La borsa *della* spesa

bds

Periodico dell'Associazione consumatrici e consumatori della Svizzera italiana

Anno XLVI
Nr. 8
Dicembre 2020
Fr. 6.50

PICCOLI IMPIANTI A LEGNA E POLVERI FINI

TELEFONIA: CONSUMATORI PIÙ PROTETTI

COME PROLUNGARE LA VITA AI DISPOSITIVI DIGITALI

TEST: QUALE SPAZZOLINO ELETTRICO SCEGLIERE?

n. 8 dicembre 2020

EDITORIALE	L'influenza dei consumatori migliora troppo lentamente	3
LA POSTA	Sdoganamento da sito con dominio svizzero?	4
	Installare o no l'app che condivide mie informazioni?	4
	Conto di libero passaggio e spese di tenuta del conto	5
PRIMO PIANO	Feste e regali con un occhio particolare all'ambiente	6
ACSI	Multinazionali responsabili: l'iniziativa ha convinto la maggioranza dei cittadini	8
	L'Alleanza Swisspass dice no a nuovi prolungamenti	8
	Stazioni sciistiche: poche certezze sui rimborsi	8
	L'ottico rimborsa gli occhiali non necessari	26
	Annullato il contratto dell'agenzia ricerca partner	26
	Soggiorno linguistico interrotto causa Covid	26
	L'Oggettoteca chiede un sostegno natalizio	30
SERVIZI	Telefonia e filtro: consumatori più protetti	9
TEST	Spazzolini elettrici	10
ANIMALI	Che pesci pigliare	12
AMBIENTE	Le idee del Climathon digitale	13
	Piccoli impianti a legna e polveri fini	16
VARIE	Finti sconti, arrivate altre condanne	14
	Alledin: perché buttare l'intera lampada?	14
	Privacy icons: cosa sono e perché sono utili	28
	I panettoni artigianali col marchio di qualità	28
ALIMENTAZIONE	La ricetta del giorno dopo	15
	Il "quaderno degli indovinelli" per gli over 60	15
	Osservatorio delle proteine: farina e carne secca	21
SOCIETÀ	(Quando) la pubblicità non è fatta dalle donne	18
	Più trasparenza per gli animali... e per gli umani	24
SALUTE	È nata pro-salute.ch: per dare voce ai cittadini	19
	Il consenso informato del paziente	27
SPOSTAMENTI	Le sorprese della valle di Muggio	20
TEST FLASH	Luminoterapia: funziona ma con le lampade giuste	22
ECOMMERCE	Coop vince il confronto linguistico con Migros online	22
DOPPIOCLICK	Come far durare più a lungo i dispositivi digitali	23
DIRITTI	È pelliccia vera o finta? Dichiarazioni lacunose!	29
CONSUMI NEL MONDO	The Climate Store: l'impatto sul clima decide i prezzi	29

Leggi la BdS 8.20 online su www.acsi.ch con il codice P35M3

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 (ICRT), 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 circa 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
- Infoconsumi
- Consulenza casse malati
- Consulenza pazienti
- Consulenza contabilità domestica
- Caffè Riparazione
- Scambio dell'usato.

USCITE BDS 2020
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. 50.–
Email: bds@acsi.ch

Editore: ACSI
Redattrice responsabile: Ivana Caldelari Magaton
In redazione: Ivan Campari
Concetto grafico: Marcello Coray

Hanno collaborato a questo numero: Evelyne Battaglia-Richi, Laura Regazzoni Meli, Paolo Attivissimo, Nicoletta Maestrini, Katya Schober-Foletti, Nadia Ticozzi, Silvano Toppi, Giuseppe Valli

Stampa: TBS, La Buona Stampa sa 6963 Pregassona
Tiratura: 7'500 copie
Carta: Pro Futura FSC, riciclata bianca 80 gm²
Copertina: iStockphoto

Presidente: Evelyne Battaglia-Richi
Segretaria generale: Laura Regazzoni Meli
Segretaria amministrativa: Fabrizia Sormani

Sede: Str. di Pregassona 33, 6963 Pregassona
tel. 091 922 97 55
Email: acsi@acsi.ch
ccp 69–4470–1

Evelyne Battaglia-Richi
Presidente ACSI

L'influenza dei consumatori migliora **troppo lentamente**

L'iniziativa multinazionali responsabili, fortemente sostenuta anche dall'ACSI insieme a molte organizzazioni non-profit e imprenditori responsabili, ha ricevuto il sostegno del popolo ma è stata respinta dalla maggioranza dei Cantoni. Peccato che non verrà quindi applicata. Resta la soddisfazione che il Ticino ha accolto l'iniziativa! A volte il popolo riesce a dare un segnale forte.

Ma qual è l'influenza dei consumatori sulle decisioni politiche? È migliorata negli ultimi anni? Come ACSI siamo sovente chiamati a intervenire nei media e collaboriamo con molti organi cantonali e comunali per ribadire le posizioni e le necessità dei consumatori della Svizzera italiana: un'attività informativa indispensabile e necessaria ma che, ci rendiamo conto, da sola non è sufficiente per poter raggiungere quei risultati auspicati a tutela e in favore dei consumatori.

Anche la ricerca si interessa sempre di più all'influenza che i consumatori hanno sui processi politici e uno studio condotto nell'ambito del PNR 69 ha voluto esaminarla negli ambiti specifici dell'alimentazione salutare e della produzione sostenibile.

La ricerca dell'Università di Losanna e di Agridea ha analizzato il ruolo dei consumatori in quattro ambiti importanti legati alla politica agro-alimentare: Swissness, agricoltura biologica, Label per il clima e marchi regionali (sull'esempio di Genève Région-Terre Avenir). Dallo studio sono emerse incoerenze tra le regole del mercato interno e quelle del commercio estero per quel che riguarda la politica agricola nonché un importante paradosso per quanto concerne il ruolo dei consumatori nei processi decisionali. In particolare i politici basano le loro decisioni più su un coinvolgimento passivo dei consumatori, riferendosi a risultati di ricerche di mercato sulle loro preferenze nonché su statistiche relative al consumo, piuttosto che sulla partecipazione diretta tramite le associazioni che li rappresentano (come l'ACSI) relegandoci, secondo i ricercatori, in un ruolo troppo limitato per non dire marginale. La ricerca mette in evidenza la mancanza di strumenti di legge per poter agire come consumatori. Eppure va riconosciuto come il consumo privato influenzi fortemente il PIL. Le nostre decisioni di acquisto contribuiscono in modo importante a regolare il mercato.

Le ragioni che determinano la scarsa influenza politica dei consumatori indicate nella ricerca sono riconducibili alla forte influenza delle associazioni professionali di categoria, agli scarsi mezzi finanziari delle organizzazioni dei consumatori (p.e. rispetto ad altri paesi europei) e alla difficoltà di avere sufficienti rappresentanti nell'ambito della politica federale. Tra le soluzioni possibili per aumentare l'influenza dei consumatori quale partner importante per produttori e autorità politiche vengono citate alcune misure, tra cui quella di ampliare il diritto al reclamo delle organizzazioni consumeriste in Svizzera sull'esempio di quello delle organizzazioni ambientaliste, introdurre il diritto alle cause collettive dei consumatori e, non da ultimo, includere in modo più attivo le organizzazioni dei consumatori in determinati compiti pubblici. Per noi queste conclusioni non sono nuove, si tratta di rivendicazioni che sono sul tavolo da tempo e valgono in modo trasversale per tutti gli ambiti del consumo non solo agroalimentare, dalla sanità alla protezione dei dati, temi sull'agenda politica nel 2021.

Anche nel 2020 abbiamo raggiunto risultati positivi per i consumatori, come nella telefonia (pag. 9) o, nell'ambito alimentare, con il nutriscore che appare su un numero sempre maggiore di prodotti! Purtroppo mancano ancora le informazioni sulla sostenibilità e il costo sociale di molti beni che compriamo. L'ACSI continuerà a impegnarsi anche su questi temi e ci auguriamo che vogliate continuare a sostenerci come soci anche per il 2021 per poter continuare ad agire in questa direzione.

Siamo davanti a un periodo natalizio difficile perché la salute personale, la sicurezza finanziaria e i contatti sociali, che, secondo l'inchiesta Omnibus 2019, sono gli elementi chiave per una buona qualità di vita, sono proprio gli aspetti che attualmente sono più in pericolo a causa della crisi sanitaria in atto. Vi auguriamo di cuore di passare serenamente le festività, in salute e con l'auspicio che il 2021 ci riporti in una dimensione umanamente più vicina. Buon Natale!

Sdoganamento da un sito .ch che vende in franchi svizzeri?

Mi chiedo se sia giusto pagare le spese di sdoganamento per articoli proposti in franchi svizzeri da un sito con dominio svizzero (.ch). Recentemente ho acquistato un paio di scarponi su ekosport.ch e ho dovuto pagare i dazi doganali alla posta per ritirare il pacco. Non viene indicata la provenienza dell'articolo e nemmeno il suo valore nella valuta corrispondente al paese dove si trova magazzino di partenza (in questo caso Francia, quindi valuta in euro).

A.S. email

Per rispondere al quesito, abbiamo chiesto il supporto dell'esperto Paolo Attivissimo che ci ha spiegato quanto segue.
L'uso di un dominio svizzero non implica necessariamente che il negozio sia svizzero o situato in territorio elvetico, per cui è possibile che il magazzino delle merci sia oltreconfine o addirittura non esista proprio (il sito fa solo da intermediario fra fabbricante e cliente). Il sito ekosport.ch spiega così la propria natura nelle menzioni legali presenti sul sito (di seguito una nostra traduzione poiché per la Svizzera le indicazioni sono solo in lingua francese e tedesca): "il sito ekosport accessibile all'indirizzo www.ekosport.ch è edito dal suo proprietario: 2F Ekosport, società per azioni semplificata a socio unico (SASU) iscritta dal 10.4.2007 al registro di commercio di Chambery col numero RCS 495314619 e capitale di 12'500.00 euro; la sua attività è il commercio al dettaglio di articoli sportivi; la sede sociale è a 73230 Saint Alban Leysse - Francia (173 rue des Eglantiers) e l'indirizzo di posta elettronica è info@ekosport.ch."
L'indirizzo postale in Svizzera è: 2F SAS - Ekosport, MSA - 41A route des Jeunes, 1227 Carouge.
L'uso di un sito con dominio svizzero (.ch) è semplicemente un modo per facilitare gli utenti, una sorta di scorciatoia di convenienza, e non comporta nessun obbligo di residenza o presenza sul territorio della Confederazione. Il regolamento di registrazione di un sito .ch, presso Switch.ch, non vieta la creazione di un sito .ch da parte di una persona o organizzazione residente all'estero, ma chiede solo, in alcuni casi, di avere un indirizzo postale svizzero.
Anche la valuta di pagamento può essere liberamente scelta dal venditore: ciò vuol dire che, il fatto di pagare in franchi svizzeri non significa necessariamente che si ha a che fare con un negozio svizzero.

Installare o non installare l'app che... "condivide informazioni su di me"?

Mio marito voleva scaricare la nuova App Play Suisse, ma si è subito fermato, dato che si è trovato davanti il seguente messaggio: "l'app e il sito web potranno condividere informazioni su di te". Secondo voi è corretto?

C.T. email

Le applicazioni che scarichiamo e installiamo sui nostri smartphone condividono informazioni. Questa è la norma e non vi è dunque nulla di particolare nel caso di Play Suisse. È più utile focalizzarsi sulla fonte di una determinata app: si tratta di un'azienda, di un ente o di un istituzione affidabile? In questo caso, per esempio, si tratta della SSR, quindi un ente affidabile, la cui politica in materia di protezione dei dati è peraltro consultabile all'indirizzo srgssr.ch/it/protezione-dati.
Cogliamo l'occasione per dire che, a nostro modo di vedere, sarebbe poco ragionevole non installare app come Swiss Covid o Play Suisse per scrupoli legati alla protezione dei dati, quando invece non ci si pone alcun problema nell'utilizzare WhatsApp, Facebook, Instagram o le app Google, che raccolgono molti più dati e sono proposte da aziende private meno affidabili.
A complemento, abbiamo posto il seguente quesito a Paolo Attivissimo: quali sono i campanelli d'allarme che dovrebbero indurre una certa diffidenza nel consumatore prima di scaricare un'app?
"Prima di tutto, la richiesta di accesso a informazioni molto personali come la localizzazione o la rubrica dei contatti senza che vi sia un fondato motivo (se l'app per trovare ristoranti o Bancomat mi chiede la localizzazione, è ovvio che ne ha bisogno per dirmi dov'è il più vicino). Poi la sproporzione fra i dati richiesti e il servizio fornito. Se un'app che fa la torcia colorata vuole accedere alle mie foto, non ha senso. Poi l'azienda che offre l'app. Se è seria, ci si può ragionevolmente fidare; se è sconosciuta no", ha spiegato Attivissimo.
Al quale abbiamo anche chiesto cosa può fare il consumatore in dubbio per decidere se installare o meno un'app. Paolo Attivissimo ci ha risposto così: "La strategia più sicura è non installare nulla che non sia veramente necessario, quindi stare alla larga da giochini o app frivole che possono far divertire ma in cambio chiedono di accedere a immagini o alla fotocamera. Io mi chiedo sempre "Mi serve veramente quest'app? Chi me la propone è un'azienda seria? Cosa vuole in cambio?".

