le vacanze scolastiche.

diventa socio/a

data _____

cognome _____ nome _____

via e numero _____

nap _____ località _____

e-mail _____

❑ **Desidero aderire all'ACSI per il 2016 e ricevere il periodico La borsa della spesa**
- Quota annuale: fr. 40.– (estero fr. 45.–)
- Sostenitore: da fr. 50.–
- Sostenitore Plus: da fr. 100.–

❑ **Desidero regalare un'adesione per il 2016 con abbonamento a La borsa della spesa a:**

cognome _____ nome _____

via e numero _____

nap _____ località _____

Inviate questa pagina ritagliata e compilata a: ACSI, Strada di Pregassona 33, 6963 Pregassona. Potete diventare soci o regalare un abbonamento a La borsa della spesa anche telefonando in segretariato (091 922 97 55 tasto 2), inviando un fax (091 922 04 71) o una e-mail (acsi@acsi.ch).

Consulenza giuridica ACSI
Le tariffe

Il servizio di consulenza giuridica è riservato esclusivamente ai soci.
Le prestazioni dell'avvocata sono fatturate con 3 forfait distinti, stabiliti secondo il valore della vertenza. Le tariffe sono annunciate al momento della presa a carico e dopo una prima consulenza da parte delle consulenti del servizio Infoconsumi.
La consulenza dell'avvocata non contempla in nessun caso il patrocinio dinanzi ai Tribunali.

- **fr. 50.–** per un contenzioso di valore inferiore a fr. 500
- **fr. 150.–** per un contenzioso di valore tra fr. 500 e fr. 2'500
- **fr. 250.–** per un contenzioso di valore superiore a fr. 2'500.

www.acsi.ch
ti registri e **scegli**
ciò che vuoi!

GAB
6932 Breganzona

Repubblica e Cantone Ticino
Dipartimento del territorio

Arcobaleno
Comunità tariffale