24 Sguardi per l'**Avvento**

Mancano ancora alcuni giorni alla fine dell'Avvento, avete già visitato il Calendario a favore dello sviluppo sostenibile? "24 Sguardi Sostenibili", una finestra al giorno con progetti e iniziative della Svizzera italiana volte, appunto, a promuovere uno sviluppo favorevole all'uomo e all'ambiente. E con una finestra realizzata dall'ACSI.
Ogni giorno vengono messi in palio premi "a km zero", basta rispondere alle semplici domande del quiz della giornata e avere un po' di fortuna. Terminato l'Avvento vi è la possibilità di aggiudicarsi il premio finale, una bella bicicletta.

L'appuntamento quotidiano con i 24 sguardi sostenibili è sul sito www.sguardisostenibili.ch.
www.facebook.com/sguardisostenibili
www.instagram.com/24sguardi/

Conto di libero passaggio presso una banca: le spese di tenuta del conto pesano assai

Quando mia moglie ha smesso di lavorare, ha aperto presso la banca UBS (di cui siamo già clienti) un conto di libero passaggio. Nei giorni scorsi ha ricevuto una lettera in cui le comunicano che a partire da gennaio 2021 verrà applicata una tassa di tenuta del conto di 3 franchi al mese (36 franchi/anno). Il costo mi sembra molto elevato, soprattutto calcolando il tasso di interesse dello 0.01% che l'anno passato le ha fruttato 2 franchi e 74 centesimi, nemmeno sufficienti per coprire un mese di tassa di tenuta del conto. Quando tra 30 anni raggiungerà l'età pensionabile, avrà pagato 1'080 franchi, che andranno a diminuire il suo avere previdenziale. Com'è possibile che per legge lei non possa spendere quei soldi, ma la banca li possa consumare? Quali alternative abbiamo?

N.F. email

Sul tema ci siamo ovviamente consultati con il nostro esperto in previdenza professionale, Mauro Guerra. Purtroppo sembra ci sia poco a fare. "Le banche, di regola, hanno la facoltà di modificare unilateralmente le condizioni di tenuta conto e altro ancora. Nel caso in oggetto, la decisione rientra in questa fattispecie. In verità, dato che la banca, in questo caso, non applica tassi negativi, compensa con il prelievo di una commissione di tenuta conto. A mio modo di vedere - sottolinea l'esperto - la questione è senza appello, non resta che un'eventuale disdetta (da verificare le condizioni e i costi) e la ricerca di un altro istituto".

Per sorridere un po'!

Tanto per sorridere un po' in questo periodo così cupo, volevo segnalare il nome dato a questa confezione di salmone, venduta da Manor.
Probabilmente non era loro intenzione, ma in lingua italiana il messaggio appare molto lugubre! Buone Feste a tutti.

S.R.-Vacallo

Grazie alla signora S.R. che ci ha fatto divertire con questa segnalazione.

Quota sociale annua ACSI e trattenute postali

Compensate l'ACSI col costo di un caffè!

Le socie e i soci hanno ricevuto negli scorsi giorni la polizza per pagare la quota sociale annua 2021. L'ACSI ringrazia chi rinnoverà la fiducia all'operato dell'associazione versando la quota e ricorda a coloro che desiderano pagare allo sportello postale che per ogni versamento fino a 50 franchi la Posta trattiene ora 1,20 franchi (che aumentano a 1,60 se il versamento supera i 50 franchi). Ciò significa che su 7000 soci la trattenuta può superare gli 8'000 franchi! Per evitare all'ACSI di perdere un'importante entrata, al momento di pagare aggiungete 1,60 franchi alla quota sociale di base. L'ACSI ve ne sarà grata!
Non ci sono invece trattenute di questa natura se pagate con un bonifico bancario o postale.

Cambi indirizzo? Faccelo sapere!

Capita sovente che socie e soci che cambiano indirizzo si dimenticano di comunicarcelo. In questo modo può succedere che l'ACSI perda dei soci semplicemente perché non ha più il loro recapito.
Non dimenticate dunque di avvertirci quando traslocate (per telefono, email o per scritto), in modo che possiamo continuare a inviarvi la Borsa della Spesa.

Regala l'adesione all'ACSI, un dono che dura un anno

Al prezzo speciale di fr. 20.– (anziché 50.–); per l'estero fr. 30.–

L'offerta è valida fino al 6.1.2021 ed è destinata alle socie e ai soci ACSI. I beneficiari del dono non possono essere già soci (vedi pag. 31).

Feste e regali con un occhio particolare **all'ambiente**

Queste feste saranno particolari per tutti, la pandemia ha condizionato i nostri comportamenti durante una buona parte dell'anno che sta per finire e, almeno per qualche giorno, vorremmo poterla accantonare. Ma non dobbiamo allentare la guardia. Facciamo in modo che questi giorni siano comunque una festa per noi e i nostri cari ma anche per l'ambiente. Una sensibilità emersa anche da chi ha risposto al nostro sondaggio.

Alla fine di un anno così particolare, come quello di questa interminabile pandemia, non ci potranno essere che delle festività altrettanto particolari. L'attenzione alle restrizioni che abbiamo dovuto avere per lunghi mesi, la stanchezza che ci pervade e la voglia di liberarci di questa cappa ossessiva ci invoglia a fare qualcosa di speciale in queste feste di fine anno. Come darci torto?

Vista la situazione, unica per tutti noi, potrebbe essere l'occasione per un ripensamento su ciò che ruota attorno alle feste e una riflessione sulle nostre scelte.

Lo spunto ci viene dal Calendario dell'Avvento 24 Sguardi sostenibili (vedi pag.4) a cui anche quest'anno ha partecipato l'ACSI con una sua finestra. Due anni fa avevamo invitato a non sprecare cibo durante i pasti delle feste in cui si tende generalmente ad acquistare troppo col rischio che una parte di derrate alimentari finiscano nella spazzatura. Lo scorso anno abbiamo ricordato che mettere in tavola l'acqua del rubinetto anche a Natale era un segnale di sensibilità verso l'ambiente e un modo per non sprecare soldi. Quest'anno abbiamo rivolto lo sguardo sui pacchetti regalo e all'aumento dei rifiuti durante le feste solo a causa di carte e nastrini che in un batter d'occhio finiscono nella spazzatura. Uno spreco di risorse e di denaro.

Nel Regno Unito è stato stimato che le 300.000 tonnellate di carta consumate nel periodo natalizio sono sufficienti per coprire il Big Ben quasi 260'000 volte. Negli altri Paesi non è certo diverso. Eppure, con un po' di fantasia unita al desiderio di fare un regalo anche al nostro pianeta, si può risparmiare e ridurre i rifiuti scegliendo un pacco regalo ecologico e pure economico. Un foglio di giornale o di una rivista può diventare un'originale carta regalo, così come uno spartito musicale che non serve più o le pagine di un vecchio libro. Gli stessi fogli, con l'ausilio di un po' di colla o di scotch possono diventare delle buste da chiudere con una molletta di legno o con un pezzo di corda o un filo di lana colorata. Inoltre se impacchettate un libro o una scatola di cioccolatini con un foulard (sull'esempio della tecnica giapponese del furoshiki) il regalo diventa doppio, così come il piacere di donarlo e di riceverlo.

Nell'immagine qui sotto il regalo impacchettato in un foulard è opera di una consumatrice che, un paio di anni fa, aveva illustrato su queste pagine come fosse possibile godere del Natale facendo regali a rifiuti zero, pensando ad esempio a qualcosa che si può consumare, meglio se fatto con le proprie mani (come i classici biscotti o le marmellate). Anche il pacchetto, come detto poco sopra, se non è usa e getta, può diventare parte integrante del regalo. Tra le altre cose (vedi BdS 8.18) ha citato anche i semi per fiori selvatici, utili per chi ha un giardino poiché una volta cresciuti attirano farfalle o api.

Ma in quest'anno così difficile per molti, consumatori, artigiani e negozianti, perché non pensare non solo a ridurre in misura ancor maggiore i nostri acqusti festivi e dare comunque la preferenza ai prodotti locali, ai negozi di prossimità e ad articoli del nostro artigianato? Senza dimenticare che non vi sono solo oggetti e articoli ma anche doni immateriali: esperienze particolari da vivere, magari con tutta la famiglia; abbonamenti a riviste o giornali e quote sociali di associazioni e organizzazioni (ogni anno l'ACSI invita i soci a regalare a parenti e amici la propria quota sociale che consente di ricevere la rivista e di accedere ai servizi dell'associazione durante tutto l'anno); entrate a musei e cinema; e così via. Senza dimenticare il proprio tempo, la propria disponibilità a vivere insieme momenti speciali, un regalo che non si compra ma che vale molto. E che non occorre impacchettare.

Sondaggio: arriva il Natale, che fare con i regali?

È il titolo del sondaggio che abbiamo sottoposto a soci e simpatizzanti nel corso del mese di novembre al quale in poche settimane hanno risposto quasi 250 persone. Un campione interessante di consumatori che si è dimostrato piuttosto attento alla sostenibilità dei regali. Oltre la metà di chi ha risposto (54%) cerca di limitare gli sprechi quando impacchetta i doni, utilizzando materiali riciclati e limitando i rifiuti. Un buon 40% preferisce impacchettarli in maniera tradizionale, secondo il classico spirito natalizio. Ma vi è anche chi (il 6%) va oltre e che non li impacchetta affatto.

Su cosa si preferisce regalare, la percentuale maggiore (34%) indica aricoli da consumare (alimentari, igiene personale, ecc.), seguita da coloro (29%) che invece regalano perlopiù oggetti (giochi, elettronica, libri,...). Il 16% di chi ha risposto al sondaggio opta invece maggiormente per i buoni o denaro. Regalare esperienze (viaggi, biglietti per eventi,...) è l'opzione preferita dal 6% circa, mentre una percentuale analoga ama perlopiù fare donazioni (per associazioni, enti o aiuto umanitario). Vi è tuttavia anche un buon 9% che non fa regali.

Interessante rilevare inoltre che la stragrande maggioranza dei partecipanti (i tre quarti) preferisce fare i propri acquisti natalizi in negozi fisici, e solo l'8% dice di comprare la maggior parte dei regali online, presso negozi virtuali. Per un 18% circa di partecipanti la divisione fra negozi fisici e online è piuttosto equa.

Ma da dove proviene la maggior parte dei regali? A questa domanda, quasi la metà (49,5%) dice di preferire i prodotti di provenienza indigena (ticinese e svizzera). Per il 21% dei partecipanti invece si tratta di prodotti europei e solo per un'infima percentuale di chi ha risposto (1,4%) la preferenza è per prodotti che arrivano da altri continenti. Non sono infine pochi (28%) coloro che invece indicano che non vi è una netta maggioranza per nessuna delle tre opzioni di provenienza (locale, europea o da altri continenti).

Le risposte al sondaggio che ci sono pervenute dimostrano che vi è attenzione da parte di un buon numero di consumatori a limitare gli sprechi così come l'inquinamento dovuto ai trasporti dei prodotti provenienti da luoghi di produzione oltre oceano.

Per finire diamo un occhio a quanto si spende all'incirca per i regali di Natale. A questa domanda il 35% ha risposto che di regola spende tra i 250 e i 500 franchi. E quasi un quarto (24.7%) dice di sborsare più di 500 franchi. A spendere fra i 100 e i 250 franchi è poco meno del 33% dei partecipanti, mentre un buon 7,2% sostiene di non mettere più di un cento franchi per comperare regali di Natale.

Qualche idea per **un Natale più sostenibile**

Acquista o noleggia un albero di Natale biologico possibilmente locale. Oppure usa un albero finto in legno (se ne trovano di diversi tipi; a lato una versione proposta in un mercatino di Natale) riutilizzabile tutti gli anni.
Utilizza le vecchie decorazioni o scambiale con amici e parenti; se puoi dai la preferenza alle decorazioni naturali.
Prendi candele senza paraffine o cere di derivazione petrolifera.
Per i regali usa la carta da imballaggio riciclata.
Acquista preferibilmente locale. Limita il più possibile gli acquisti online.
Regala esperienze invece di cose.

Al riguardo rimandiamo anche all'articolo pubblicato sulla BdS (8.18) "Come fare dei regali di Natale a rifiuti zero".

Multinazionali L'iniziativa ha convinto la maggioranza dei cittadini

Davide ha battuto Golia, per poco ma lo ha battuto. L'iniziativa per multinazionali responsabili ha convinto la maggioranza delle cittadine e dei cittadini svizzeri che l'hanno votata col 50,7% dei consensi. L'ampia coalizione delle organizzazioni della società civile (oltre 130) ha svolto una campagna inedita con un numero incredibile di volontari e simpatizzanti che hanno diffuso il messaggio dell'iniziativa praticamente di casa in casa, con email e cartoline e bandiere arancioni, battendo la campagna ben più onerosa degli avversari. Purtroppo questo immenso impegno, a cui anche l'ACSI ha aderito con convinzione sin dal lancio dell'inizitiva, è stato vanificato, dal no della maggioranza dei cantoni.

L'ACSI è delusa dall'esito finale della votazione ma nel contempo è evidente che sempre più cittadini e consumatori hanno maturato la consapevolezza della responsabilità globale della Svizzera nel modello di imprese che vogliamo avere e sostenere.

L'ACSI è particolarmente soddisfatta dell'esito favorevole del voto in Ticino. La maggioranza delle cittadine e dei cittadini a sud delle Alpi, così come al nord, votando sì ha manifestato il desiderio legittimo di voler acquistare, utilizzare e consumare prodotti che non contengano ombre su come sono state estratte le materie prime, sofferenze di esseri umani e diritti calpestati da intoccabili multinazionali, o ambienti distrutti e inquinati impunemente.

Nonostante la bocciatura dell'iniziativa, la lobby delle multinazionali non può far finta di niente, ormai nessuno contesta più il fatto che le imprese svizzere debbano rispettare i diritti umani e gli standard ambientali anche quando operano all'estero. L'ACSI e le innumerevoli organizzazioni che si sono impegnate in questa campagna continueranno a vegliare affinché non vi siano abusi e venga perlomeno attuato con attenzione il controprogetto del Consiglio federale.

L'Alleanza Swisspass dice no a nuovi prolungamenti

L'Alleanza delle organizzazioni di difesa dei consumatori ha inviato una missiva all'Alleanza Swisspass, che raggruppa le imprese di trasporti pubblici nazionali e regionali, chiedendo nuove misure a sostegno degli utenti dei trasporti pubblici. La risposta dell'Alleanza Swisspass è stata deludente.

Non possiamo permettercelo. È quanto sostiene il direttore dell'Alleanza Swisspass, Helmut Eichhorn nella sua risposta alla lettera dell'Alleanza delle organizzazioni di difesa dei consumatori, che sollecitava nuove misure a sostegno della clientela dei trasporti pubblici. L'ACSI e le altre organizzazioni chiedevano in particolare un ulteriore prolungamento degli abbonamenti e la creazione di nuove proposte di abbonamento più flessibili.

Malgrado non vi sia un vero e proprio semi-confinamento in occasione della seconda ondata, molti consumatori hanno visto il proprio utilizzo dei trasporti pubblici ridotto drasticamente per via del telelavoro o di altre misure fuori dal loro controllo. De facto, l'utilizzo dei trasporti pubblici è comunque crollato e molti consumatori non hanno modo di sfruttare adeguatamente i propri abbonamenti. Motivo per il quale l'ACSI sperava che Swisspass decidesse di fare un passo verso i propri clienti, anche basandosi sulle raccomandazioni di Mister Prezzi per offerte più flessibili che permettano di pagare ciò che si utilizza davvero.

Nuove proposte "a metà strada" fra abbonamento generale e abbonamento metà-prezzo saranno tuttavia testate a partire dall'anno prossimo, si legge nella risposta. Uno sviluppo che l'ACSI seguirà con interesse perché effettivamente questi due abbonamenti non coprono i bisogni di tutti i consumatori.

Vai a sciare? Attenzione: poche certezze sui rimborsi

La situazione pandemica presenta delle insidie per quei consumatori che decidono di andare a sciare. Un'analisi dei nostri colleghi della Konsumentenschutz mostra un mosaico poco chiaro per un eventuale rimborso parziale dell'abbonamento stagionale in caso di lockdown.

Poca trasparenza e tanta confusione: è ciò che hanno trovato i nostri colleghi della Konsumentenschutz quando hanno cercato di informarsi sulle condizioni di rimborso di alcune stazioni sciistiche svizzere. Nel loro confronto hanno preso in esame Gstaad, Adelboden-Lenk, Andermatt-Sedrun-Disentis, Zermatt, 4Vallées, Arosa-Lenzerheide e St. Moritz. Il loro obiettivo era capire in quali casi veniva garantito un rimborso e valutare inoltre la trasparenza verso gli utenti.

Ha sorpreso fin da subito la mancanza di trasparenza sui siti internet. In molti casi, trovare le informazioni si è dimostrata un'impresa ardua se non del tutto impossibile. Inoltre le condizioni di rimborso sono parse troppo limitate: per esempio a Gstaad, Arosa-Lenzerheide, St.Moritz e Adelboden-Lenk il consumatore può sperare in un rimborso soltanto se l'intera stazione dovesse venire chiusa. Nel caso, ad esempio, di chiusura degli impianti principali ma con un piccolo impianto secondario aperto, non scatterebbe alcun rimborso.

L'ACSI consiglia di informarsi attentamente sulle condizioni di rimborso prima di acquistare giornaliere o abbonamenti. Anche i buoni sono da trattare con diffidenza: valutate se potrete veramente usarli. Inoltre in caso di chiusura o fallimento della stazione sarà difficile recuperare i propri soldi. È importante non dare nulla per scontato e prendersi il tempo di informarsi prima di mettere mano al portafoglio.

Telefonia: consumatori più protetti, anche grazie al filtro

L'Ordinanza di applicazione della Legge sulle telecomunicazioni emanata il mese scorso dal Consiglio federale risponde a numerose richieste delle organizzazioni dei consumatori che da anni chiedevano misure adeguate per correggere i problemi concernenti la telefonia che ognuno di noi si trova ad affrontare nel quotidiano. Questa decisione del Consiglio federale è il risultato di una lunga battaglia dell'Alleanza delle organizzazioni dei consumatori di cui l'ACSI fa parte insieme ai colleghi di FRC e Konsumentenschutz.

A partire dal 1 luglio 2021, tutti gli operatori saranno tenuti a mettere a disposizione dei propri clienti un filtro contro le chiamate indesiderate. Questo obbligo arriva al termine di una lunga battaglia. Il percorso che ha portato a una revisione della legge in questa direzione è passato in particolare da una tavola rotonda organizzata dalle associazioni di difesa dei consumatori nel 2015 con l'Ufficio federale delle comunicazioni. Oggi si vedono i frutti di questo percorso.

Filtro obbligatorio per tutte le compagnie

Il numero di segnalazioni ricevute da ACSI, FRC e SKS su questo tema ha iniziato a calare dopo che alcune compagnie hanno introdotto dei filtri per le chiamate indesiderate senza aspettare che la legge le costringesse a farlo.

Swisscom, per esempio, ha aperto la strada nel mese di dicembre del 2017, fornendo ai propri clienti la possibilità di attivare un filtro contro le chiamate pubblicitarie indesiderate. Due anni dopo, nel 2019, Sunrise ha introdotto un filtro "automatico": è attivo di default per tutti i consumatori che utilizzano Sunrise, senza che sia necessaria alcuna operazione per attivarlo.

Tuttavia permane un numero rilevante di consumatori che continua a ricevere queste telefonate, perché è cliente di altre aziende che non hanno preso alcuna iniziativa in proposito. Era dunque necessario costringere tutte le aziende a fornire ai propri clienti degli strumenti per difendersi. È da rilevare inoltre che gli intermediari o le ditte che lavorano con call center che non rispettano la legge potranno in futuro essere perseguiti in maniera più efficace rispetto alla situazione attuale.

Miglioramenti sul roaming e su altri aspetti

La revisione della legge contiene altre novità positive per i consumatori. La prima concerne l'abbassamento dei costi di roaming, grazie a una fatturazione più giusta (al secondo invece che al minuto). I consumatori svizzeri restano tuttavia svantaggiati rispetto ai loro omologhi europei, visto che l'UE ha abolito le tariffe di roaming fra i paesi membri già da tempo. Ciononostante, una fatturazione più corretta che porterà a minori costi è certamente un passo avanti. Le compagnie saranno anche tenute a informare in maniera più trasparente i propri clienti sul rischio di ricevere ingenti fatture in occasione di vacanze o viaggi all'estero e a fornire loro degli strumenti per limitare brutte sorprese (come il blocco automatico del roaming una volta raggiunta una cifra stabilita).

Un altro passo avanti è stato fatto per quanto concerne il marketing relativo alla velocità di connessione internet: gli operatori dovranno essere più trasparenti nei loro proclami. Infatti non di rado attualmente vengono sbandierate connessioni superveloci che non corrispondono alla realtà. Molti consumatori, testando le proprie connessioni con gli strumenti disponibili gratuitamente online, hanno potuto rendersene conto.

Altre novità positive sono l'iscrizione nella legge del concetto di neutralità della rete, il miglioramento della lotta agli abusi in materia di numeri con sovrattasse e una maggior protezione dei minorenni contro i contenuti a pagamento non richiesti e contro la pedopornografia.

Insomma un aggiornamento della legislazione che va a tappare molte falle e permette di meglio tutelare gli interessi dei consumatori.

La revisione è accolta con favore dall'ACSI

Per Laura Regazzoni Meli, segretaria generale dell'ACSI, "è una vittoria importante per i consumatori. Da anni la telefonia era il settore più rappresentato nelle lamentele che riceviamo. È servita molta pazienza, basti pensare che il primo intervento in Parlamento sulle telefonate moleste risale agli anni 80. Il filtro contro le chiamate indesiderate, l'abbassamento delle tariffe di roaming e una maggior trasparenza sulle offerte garantiranno una miglior protezione ai consumatori".

Alcuni problemi non sono stati risolti, come i cambiamenti di abbonamento non richiesti. L'Alleanza continuerà a impegnarsi per fare ulteriori progressi nei prossimi anni sulle questioni che rimangono aperte.

Spazzolini elettrici
Rendono il sorriso smagliante

Vi risparmiamo la classica controversia spazzolino manuale o elettrico. L'efficienza del secondo contro la placca dentale è dimostrata. Non resta che scegliere l'apparecchio adatto.

Una perfetta igiene orale si ottiene con spazzolino e filo interdentale. È importante perché è strettamente correlata alla salute in generale. Detto ciò, quale dispositivo è veramente efficace? La risposta è sfumata, varia a seconda dell'utilizzatore e della sua capacità di adottare i gesti giusti nel tempo prestabilito.

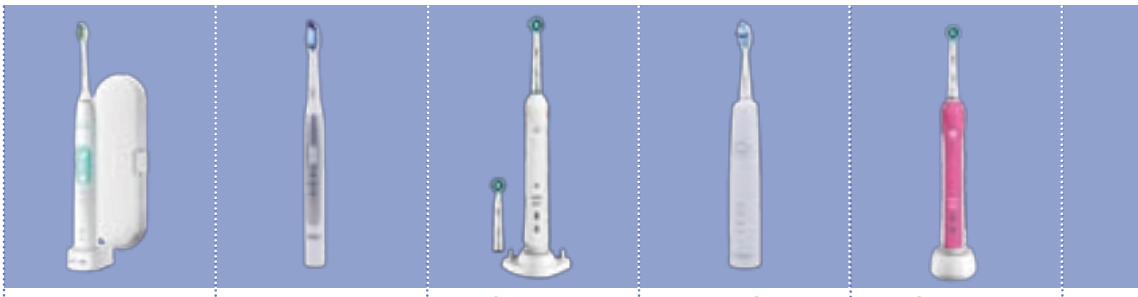
Uno spazzolino manuale è appropriato quando sappiamo – fatto abbastanza raro – eseguire movimenti rotatori dalla gengiva verso i denti per tre minuti, applicando la pressione adeguata. Se ci si attiene a questa regole, l'igiene orale è a buon mercato, non ci saranno problemi di batteria e si potranno lavare i denti ovunque. Ma purtroppo, raramente ci dedichiamo il tempo necessario.

Pertanto, è meglio usare uno spazzolino elettrico. Basta passarlo su tutti i denti, senza dimenticarne nessuno. Inoltre, la testina è più sottile e arriva facilmente nei punti meno accessibili. Gli studi dimostrano che rimuove meglio la placca e che le gengive rimangono più sane. La spiegazione è semplice: con lo spazzolino manuale si arriva a circa 300 movimenti al minuto, mentre con uno elettrico si arriva approssimativamente a 30'000.

Nonostante le differenze tra i modelli in commercio – contatore dei secondi, applicazione di controllo sugli smartphone – il test rivela che nessuno si rivela veramente scadente. E ciò nonostante il fatto che i produttori cerchino di convincere che questo o quel modello è migliore di altri. Ciò è un fattore importante poiché a parte qualche marchio, come il lucernese Trisa, che sta cercando di trovare il suo spazio, i costruttori Philips e Oral-B (Braun) regnano quasi sovrani su questo mercato!

Uno spazzolino ogni tre mesi: un costo da considerare

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



	PHILIPS SONICARE HX6830	ORAL-B Pulsonic Slim 1000	ORAL-B Smart 4 4500	TRISA Sonic Performance Pro Clean	ORAL-B Pro 2 2000
Distributore	Coop, Manor, Migros	Coop, Digitec, Fust Manor, Migros	Coop, Digitec, Migros	Coop, Digitec, Fust Manor	Coop, Digitec, Fust, MediaMarkt
Prezzo (fr.)	da 149.–	da 49.95	da 101.–	da 63.90	da 47.95
Prezzo spazzolino (pezzo)	12.45	6.20	6.20	4.98	6.20
N° di spazzolini inclusi	2	1	2	1	1
Base di ricarica	✔	✔	✔	✔	✔
Pulizia (50%)	⊕	⊕	⊕	⊕	●
Facilità nell'uso (25%)	●	⊕	⊕	●	⊕
Batteria (20%)	●	●	●	●	●
Rumore (5%)	●	●	●	▲	●
GIUDIZIO GLOBALE (%*)	76	75	72	70	65

*** 100% = prodotto ideale** Prezzi indicativi basati sui dati forniti in negozio e su internet.

Le associazioni consumeriste svizzere ed europee e il programma televisivo romando "A Bon Entendeur" hanno mandato sul banco di prova alcuni spazzolini elettrici per valutare se agivano più veloci di un fulmine, mentre i partecipanti si riscaldavano i polsi (vedi riquadro).

iStockphoto

Oscillazione sonora, ultrasonica, ionica?

Nei negozi, ciò che notano i consumatori è soprattutto l'infinito numero di superlativi che qualificano le confezioni. È tutto "tecnologie", "sonico", "ultrasonico". In realtà, si tratta di movimenti e metodi diversi. Gli spazzolini rotanti o oscillanti hanno una testina che ruota su se stessa a una velocità da 3000 a 7500 giri al minuto. Uno sonico vibra lateralmente fino a 31'000 volte. Gli ultrasonici sono solo più veloci. Per quanto riguarda gli ionici, una leggera corrente elettrica attira la placca sulle setole dello spazzolino.

In ogni caso, questo test dimostra che non esistono cattivi spazzolini. Per quasi 150 franchi, Philips Sonicare vale il suo prezzo. Ma le testine di ricambio a volte sono molto costose. Mentre, un Oral-B Pulsonic Slim 1000 o un Pro 2 Il 2000, o anche l'M-Budget, se la cavano molto bene per meno di 50 franchi. Rimane un solo parametro che dipende dall'utilizzatore: il tempo che dedica alla pulizia dei denti. Deve essere scrupolosamente rispettato, così come è importante l'uso del filo interdentale.

@FRC Mieux Choisir (Traduzione TF)
Foto tabella ICRT

PHILIPS SONICARE DiamondClean Smart HX9903	**DENTAMED** Prosonic	**M-BUDGET** Pro 700	**PHILIPS SONICARE** CleanCare+ HX3212
Coop, Digitec, Fust MediaMarkt, Migros, Nettoshop	Coop, Microspot	Migros	Digitec, MediaMarkt
da 190.–	da 37.50	32.80	da 42.–
9.23	3.17	6.96	4.74
3	3	1	1
✔	✔	✔	✔
●	●	●	●
●	●	⊕	●
●	●	●	●
●	●	●	●
○ 65	○ 65	○ 63	○ 59

Giudizio globale: buono sufficiente insufficiente

Come si è svolto il test
Macchine e volontari

In primo luogo, il laboratorio si è concentrato sulle batterie per misurarne la qualità. Una volta caricati, gli apparecchi hanno operato con un peso di 100 grammi sulla testina. La durata della batteria è stata calcolata accendendoli due minuti ogni ora, fino a otto volte al giorno. È stato considerato anche il tempo di ricarica.

In seguito, 20 volontari hanno usato ogni spazzolino.
Il primo giorno hanno dovuto lavarsi i denti otto ore prima di presentarsi in laboratorio, senza aver mangiato o bevuto nell'ora precedente. Un igienista ha quindi esaminato le loro bocche e rilevato la presenza di placca dentale grazie a una tintura.
Il giorno dopo i volontari hanno utilizzato lo spazzolino con una batteria completamente carica e dotato di una testina nuova. I denti sono stati riesaminati dopo tre minuti.
Anche i volontari hanno espresso il loro apprezzamento sulla facilità d'uso del dispositivo e sulla sua rumorosità.

Che **pesci** pigliare

Spesso i pesci, meravigliosamente colorati, vengono acquistati come elemento d'arredo, o come soluzione quale animale da compagnia per accontentare i figli. C'è chi, invece di accendere la TV, si rilassa guardandoli nuotare placidi. Ma anche i pesci hanno bisogno di cure, e l'impegno che richiede il mantenimento di un acquario non va sottovalutato.

Mattia Valtulini, gerente di Animal Service, negozio di animali con sede a Balerna, spesso consiglia gli interessati sull'acquisto di acquari e pesci. Normalmente i clienti che lo avvicinano non conoscono le regole base che permettono di accudire questi animali, che in natura e nell'acquario possono vivere a lungo: "il pesce rosso può arrivare anche a 20 anni", sottolinea il gerente.

Per bambini e ragazzi in età scolastica, l'acquario può essere un'esperienza didattica, un impegno che riunisce tutta la famiglia intorno a un microcosmo da salotto, che ha molto da insegnare. La fotosintesi clorofilliana, ad esempio, avviene anche per le piante immerse nell'acquario: l'anidride carbonica che gli serve per crescere e svilupparsi, in parte proviene dall'atmosfera, in parte dalla respirazione dei pesci.

L'acquario è un ambiente chiuso, il cui ecosistema è frutto dell'equilibrio di tutti gli elementi che lo compongono. Non solo piante e pesci si nutrono a vicenda, scambiando ossigeno e anidride carbonica, ma in misura vitale entrano in gioco anche i batteri presenti nei filtri. Questi esseri microscopici scompongono ammoniaca e ammonio in nitrato, una sostanza utile alle piante: trasformano gli scarti in nutrimento. Bisogna prestare attenzione al momento in cui si sciacquano i filtri, poiché nello scarico finiscono anche i batteri nitrificatori che lì avevano trovato casa e che devono essere sostituiti. Raggiungere un bilanciamento tra tutte le componenti di questo piccolo universo non è semplice, ma nemmeno impossibile.

L'acquario può essere un'esperienza avventurosa, ma è impegnativa. Anche i pesci hanno i loro diritti. Pur piccolini al momento dell'acquisto, per una coppia di pesci rossi va comprato un acquario di 120 litri, commisurato alla taglia che raggiungeranno da adulti. Il pesce rosso è un pesce comunitario e non può vivere in solitudine. Sprovvisto della mimica facciale che ci consentirebbe di comprendere il suo dolore, anche il pesce può provare sofferenza: "ciò è provato scientificamente", afferma il gerente di Animal Service. "Non è l'animale che deve adattarsi alle nostre esigenze, siamo noi che dobbiamo assicurargli una vita dignitosa e rispettare i suoi spazi vitali", continua Mattia Valtulini, "se il cliente non é disposto ad acquistare una vasca consona alle esigenze della specie, senza dimostrare di averne una adatta, mi rifiuto di vendere il pesce". La legge in merito è chiara, sottolinea: "bisogna ricreare il più possibile l'ambiente naturale. La vasca di plastica non è un ambiente naturale. L'animale deve poter trovare dei nascondigli come in natura, e una parete dell'acquario deve essere scura".

La scelta delle piante acquatiche, delle rocce e del tipo di fondale, va effettuata in base al pesce che abiterà nel nostro salotto: l'acquario deve corrispondere al suo ambiente naturale. Quando lo si allestisce, occorre attendere alcune settimane prima che sia perfettamente funzionale, poiché il suo equilibrio viene costruito man mano, con l'inserimento graduale di piante, batteri filtratori e pesci.

Secondo l'esperto, è importante che chi procede all'acquisto sia una persona che abbia del tempo da dedicare alla vasca. Se non ci si occupa con regolarità dell'acquario, non solo ci si trova di fronte a un risultato insoddisfacente, ma si mette a rischio la salute dei pesci.

Arrivare al risultato di un pesce che sguazza in un acquario che corrisponde alle sue esigenze è ottimo, ma non sufficiente. Quando si fa questa scelta occorre pensare anche al futuro. Come per tutti gli animali, la responsabilità cui si va incontro è di curarli per tutta la durata della loro vita, al meglio delle nostre possibilità.

Il rilascio nell'ambiente è punibile. Impossibile, quindi, liberarsene buttandoli in un fiume o nel lago, dove rischiano la morte o di diventare infestanti rispetto ai pesci autoctoni.

Occorre garantire al pesce le cure adeguate e quindi, se non lo si potesse più tenere, bisogna trovare qualcuno in grado di garantirgli il necessario benessere. In caso di difficoltà potete rivolgervi alle Società di protezione degli animali o direttamente a AquaLuz, centro di intermediazione a Sursee che può prendere in consegna i vostri pesci (gli unici pesci che non possono prendere in considerazione sono quelli per cui è necessaria un'autorizzazione)*.

Le normative e le necessità della specie devono essere spiegate all'acquirente dal rivenditore, che è tenuto a dare tutte le indicazioni tecniche utili al benessere dell'animale. È poi responsabilità del nuovo proprietario garantirglielo.

"L'acquario può sembrare complicato, ma con i giusti suggerimenti può dare grandi soddisfazioni, e aprire un mondo di conoscenze che ci arricchiranno sicuramente", conclude Mattia Valtulini.

NADIA TICOZZI

***AquaLuz, Allmendstr. 10, 6210 Sursee**
elias-aqualuz@outlook.com
tel. 079 850 22 46
www.aqualuz.ch

Foto F. Stirano

Le idee del **Climathon digitale**

Quest'anno l'ACSI era presente in forze al Digital Climathon di Mendrisio: nella giuria c'era il membro di comitato Carlo Gambato mentre la presidente Evelyne Battaglia-Richi e la segretaria generale Laura Regazzoni Meli hanno preso parte in qualità di esperte (rispettivamente sui temi dell'alimentazione sostenibile e dello spreco alimentare). A vincere questa particolare edizione è stato il progetto denominato "Atelier di trasformazione alimentare - il recupero degli indesiderati" volto a creare opportunità di utilizzo degli alimenti invenduti o non accettati dalla grande distribuzione perché non rispettano canoni e dimensioni ritenuti standard.

Sono state 35 persone divise in 7 team a prendere parte alla seconda edizione momò del Climathon, la maratona di 24 ore dove diverse squadre si sfidano nella ricerca di soluzioni innovative ai problemi ambientali. Una manifestazione che è stata portata in Ticino proprio dalla Città di Mendrisio lo scorso anno, unica nel cantone a prendere parte a questo evento internazionale.

In Svizzera, il Climathon, sta prendendo sempre più piede: quest'anno oltre a Mendrisio c'erano Zurigo, Losanna, Basilea, Ginevra, Winterthur, Friborgo e Sion. Un'edizione però, quella 2020, segnata dalla pandemia di coronavirus. La possibilità di passare 24 ore insieme e fare una vera e propria maratona non c'è stata, e il tutto si è svolto in maniera virtuale.

Ambiente e alimentazione

Il tema di quest'anno era la riduzione dell'impronta climatica dei nostri sistemi alimentari. Dalla produzione, al trasporto, al consumo e agli sprechi. Ed è proprio nella ricerca di soluzioni a questi grossi problemi che si sono dedicate le 7 squadre che hanno preso parte all'evento. Ne sono risultate altrettante proposte di progetto. La presidente ACSI Evelyne Battaglia-Richi, ha preso parte come esperta di alimentazione sostenibile. La segretaria generale ACSI Laura Regazzoni Meli, in quanto esperta di spreco alimentare.

I due progetti vincitori

Due le idee premiate, che si sono aggiudicate contributi finanziari importanti per poter iniziare a lavorare alla loro realizzazione. Il **progetto Atelier di trasformazione alimentare - il recupero degli indesiderati**, volto a creare opportunità di utilizzo degli alimenti invenduti o non accettati dalla grande distribuzione perché non rispettano canoni e dimensioni ritenuti standard, ha ricevuto un contributo di 5'000 franchi, offerti dal Dipartimento del territorio.

Il **progetto Impact Label**, che ha proposto di creare e sperimentare processi di etichettatura degli alimenti in base alle emissioni di gas serra durante il loro ciclo di vita, ha ottenuto un contributo di 3'000 franchi, offerto dall'Ente Regionale di Sviluppo del Mendrisiotto.

Nel primo caso vi è dunque l'idea di creare una piccola filiera, o un piccolo commercio in grado di rivendere questi prodotti. Potrebbe anche trattarsi di un ristorante.

Per quanto concerne il progetto denominato Impact Label, si tratterebbe invece di creare un'etichetta che valuti l'impatto ambientale un po' come una classificazione energetica (dal verde al rosso, sul contenuto di CO_2, per esempio). Bisogna dire che delle etichette di questo tipo già esistono, anche se faticano a prendere piede per via della forte opposizione di chi finirebbe in rosso nell'etichetta.

Tanta ACSI a questo Climathon

Il progetto vincitore tocca un tema già più volte sollevato dall'ACSI. Anche recentemente. Quest'estate infatti, abbiamo condotto con i nostri colleghi della Konsumentenschutz e della Fédération Romande des Consommateurs un sondaggio online per tastare il polso in merito alla disponibilità dei consumatori nel comprare prodotti esteticamente diversi dai canoni, ma identici da un punto di vista alimentare. Ne è emerso che molti consumatori acquisterebbero più che volentieri questi prodotti, soprattutto se costassero meno, ma anche indipendentemente da quello. Lunga vita alle carote a due gambe dunque!

"È un progetto in linea con diverse nostre campagne, basti pensare al sondaggio condotto quest'estate", ha detto soddisfatto Carlo Gambato, membro della giuria di Climathon e membro di comitato ACSI, che ha visto con favore anche il progetto Impact Label: "di etichette simili ce ne sono già, ma la sfida potrebbe essere quella di riuscire a metterle in pratica a livello locale, trasformando il Mendrisiotto o tutto il Ticino in un laboratorio su questo tema (vedi anche il caso svedese citato a pag. 29). I metodi per calcolare i punteggi di una simile etichetta già ci sono, si tratta di provare a metterli in pratica". In generale comunque, tutto ciò che favorisce la trasparenza trova il sostegno dell'ACSI. Ovviamente per un'etichetta di questo tipo servirebbero solide basi scientifiche.

A destare l'interesse di Carlo Gambato anche un altro dei progetti proposti, denominato Happy Mendriis. "Sostanzialmente si vuole sensibilizzare, anche attraverso un programma nelle scuole e nei ristoranti, e promuovere uno stile di vita legato a un'alimentazione sana e sostenibile".

Anche la sensibilizzazione nelle scuole è effettivamente un tema caro all'ACSI, che già si adopera in questo senso su diversi temi,visualizzabili su acsi.ch/proposte-didattiche.

Finti sconti, arrivate altre condanne

In seguito alle denunce dei nostri colleghi della Fédération Romande des Consommateurs (FRC), Fust e M-Electronics sono state condannate per violazione dell'Ordinanza sull'indicazione dei prezzi. Ancora in corso le procedure avviate contro Conforama e Interdiscount.

Prezzi iniziali fittizi o gonfiati, sconti permanenti che quindi sconti non sono, prezzi iniziali che cambiano nel tempo: le modalità si sprecano, ma il succo è sempre il medesimo. Convincere il consumatore che sta facendo un grande affare, quando in realtà non è così.

I giochi psicologici di negozi e venditori portano troppo spesso a violazioni dell'Ordinanza sull'indicazione dei prezzi, ed è così che Fust e M-Electronics sono state condannate in Svizzera romanda. I nostri colleghi della FRC hanno ampliato le loro indagini negli scorsi anni dopo il caso Ochsner Sport del 2016. Indagini che hanno portato alla presa di coscienza

sulle dimensioni del problema nel nostro paese. Le pratiche ingannevoli in materia di sconti e offerte sono infatti molto diffuse in Svizzera. Anche in questo caso però, le sanzioni dimostrano l'inefficacia e l'inadeguatezza della legge svizzera nel proteggere i consumatori: 4000 franchi di multa a Fust e 3000 a M-Electronics. Uno scherzo viste le dimensioni dei due negozi. Anche Ochsner Sport, nel 2016, se l'era cavata con una multa di soli 4000 franchi.

Per ora, il consumatore deve quindi fare affidamento soprattutto alla sua sana diffidenza. Quale momento migliore per ricordare di non farsi abbindolare dai finti sconti del periodo del famigerato Black Friday e quello prenatalizio, portatori di buoni affari ma anche di potenziali fregature.

Alledin: perché buttare l'intera lampada?

Nell'ultimo numero della BdS abbiamo parlato del programma Alledin, tramite il quale la Confederazione sostiene economicamente la sostituzione delle vecchie lampade a stelo alogene con le più efficienti lampade a LED. Alcuni consumatori ci hanno però chiesto come mai sia meglio sostituire l'intera lampada anziché soltanto la lampadina.

Le vecchie lampade a stelo alogene sono estremamente inefficienti. La differenza di consumo rispetto alle lampadine LED è tale da giustificare lo smaltimento della vecchia lampada ed essere comunque un'operazione ecologica. Per questo la Confederazione sostiene con 125 franchi chi decide di passare a una lampada a stelo più efficiente (i dettagli su alledin.ch). Tuttavia, chiarito questo, alcuni consumatori ci hanno chiesto: perché cambiare l'intera lampada anziché soltanto la lampadina?

Abbiamo posto il quesito direttamente ai responsabili della campagna: ci ha risposto la signora Togni, dell'Agenzia svizzera per l'efficienza energetica, spiegandoci quanto segue:

"La sostituzione delle lampadine R7s alogene con LED molto spesso non è fattibile. Le LED a cilindro sono più grosse (diametro di 3 cm) e spesso non si riesce a inserirle. Altre LED sono più sottili, ma la luce viene emessa da una sola angolatura (invece che a 360°) e quindi la distribuzione della luce nel locale è completamente diversa. Inoltre gli utenti reclamano perché i LED non sono dimmerabili (ossia non è possibile regolare l'intensità della luce) o perché "fischiano". Per questi motivi del resto, le alogene R7s non sono proibite in Svizzera/Europa (mancano proprio delle vere alternative).

Ci sono inoltre dei produttori di lampade di marca (come Baltensweiler o Zumtobel) che sostituiscono l'ottica e l'elettronica alle loro lampade a stelo in maniera che funzionino a LED. Quest'operazione costa tra i 500 e 750 franchi, alledin la sostiene con un importo di 125 franchi.

Certo, chi riesce a mettere una lampadina a LED che funzioni sulla propria vecchia lampada a stelo ed è soddisfatto con il risultato, ha la soluzione migliore. Purtroppo, diversi consumatori che hanno tentato questa via, sono rimasti insoddisfatti con i LED per i motivi sopraindicati, e così hanno ri-inserito le lampadine lineari alogene, tornando alla soluzione più inefficiente. Per questo motivo nell'ambito di questa campagna optiamo per lo smaltimento completo della lampada".

La ricetta del giorno dopo

Sotto le feste un buon risotto allo zafferano, ai funghi o semplicemente al merlot non manca sicuramente. A volte pur calcolando le dosi capita di avere dei resti di risotto. Cosa farne? Eccovi una semplice e gustosa ricetta per il pranzo del giorno dopo.

Pirizza alle verdure

Ingredienti

Resti di risotto cotto per 2 persone (2 mestoli circa)
Una mozzarella
200g di cavolfiore cotto sbricciolato

Preparazione

Se potete, preparate il risotto avanzato nella teglia direttamente il giorno stesso che vi avanza.
Prendete una teglia da forno e foderate con carta da forno (rotonda o rettangolare)
Spalmate il risotto avanzato ancora tiepido sulla teglia foderata e mettete in frigo fino al giorno dopo.
Il giorno seguente mettete sopra la mozzarella grattugiata a grana grossa o tagliata a fettine fini.
Mondate e sbriciolate un po' il cavolfiore e cuocetelo un po' in acqua salata; distribuitelo poi sul fondo di risotto nella teglia.
Aggiungete a piacere pepe fresco macinato e mettete in forno per 10-12 minuti a 180°C per dorare la pirizza alle verdure.
Potete variare la verdura con quella che avete a disposizione oppure utilizzare resti di verdure varie per una pirizza più colorata.

Utilizzando delle miniformine antiaderenti, al posto della teglia, si può ottenere uno sfizioso stuzzichino da aperititvo.
Mettete il risotto avanzato nelle formine piccole ma abbastanza larghe da poter formare una base per pizzette, procedendo allo stesso modo con la farcitura che potrebbe essere, invece che di cavolfiore, di pomodori pelati tritati o di broccoletti verdi cotti e tritati e aggiungendo al posto della mozzarella, acciughe o olive.

La vostra ricetta preferita per ridurre lo spreco alimentare

Per le feste di fine anno molti consumatori trascorreranno sicuramente più tempo in casa e soprattutto ai fornelli. E molti sperimenteranno nuove ricette magari proprio per ridurre lo spreco di cibo ancora commestibile. Volete condividerle con noi? Mandateci la vostra ricetta preferita (eventualmente anche una foto) per riutilizzare i resti o i vostri consigli per evitare di sprecare alimenti e/o doverli buttare, all'indirizzo email: bds@acsi.ch. Noi le valuteremo e decideremo quale pubblicare sulla BdS con il nuovo anno. Grazie già sin d'ora per le vostre ricette.

Sul nostro sito www.acsi.ch trovate "le buone ricette per gli avanzi". Date un'occhiata se avete del cibo avanzato.

Over 60: alimentarsi meglio con il **"quaderno degli indovinelli"**

Imparare ad alimentarsi in modo corretto ed equilibrato, divertendosi. È lo scopo della nuova pubblicazione della SSN (Società svizzera di nutrizione) intitolata "Quaderno degli indovinelli" e destinata al pubblico degli over 60.

Il quaderno è stato pubblicato nell'ambito del progetto "alimentazione 60+" e contiene diversi aiuti pratici e ludici per le persone che hanno superato i 60 anni. Cruciverba, sudoku e brevi consigli su come alimentarsi in modo equilibrato anche con diversi decenni di età sulle spalle. Per vivere autonomamente il più a lungo possibile è importante, soprattutto per le persone non più giovani, avere uno stile di vita sano: in quest'ambito anche un'alimentazione equilibrata e varia riveste un ruolo fondamentale. La nuova pubblicazione della SSN è un ulteriore aiuto per chi, dopo i 60 anni, vuole saperne di più su come potersi alimentare in modo corretto.

"In questo modo è facile e divertente apprendere come mangiare sano anche oltre i 60 anni e contiamo di raggiungere così un maggior numero di persone" sostiene la responsabile della SSN, Esther Jost.

Sul sito della SSN si trovano ulteriori informazioni, documentazione e 3 podcast sul tema. Per la versione taliana dei podcast è stata intervistata la dietista e presidente ACSI, Evelyne Battaglia-Richi.

L'opuscolo è gratuito e ottenibile presso la SSN: Società Svizzera di Nutrizione SSN Eigerplatz 5, 3007 Berna, tel. 031 385 00 00 (lunedì, martedì e giovedì 9.00-12.15), info@sge-ssn.ch, **www.sge-ssn.ch.** Sul tema vedere anche BdS 5.19, "Alimentazione equilibrata: importante anche in età avanzata".

Polveri fini: un problema per i piccoli impianti a legna vecchi e gestiti male

L'energia del legno è rispettosa del clima, è indigena, rinnovabile e molto disponibile alle nostre latitudini, senza alcun rischio di sovrasfruttamento. Il suo utilizzo è in rapida ascesa in Svizzera. L'emissione di polveri fini derivante dal suo uso è un problema risolto per i grandi impianti di riscaldamento automatici, ma non per quelli piccoli (camini, stufe) soprattutto laddove vi sono ancora impianti di vecchia concezione e/o la gestione avviene in modo inappropriato. Ecco come possiamo fare meglio per l'ambiente pur godendoci il piacere di un ambiente accogliente e caldo grazie alla fiamma del camino di casa.

Foto C.Rutschmann

Quando fuori è umido, freddo e buio, è naturale ritirarsi nelle proprie quattro mura al caldo. Ancora meglio se si tratta di un calore confortevole e piacevole come quello di un riscaldamento a legna. In base alla statistica svizzera dell'energia del legno (Ufficio federale dell'Energia, dati del 2019), in quasi mezzo milione di locali abitati sono installati sistemi di riscaldamento a legna domestici, con una netta prevalenza di stufe-caminetto, caminetti chiusi e stufe ad accumulazione (per il Ticino non vi sono dati specifici paragonabili).

La combustione del legno ha però la brutta reputazione di emettere molte polveri fini, degradando la qualità dell'aria che respiriamo. Se per gli impianti di grosse dimensioni (con potenza al di sopra del 70kW) questo problema è stato risolto poiché da tempo, per legge, devono essere dotati di particolari filtri e hanno una combustione ottimale, il problema può esistere per gli impianti di dimensioni ridotte a carica manuale, come quelli citati sopra.

Nonostante in Svizzera l'inquinamento da polveri fini sia in calo da trent'anni, l'Ufficio federale dell'ambiente (UFAM) indica che vi è un'ulteriore necessità di intervento: per poter garantire in ogni momento il rispetto dei valori limite per le polveri fini attualmente in vigore in base all'OIAt, in Svizzera le emissioni di polveri fini e di inquinanti precursori dovrebbero essere ridotte di circa il 50% rispetto ai valori attuali. Questo obiettivo è raggiungibile solo se si continua a perseguire una politica di lotta contro l'inquinamento atmosferico e adottare misure incisive.

Poiché i riscaldamenti a legna vengono sovente citati in riferimento alla problematica delle polveri fini, in quest'ambito il focus è puntato sui piccoli impianti sotto i 70 kW di potenza. In proporzione alla loro quota parte nell'approvvigionamento energetico, ancora oggi essi causano una quantità elevata di queste emissioni.

Le cause principali sono due: in primo luogo il fatto che sono ancora in esercizio troppi impianti datati e tecnicamente superati. In Austria da qualche anno è in atto una politica di incentivazione per la sostituzione dei vecchi impianti con riscaldamenti a legna che rispettino i nuovi standard tecnici, e ciò allo scopo di ridurre di circa il 75% le emissioni di polveri fini (un ordine di grandezza che varrebbe anche per la Svizzera). La seconda causa è da attribuire alla gestione inappropriata degli impianti che, a seguito di un processo di combustione incompleto, può causare emissioni molto elevate e particolarmente dannose.

Le polveri fini non sono tutte uguali

Il motivo del costante inasprimento dei valori limiti per polveri fini è il potenziale di pericolosità per la salute.

Occorre però distinguere tra diverse categorie di polveri fini. Particolarmente pericolose per la salute sono fuliggine e composti organici del carbonio come ad esempio il catrame. Entrambi sono il risultato di processi di combustione non ottimali o incompleti. Dal processo di combustione ottimale invece risultano principalmente polveri fini minerali, che sono significativamente meno tossiche. In riferimento ai riscaldamenti a legna ciò significa che gli impianti in buono stato e gestiti correttamente non solo emettono quantitativamente molte meno fini polveri in confronto a riscaldamenti a legna obsoleti e gestiti in modo inappropriato, ma anche che le emissioni risultanti sono significativamente meno tossiche in quanto sono principalmente di tipo minerale. Senza dimenticare naturalmente che una parte importante delle emissioni di polveri fini è dovuta ad altri settori, in particolare al traffico (emissioni dei motori, abrasione pneumatici, risollevamento, ecc.).

Cosa possiamo fare con il nostro piccolo impianto?

Per le indicazioni e i consigli sul questo tema ci siamo rivolti a Claudio Caccia, segretario AELSI e rappresentante regionale di EnergiaLegno Svizzera.

Come scegliere?

Il criterio principale di scelta riguarda la funzione che avrà l'impianto.

Oggi il mercato offre una grande varietà di apparecchi di riscaldamento a legna domestici. Si va dalle classiche stufe, con molteplici varianti di dimensioni e rivestimenti, fino ai sistemi fabbricati su misura sul posto, stile "pigna". Passando da stufe a pellet e caminetti chiusi. Va peraltro notato che i caminetti aperti non possono più essere realizzati ex-novo e data la loro scarsa efficienza spesso non vengono neanche considerati quali veri e propri sistemi di riscaldamento. In generale, ad eccezione delle stufe a pellet la cui potenza può essere modulata più o meno a piacimento, vale la pena privilegiare stufe e altri sistemi che hanno una certa massa di accumulo, per esempio nel rivestimento esterno. Ciò assicura un rilascio del calore nel locale per più ore, ben al di là della fine della combustione vera e propria.

I piccoli sistemi di riscaldamento a legna devono obbligatoriamente disporre di una dichiarazione di prestazione secondo l'Allegato III dell'Ordinanza sui prodotti da costruzione SR933.01 e le emissioni devono rispettare i limiti fissati dall'OIAt (Ordinanza federale contro l'inquinamento atmosferico). Ma fare meglio del minimo di legge è facile: i prodotti dotati del marchio di qualità di Energia legno Svizzera sono garanzia di elevata efficienza e bassissime emissioni (inferiori a quelle imposte dall'OIAt).

Pubblicazioni sul tema:

www.energia-legno.ch (> shop > sistemi di riscaldamento: Opuscolo "Riscaldare a legna"

Approfondimenti:

www.energia-legno.ch (> energia dal legno > assicurazione qualità > marchio).

La legna "giusta"

Nei piccoli sistemi domestici può chiaramente essere utilizzata unicamente legna allo stato naturale, esente da qualsiasi sostanza estranea e ben asciutta, ossia indicativamente stagionata per un paio di anni in un luogo soleggiato e ventilato, protetto dalle intemperie. L'uso di legna con un tasso di umidità troppo elevato, oltre a ridurre il rendimento e quindi a far aumentare i consumi, provoca maggiori emissioni e formazione di depositi all'interno della camera di combustione e della canna fumaria. Il Ticino è un cantone particolarmente ricco di legna da ardere di ottima qualità: il consiglio è di privilegiare la legna locale. Se la legna è preparata in modo adeguato, la scelta del tipo di essenza legnosa (faggio, mista, ecc.) è meno importante. Anche perché spesso, a conti fatti e considerando l'effettivo contenuto di energia, risulta che può addirittura essere più conveniente acquistare legna cosiddetta "mista" o comunque contenente essenze a prima vista meno "pregiate".

Per il pellet in questo momento non è (ancora) possibile acquistare pellet ticinese. Si raccomanda in ogni caso di scegliere unicamente pellet certificato ENplus A1, dando la preferenza a quello svizzero (che attualmente copre il 77% del fabbisogno nazionale).

L'arte dell'accensione

Per la maggior parte delle stufe e dei caminetti chiusi, che funzionano con legna in pezzi, il metodo di accensione "dall'alto" è quello più efficace per assicurare uno sviluppo della fiamma rapido e a basse emissioni. In pratica si tratta di accatastare i ciocchi mettendo quelli più grandi in basso e proseguire verso l'alto con legna gradualmente più fine. La miccia di accensione (per esempio lana di legno impregnata di cera) verrà posta in cima. L'accensione e lo sviluppo della fiamma avvengono quindi dall'alto verso il basso. Provare per credere!

Esempio di moderna stufa per legna in pezzi: combinazione di design, alta efficienza e basse emissioni. (foto Tiba/Tonwerk)

E per la ricarica della stufa o del caminetto è opportuno lasciare completamente terminare la combustione della carica precedente, piuttosto che aggiungere un pezzo di legna ogni tanto,

Manutenzione di camini e stufe

Come qualsiasi altro impianto, anche stufe e caminetti hanno bisogno di una manutenzione e soprattutto di pulizia adeguata e regolare, sia per assicurarne il funzionamento efficiente e ad alte prestazioni che per evitare il rischio di danni o addirittura di incendi. Una pulizia, di regola una volta all'anno, da parte di uno spazzacamino è quindi assolutamente raccomandata.

Esistono incentivi per sostituire i piccoli impianti obsoleti?

In generale no, ad eccezione di eventuali aiuti comunali. Di principio l'investimento è tuttavia deducibile fiscalmente a livello cantonale. Al di là degli eventuali aiuti diretti o indiretti, sostituire un impianto obsoleto con uno di nuova generazione comporta numerosi vantaggi, sia a livello di resa energetica che di comfort e sicurezza.

Approfondimenti:

Circolare 7/2019 "Deduzioni sui proventi della sostanza immobiliare privata"

Dove smaltire le ceneri

Le ceneri risultanti dalla combustione di legna in camini e stufe si possono smaltire tramite la normale raccolta dei rifiuti solidi urbani, vegliando naturalmente a lasciarle raffreddare a sufficienza prima di versarle nel sacco ufficiale. Va peraltro detto che la combustione ottimale della legna, ossia completa e ad alta temperatura, genera quantitativi di cenere tutto sommato ridotti. Una cenere molto fine e con poca presenza di residui sotto forma di carbone è in genere un sinonimo di ottima combustione.

Per ulteriori informazioni
www.energia-legno.ch
www.aelsi.ch

(Quando) **la pubblicità non è fatta dalle donne**

La pubblicità è ovunque intorno a noi. Non soltanto quella che vediamo in televisione, ma anche sui cartelloni per strada e nelle stazioni, su giornali e riviste. E poi c'è quella che ci martella in modo più subdolo sui social media, negli annunci di facebook, nei contenuti sponsorizzati su Instagram e YouTube. Da un'osservazione anche superficiale possiamo comprendere che molte di queste immagini non sono un riflesso del mondo reale, ma piuttosto di un modello immaginato da un'industria, quella della pubblicità, sostanzialmente gestita da uomini. Secondo un recente studio di SWAN (Swiss Women's Audiovisual Network), nelle aziende elvetiche che realizzano video pubblicitari soltanto l'11% dei registi è donna. Quali pensate possano essere i risultati?

I risultati sono quelli che vediamo quasi ogni giorno attorno a noi. Dallo studio internazionale "Gender Bias in Advertising", che ha analizzato la pubblicità del decennio 2006-2017 nell'ottica dei pregiudizi di genere, emerge che:

- la maggioranza delle donne mostrate nelle pubblicità ha una ventina d'anni, mentre la maggioranza degli uomini sono tra i 20 e i 40
- una donna su 10 viene mostrata in abiti "sessualizzanti", sei volte più degli uomini
- un uomo su 3 (33%) viene mostrato mentre svolge una professione, mentre questo accade solo a una donna su 4 (25%)
- il 48% delle volte la donna viene mostrata in cucina
- gli uomini compaiono 4 volte più delle donne, e parlano 7 volte di più.

Insomma, la donna nelle pubblicità ha molte probabilità di essere mostrata come ventenne, silenziosa, in cucina e in bikini… una rappresentazione lontana dalla realtà e soprattutto poco rispettosa. E tutto questo mentre nel mondo le donne decidono l'80% delle spese del budget familiare.

Quante volte ci capita di vedere strumentalizzato il corpo della donna nella pubblicità, in televisione, su internet e nella cartellonistica stradale?

Per combattere gli stereotipi di genere, sensibilizzare l'industria pubblicitaria e il grande pubblico, ACSI e FAFTPlus (Federazione Associazioni femminili Ticino Plus, faftplus.ch) lanciano il concorso "**(S)Caccia al (il)peggio**".

Concorso **(S)Caccia al (il)peggio**

Come partecipare?
Tutte e tutti possono inviare le segnalazioni delle peggiori pubblicità sessiste (viste in tv, per strada, in rete, in particolare riferite al territorio).

Come?
Inviando foto o link dei filmati per email all'indirizzo **info@faftplus.ch** indicando nell'oggetto "concorso".

Quando?
Potete inviare le segnalazioni fino al 10 aprile 2021. Le pubblicità verranno poi mostrate nel sito faftplus.ch.

Segnalazioni premiate
Le immagini e i filmati inviati saranno valutati e saranno sorteggiati alcuni tra i più significativi. Gli autori della segnalazione riceveranno uno dei premi messi in palio da ACSI e FAFTPlus.

Nelle immagini: due esempi di pubblicità con immagini inappropriate e mortificanti della donna.

È nata **pro-salute.ch**: per dare voce ai cittadini

Il sistema sanitario svizzero è finanziato per due terzi dai premi dell'assicurazione malattia e dalle imposte versate dai cittadini. Un terzo proviene direttamente dalle tasche dei pazienti. Eppure, la voce dei cittadini quasi non si sente. Per dare una svolta a questa situazione, sei associazioni che rappresentano gli assicurati, i pazienti e i consumatori nelle tre regioni linguistiche della Svizzera hanno deciso di unire le forze fondando pro-salute.ch con sede a Berna. Nel comitato è presente Claudia Malaguerra Bernasconi, vice-presidente dell'ACSI.

Lo scopo della neonata pro-salute.ch è di avere un ruolo propositivo e di rappresentanza nel sistema sanitario, nei confronti dei fornitori di cure e degli assicuratori. Oltre lo scambio di idee e informazioni e il coordinamento delle attività comuni, pro-salute.ch porrà al centro delle sue preoccupazioni i pazienti e i consumatori e si impegnerà per una maggiore trasparenza, semplicità e confrontabilità dei dati nel sistema sanitario.

Con il sostegno dell'Accademia Svizzera delle Scienze Mediche, sei associazioni si sono riunite più volte per stabilire i termini della collaborazione e definire gli statuti dell'organizzazione.L'associazione pro-salute.ch è presieduta da Sophie Michaud Gigon, consigliera nazionale e segretaria generale della Federazione romanda dei consumatori (FRC).

Ora che i membri fondatori hanno posto basi concrete per la loro collaborazione e la loro missione, pro-salute.ch è pronta ad accogliere in futuro altre associazioni che intendono dar voce ai cittadini nel sistema sanitario svizzero.

Membri fondatori di pro-salute.ch

Come indicato poco sopra, sono sei le organizzazioni che figurano come membri fondatori di pro-salute.ch: ACSI, FRC (Federazione romanda dei consumatori), FSP (Federazione svizzera dei pazienti), GELIKO (Conferenza nazionale svizzera delle leghe per la salute), SKS (Fondazione per la protezione dei consumatori), OSP (Organizzazione svizzera dei pazienti).

Perché è necessario ascoltare la voce dei pazienti e degli assicurati?

In Svizzera il sistema sanitario è caratterizzato da una crescente complessità e da costi sempre più alti. Sul mercato sono presenti numerosi attori con ruoli variabili.

Anche un singolo individuo può assumere diversi ruoli, uno alla volta o simultaneamente. Ad esempio può essere un cittadino che valuta il funzionamento del sistema e lo finanzia attraverso le sue imposte, un paziente che necessita di cure più o meno lunghe, un assicurato che lo cofinanzia e in cambio chiede di essere preso a carico, o un consumatore al quale vengono decantati i benefici di numerosi prodotti.

Tuttavia le autorità, i fornitori di cure e gli assicuratori decidono in merito all'organizzazione del sistema, mentre gli utenti non vengono quasi mai chiamati a partecipare ai processi decisionali. Sulla base di queste premesse, pro-salute.ch intende rafforzare la posizione dei pazienti, degli assicurati e dei consumatori, riunendoli in un'unica associazione che dia loro voce. Un primo passo è stato fatto in questa direzione.

www.pro-salute.ch

pro-salute.ch

Le sorprese della **valle di Muggio**

GIUSEPPE VALLI
givalli@bluewin.ch

La scelta della meta l'avevo limpida, ma ho avuto un'esitazione una domenica di metà novembre ammirando tra Vogorno e Lavertezzo lo splendore della Verzasca senza ressa e senza rumori, se non il gorgoglio dell'acqua che scorre trasparente e felice. Ma non vi è necessità di scriverne, lo sappiamo tutti. Sono tornato all'obiettivo primario, il fiume di casa, la Breggia, con la sua valle, quella di Muggio. È la più meridionale della Confederazione e ha detenuto nel 2014 il prestigioso titolo di Paesaggio svizzero dell'anno.

Difficile mettere ordine tra tutte le emozioni che evoca in me. Penso spesso alla fortuna di averla da sempre sulla porta di casa, un innamoramento continuo. Per anni l'ho risalita ogni domenica in bicicletta fino a Scudellate. Il tratto dopo **Muggio** e prima della salita finale evoca paesaggi tibetani, come mi aveva raccontato una grande fotografa, Giosanna Crivelli. Una sfida arrivare lassù che meritava un grande premio: gustare la polenta, dieta perfetta del ciclista, all'osteria Manciana. Adesso i titolari hanno lasciato e il ritrovo rinascerà con un nuovo profilo. Pure l'ostello, che ospita da anni in estate uno stage di studenti universitari californiani, sarà rimesso a nuovo e si parla di albergo diffuso che verrà. Nucleo gemello è Erbonne, al di là della frontiera: un nuovo ponte in legno permette di raggiungerlo comodamente su sentiero. Non è sempre stato così. Qui si sono incrociati contrabbandieri, doganieri, guardie di finanza e storie terribili di chi cercava di sfuggire ai nazifascisti.

La via per **Scudellate** è la classica (immagine in basso a sinistra), quella percorsa pure da ciclisti appassionati nella bella stagione. Si può proseguire fino a **Roncapiano**, dove la strada finisce. La vetta del Generoso è proprio sopra. Sono i posti delle nevere, antiche costruzioni cilindriche per conservare i prodotti caseari, antenate dei frigoriferi. Un'agricoltura di sussistenza che si incrocia oggi con il turismo, con la ferrovia del Generoso che corre appena sopra verso il celebrato Fiore di pietra di Mario Botta. Ma la valle è molto altro ancora. Al di là dei formaggini, presidio slowfood nella variante zincarlin, i due negozi della Dispensa, a Muggio e **Caneggio**, sono un ottimo esempio di comunità di valle che fa vivere i propri commerci. Qui è irrinunciabile l'acquisto dei prodotti del panettiere di **Cabbio**: da candidare alla stella Michelin! Per gustare a pieni polmoni il paesaggio occorre prendersi il tempo e uscire dalla strada principale: da **Bruzella**, scendendo si raggiunge il mulino isolato e romantico dove Irene la mugnaia produce la bellezza di 20 tonnellate all'anno di farina; salendo invece si apre una valle ancor più isolata e fascinosa, quella della **Crotta**. Si racconta che fosse perfetta per inoltrarsi verso il confine e scaricare le bricolle.

Scudellate non l'ho mai tradita, quasi mai. Ma adesso mi accorgo che ho preso una sbandata per l'altro versante, quello con **Casima e Monte** (foto sotto: il centro di Casima). È più selvatico, più ripido, più isolato. Per attraversare la valle, da **Cabbio** a Casima, vi è un raccordo da primato: pendenza del 25%! A Casima poche case ben curate e una lapide che merita attenzione: "I casimesi riconoscenti pongono in memoria imperitura al benemerito benefattore sig. ing. Piotti Domenico fu Carlo di questo serbatoio d'acqua a beneficio di questo comune, anno 1894". Da sempre in valle l'acqua può essere un problema e non si può sprecare! (foto sotto: il campanile di Cabbio con vista sul Generoso).

Monte è tagliato dalla strada, per cui vi sono Monte di sopra e di sotto, come Bergamo. In mezzo una bottega imperdibile, con ogni pertugio imbottito di prodotti. Non manca nulla, ha perfino un tavolo lettura e lo spazio postale. Vi è pure l'osteria La Montanara, che appartiene al comune ed è gestita da un cuoco arrivato da fuori: Monte è un paese inclusivo.

Non ci si annoia mai a muoversi in valle. Le mie ultime felici scoperte sono state **Campora e Uggine**. Non aggiungo altre indicazioni. Sono posti segreti che bisogna meritare. Quasi dimenticavo Cabbio con il suo museo etnografico, cui si deve la pubblicazione di un volume ricchissimo di informazioni e splendide foto, "Valle di Muggio allo specchio". Si possono scoprire notizie straordinarie, come del progetto di una linea ferroviaria da Chiasso a Muggio con prolungamento a Scudellate. Visionari d'altri tempi guidati da Emilio Bossi, cui Chiasso ha dedicato una via e sulla cui figura è appena uscita una pubblicazione. Io auspico nuovi visionari che progettino in Ticino strabilianti piste ciclabili! Ho cominciato dalla Verzasca, torniamo alla **Breggia**. Ha un parco! Per un tratto di un chilometro e mezzo si svela una finestra unica sul passato della terra, con un viaggio nel tempo di 200 milioni di anni. Scoprirete l'essenziale, come un antipasto, sul sito **www.parcobreggia.ch**. Stop perché non ho più righe, ma non altre fascinazioni da condividere.

Osservatorio delle proteine

La menzione "ricco" o "arricchito" di proteine è in voga. Si tratta di un argomento legato alla salute o è solo un modo per distinguersi dalla concorrenza e giustificare un prezzo più elevato? In base alle norme giuridiche, una fonte di proteine deve fornire almeno il 12% dell'energia sotto questa forma e un prodotto che è indicato come "ricco di proteine" ne deve fornire almeno il 20%.

Quale farina scegliere?

+ PROTEINE

FARINA DI LENTICCHIE ROSSE

Contenuto di proteine
25g/100g

Origine delle proteine
Lenticchie rosse

Prezzo
fr. 1.96/100g

FARINA INTEGRALE

Contenuto di proteine
13,5g/100g

Origine delle proteine
Frumento (grano)

Prezzo
fr. 0.25/100g

STANDARD

La farina a base di lenticchie rosse è anche fonte di acido folico e ferro oltre che di proteine vegetali (la dose giornaliera raccomandata è di 40 grammi). È adatta a vegani e celiaci. Si adatta bene a varie preparazioni sia dolci che salate. Tutte le farine da leguminose (piselli, lupini) sono ricche di proteine e sono più costose di un prodotto classico. La farina integrale da parte sua ha una buona quantità proteica (supera infatti il 12%). Il pane fatto con farina integrale abbinato a leguminose come lenticchie intere o ceci ha il vantaggio di apportare sufficienti proteine complete e più fibre, oltre a costare molto meno.

... E quale carne secca?

+ PROTEINE

BEEF JERKY WILD WEST

Contenuto di proteine
34,8g/100g

Origine delle proteine
Carne di manzo (origine UE/UK, prodotto in UK)

Prezzo
fr. 6.85/100g

CARNE SECCA SPÉCIALITÉ SUISSE

Contenuto di proteine
39g/100g

Origine delle proteine
Carne di manzo (Svizzera)

Prezzo
fr. 7.35/100g

STANDARD

Il prodotto tradizionale indica in etichetta un valore proteico di 39g su 100g di peso, mentre quello europeo pur avendo lo slogan "high protein" (ricco di proteine) sull'imballaggio ha un valore proteico leggermente inferiore. La carne secca esiste in molte varietà sul mercato, è un prodotto ricco in proteine per natura, quindi non necessita di slogan aggiuntivi. Il prodotto svizzero è un po' più caro ma ha il vantaggio di contenere meno ingredienti aggiunti: in etichetta ne sono elencati 8, mentre per il Beef Jerky Wild West vi sono ben 12 ingredienti. Inoltre la materia prima e la lavorazione sono locali.
Prodotti di questo tipo vanno consumati saltuariamente e in quantità di 50-60g per porzione: il costo un po' più elevato del prodotto svizzero risulta quindi ragionevole.

Luminoterapia: funziona solo con le lampade giuste

I colleghi della FRC hanno messo sotto la lente 8 modelli di lampade vendute dalla grande distribuzione. Nessuna è risultata davvero efficace. Occorre rivolgersi a negozi specializzati.

La cosiddetta depressione stagionale, causata dall'accorciarsi delle giornate e dal diminuire della luce a partire dal mese di ottobre, colpisce circa il 3% degli svizzeri. In Scandinavia, in virtù di una luminosità ancor più ridotta, tocca addirittura il 16% della popolazione.

Fra le conseguenze più comuni, oltre a un certo malessere depressivo (di intensità molto variabile), vi sono anche l'ipersonnia e un'alimentazione eccessiva che genera poi aumenti di peso.

Effettivamente la mancanza di luce influisce in maniera diretta sulla regolazione degli ormoni e sul ciclo del sonno. Per molti anni poco considerata, la luminoterapia (nata negli anni '80), è ormai molto diffusa e prescritta da psicologi e psichiatri. In molti casi rappresenta anche un'alternativa per quei pazienti che non vogliono saperne di prendere medicamenti.

La chiave risiede tuttavia nelle lampade stesse. Funzionano solo se garantiscono 10'000 lux a una distanza di 30 centimetri o più. Il paziente deve esporsi alla luce della lampada per 30 minuti al giorno, preferibilmente il mattino.

In presenza di un certificato medico, la LAMal contribuisce all'acquisto di una lampada con 300 franchi ogni 5 anni. Tuttavia, se la lampada non raggiunge i lux necessari a una giusta distanza, il rimborso non avviene. Nessuna delle 8 lampade esaminate dal laboratorio del METAS per conto della Fédération Romande des Consommaterus raggiunge i requisiti minimi necessari per ricevere questo rimborso.

Siamo dunque di fronte a lampade la cui efficacia non è riconosciuta dalla LAMal. Non è che le lampade mentano sui lux raggiunti (10'000), il problema sta nella distanza: per raggiungerli bisognerebbe praticamente appiccicarsele al volto.

Per trovare una lampada davvero efficace, occorre dunque rivolgersi a negozi specializzati, in caso contrario si rischia di fare un'operazione inutile.

I risultati del test

Soltanto due delle otto lampade sono risultate **a malapena promosse nel test** pubblicato nel numero di novembre-dicembre della rivista Mieux Choisir. Da notare però che malgrado i nostri colleghi della FRC abbiano voluto differenziarle dalle altre, anche queste due lampade non riempiono i requisiti per ricevere il rimborso LAMal. Si tratta della lampada **Astre**, venduta da Nature et Découvertes e della lampada **Lumie - Vitamin L**, venduta da medi-lum.ch.

Tutte le altre lampade sono state bocciate. Ci sono, in ordine decrescente, **tre lampade di poco insufficienti**: **Medisana LT 500**, venduta da melectronics.ch e microspot.ch, **Beurer TL 100** e **Beurer TL 70**, vendute da galaxus.ch, fust.ch e interdiscount.ch. **Nettamente insufficienti** le altre: **Dayvia SlimStyle W021/02**, **Medisana LT 460**, **Taotronics Touch & Shine TT-CL011** vendute da galaxus.ch, mediamarkt.ch e fnac.ch.

Coop.ch vince il confronto linguistico con Migros Online

Per la rubrica dedicata all'ecommerce di questo numero della BdS vi invitiamo innanzitutto a leggere i virgolettati che seguono. E una volta che l'avrete fatto, proseguiremo il nostro discorso.

«Bienvenue! LeShop.ch est désormais Migros Online, votre supermarché en ligne. Sur Migros Online, vous pouvez faire vos courses encore plus simplement et rapidement qu'auparavant. Découvrez une offre diversifiée, entièrement pensée pour vous».

«Tout sous un même toit - Grâce à son offre étendue, Migros Online vous propose non seulement des produits Migros, mais aussi des articles de marque et des produits alcoolisés de nos partenaires».

«Profitez des avantages Cumulus - Avec votre carte Cumulus, vous pouvez collectionner des points Cumulus à chaque achat, utiliser vos bons et coupons tout en profitant de suggestions de produits personnalisées».

«Retrouvez vos produits préférés - Sous l'onglet «Mes Produits», vous accédez à la liste de vos produits préférés. Vous pouvez profiter par la même occasion de suggestions de produits susceptibles de vous intéresser. De quoi inspirer vos prochains achats».

Le stesse, identiche frasi, lasciando il francese per tornare all'italiano, qui avremmo potuto proporvele anche in tedesco o addirittura inglese, se del caso. Nella nostra lingua, però, manco a morire. Già, perché in certi settori per Migros noi consumatori ticinesi e del Grigioni italiano – e non solo, poiché in Svizzera non siamo i soli a esprimerci nella lingua di Dante – non esistiamo proprio. Cosa che vale anche per i romanci, ad onor della precisione.

Il gigante arancione del commercio al dettaglio recentemente ha trasformato il suo negozio online LeShop.ch in Migros Online – i virgolettati di cui sopra contengono le frasi con cui è stata presentata la novità – ma proprio non ce l'ha fatta a finalmente aggiungere anche l'italiano. LeShop.ch contemplava tedesco, francese e inglese e Migros Online idem con patate.

Le lingue nazionali ufficialmente sono quattro nel nostro Paese, ma chi ha lanciato Migros Online ha continuato a pensare che due bastano e avanzano, con in più l'inglese quale jolly. Un modo di fare poco elegante e pure poco rispettoso della nostra realtà nazionale, tanto più che in questi tempi di pandemia da Covid-19, fra un lockdown e l'altro, l'ecommerce in Svizzera ha fruttato fior di guadagni ai proprietari di portali come LeShop.ch – ora appunto Migros Online – oppure coop.ch. E ciò con il tutt'altro che disprezzabile contributo dei clienti di lingua italiana.

Su coop.ch l'italiano è però contemplato alla pari del tedesco e del francese, con l'aggiunta dell'inglese. Quindi, potremmo dire che coop.ch vince con un convincente score di 4-3 il confronto linguistico con Migros Online.

PAOLO ATTIVISSIMO

Come **far durare più a lungo** i dispositivi digitali

Visto che dobbiamo restare di più a casa e in molti casi dobbiamo anche lavorare da casa, i nostri telefonini, tablet, computer, smartwatch e altri dispositivi digitali sono maggiormente sollecitati. Li usiamo più a lungo e più intensamente, e quindi c'è il rischio che si consumino in fretta, specialmente quelli a batteria. In questi tempi incerti, comprarne di nuovi può essere un problema: meglio cercare di farli durare il più possibile. Ecco qualche trucco.

Le **batterie** sono spesso il primo componente a deteriorarsi: durano più a lungo se non vengono esposte a sbalzi di temperatura. Tenere lo smartphone o il tablet sotto il cuscino o in borsetta anche quando si è in casa è quindi sconsigliabile, specialmente durante la carica, per via del calore generato. Per i computer portatili ci sono supporti con ventole di raffreddamento e speciali tappetini pieni di gel che assorbe il calore: si mettono in frigorifero per rigenerarli. Le console di gioco si scaldano moltissimo e vanno quindi appoggiate su superfici rigide e ben ventilate, non su tappeti o moquette che li soffochino (o, peggio ancora, sul letto), senza accatastarvi sopra altri oggetti. La tecnologia teme anche il freddo, per cui non conviene custodirla in soffitte o garage non riscaldati.

Usate l'**alimentatore** al posto della batteria tutte le volte che potete: certo, non essere attaccati alla presa di corrente è comodo, ma l'alimentatore fa riposare la batteria. Attenzione, però, agli alimentatori non originali: a volte possono danneggiare la batteria, caricarla male o surriscaldarsi.

Cercate inoltre di non scaricare mai completamente la batteria: portarla a zero ne accorcia la vita. Se avete un dispositivo che non intendete usare per qualche tempo, caricatelo a metà prima di spegnerlo e riporlo. Già che ci siete, riponetelo dentro un involucro antipolvere, che aiuta anche a tenere fuori gli insetti.

Anche se può sembrare uno spreco, conviene tenere i dispositivi che usate tutti i giorni sempre accesi, eventualmente in pausa o in modalità di risparmio energetico ma senza **mai spegnerli completamente**: le accensioni a freddo causano stress ai componenti elettronici (specialmente ai dischi rigidi) e alla batteria.

Un po' di **protezione fisica** può evitare costose riparazioni: procuratevi una custodia antiurto. Ce ne sono anche per computer portatili, oltre che per smartphone e tablet. Pellicole e vetri protettivi per tablet e telefoni sono un altro investimento prezioso.

Pixabayphoto

La **pulizia** è un altro metodo molto efficace per allungare la vita ai dispositivi. Stando in casa, è più facile che vengano a contatto con salse, marmellate o briciole che possono sporcare i connettori e impedire o limitare la ricarica della batteria. I peli degli animali domestici s'intrufolano ovunque, specialmente nelle tastiere e nelle griglie delle ventole dei computer, dove bloccano la circolazione dell'aria di raffreddamento e causano surriscaldamenti: toglieteli usando un aspiratore, non un getto d'aria, altrimenti rischiate di spingerli ancora più profondamente dentro il dispositivo. La polvere superficiale, invece, si può togliere con un panno apposito; riservate le costose bombole d'aria compressa solo per i punti non raggiungibili dal panno.

Se non usate mai le **prese per le cuffie** o le porte USB, sigillatele con gli appositi tappini oppure con del semplice nastro adesivo non colloso: polvere e liquidi non potranno entrare e danneggiare i contatti. Il fumo, in particolare, fa male anche ai dispositivi digitali, specialmente se usano CD o DVD, perché si deposita sulla lente di lettura dei dischi e la rende opaca.

Anche un po' di **pulizia informatica** può aiutare a prolungare la vita dei dispositivi: rimuovete le app che non utilizzate, perché spesso consumano energia anche quando sono apparentemente inattive. Un buon antivirus, inoltre, può evitarvi di essere infettati da virus o finti giochi che prosciugano la batteria.

Infine, un piccolo trapianto allunga la vita digitale: se possibile, sostituite il **disco rigido** tradizionale con un cosiddetto disco a stato solido (SSD), che non ha parti in movimento. Questo velocizza moltissimo anche un computer vecchiotto e ne riduce drasticamente il consumo di energia.

Consigli ACSI

- Avvolgete il cavo dell'alimentatore lasciando un'ansa all'estremità, senza piegarlo: eviterete che si logori e si rompa. Spesso è il primo componente a rompersi.
- Togliete le batterie da mouse, telecomandi, joystick o controller senza fili se non li userete per qualche tempo.
- Procuratevi subito un cinturino di riserva per il vostro smartwatch. Quello originale si consumerà ben prima della cassa, e il ricambio farà durare più a lungo l'orologio. Acquistatelo ora; fra qualche anno non ne troverete più per quel modello.

Più **trasparenza** per gli animali ma anche per gli umani

È opportuno e giusto, come vuole il Consiglio federale, che ci sia una dichiarazione obbligatoria sui modi di produzione di certi beni (alcuni natalizi) derivati dagli animali, sarebbe però anche giusto indicare accanto al prezzo di un prodotto qual è il suo "costo sociale".

SILVANO TOPPI

Forse regaleremo o ci regaleranno maglioni merinos, dalla lana molto fine e pregiata, ed è probabile che troveremo anche l'indicazione "Mulesing Free" (misteriosa per molti) per avvertirci che non si è scuoiata la pelle e la coda della zona perianale dell'animale, scorticandolo vivo con apposite tenaglie, senza anestetici, per ridurre l'infezione di larve e assicurarsi così un vello pregiato e redditizio.

Forse mangeremo paté di fegato d'oca, prelibatezza francese, avvertiti che è stato prodotto con il "gavage" (ingozzamento forzato), per provocare una patologia assurda (steatosi epatica o ingrossamento del fegato), tanto assurda che la recente attualità ci informa che in California si è deciso di proibirne la vendita.

Forse i più culinariamente estrosi toglieranno dal congelatore le cosce di rana, ciò che resta di grandi stragi di batraci venuti da chi sa dove, per servirle fritte a Natale con salsa agrodolce piccante e mandorle. Forse altri, più ostentati, penseranno a borse o scarpe in pelle di coccodrillo o di serpente, allevati e massacrati nello Zimbawe per far brillare le grandi marche e sorridere mogli o amanti dei paesi ricchi.

Dai merinos, alle cosce di rana al fegato d'oca… ma anche l'uomo

Non è una descrizione leziosa, benché rifletta una tipologia di realtà spesso presente nella festività natalizia. Riflette l'elenco di un rapporto del Consiglio federale risalente al mese di settembre scorso, apparso sotto il titolo "dichiarazione obbligatoria dei modi di produzione". Il quale spiega come si potrebbe migliorare la dichiarazione di alcune derrate o di alcuni prodotti animali (quelli citati, ad esempio) ottenuti secondo metodi di produzione che non rispettano il diritto svizzero, in modo particolare la legge sulla protezione degli animali, e voleva giungere, prima della fine di quest'anno, a rendere obbligatoria una "dichiarazione più trasparente sui metodi di produzione".

Rovesciando anche l'onere della prova: per poter introdurre dei prodotti senza dichiarazione sul mercato spetterà al produttore-venditore dimostrare la veridicità delle informazioni. C'è anche un'aggiunta da rilevare: entro il 30 giugno del 2021 il Dipartimento federale dell'Interno dovrà procedere ad un esame preliminare per rendere pure più trasparente la dichiarazione su alimenti derivanti da maiali castrati senza anestesia o di alimenti prodotti con il ricorso a pesticidi proibiti in Svizzera.

È buona e giusta l'azione che intraprende il Consiglio federale. Diventa ancor più condivisibile quando alle volte ci mostrano le immagini scioccanti degli allevamenti o delle torture inflitte agli animali. Dev'essere quindi non solo necessario ma obbligatorio informare il consumatore su che cosa succede e come avviene la produzione di quel determinato bene, alimentare o d'abbigliamento, che ha come "materia prima" un animale. Del quale si deve tutelare "la dignità e il benessere", come impone la legge federale.

Ci dovrebbe essere trasparenza anche sul costo sociale

Già, ma che ne è degli uomini? Questa è una domanda successiva che ci si può porre. E non solo per una questione di logica e di opportunità umane. C'è, insomma, la necessità di una maggiore trasparenza, anche nei confronti del consumatore, sul trattamento o, brutta parola, sull'"uso" che si fa dell'uomo-produttore. Un noto ricercatore e professore di economia, Brian Bill, ha sollevato recentemente questo tema con una proposta concreta: "sull'etichetta di ogni prodotto, a lato del prezzo di acquisto, deve figurare anche il suo costo sociale".

Il ragionamento che ne sta alla base è semplice, è condivisibile o perlomeno ci interroga. Tutti, in un modo o nell'altro, non possiamo tollerare le ineguaglianze, anche quelle che non ci colpiscono direttamente. Oggi, ormai a tutti i livelli, anche nelle organizzazioni internazionali, si concorda persino nel sostenere che la diseguaglianza, crescente in termini di benessere, disparità di reddito, qualità di vita, è la morte dell'economia, perché la soffoca e la deprime, ed è anche sempre più la rovina della democrazia. C'è però sempre uno scarto tra il livello di ineguaglianze che si alza e le buone intenzioni che non si manifestano. Due punti essenziali vanno quindi rilevati.

Il primo: i prezzi del mercato non tengono conto di queste ineguaglianze. È ciò che gli economisti chiamano "esternalità". Che cos'è un'esternalità? E in pratica un costo che non si paga, che è riversato su altri. Ma come ci sono delle industrie che inquinano senza pagare un centesimo per le conseguenze ambientali

e sanitarie che generano, scaricando i costi all'esterno, su altri, ci sono anche imprese che praticano l'"inquinamento sociale" in tutta libertà e impunità.

Il secondo: l'inquinamento sociale è un costo sociale riversato all'esterno, su altri. Sta ad esempio nello sfruttamento della manodopera e nel mantenimento di salari da fame, nelle condizioni di lavoro impossibili, nella distruzione di famiglie, nella ripartizione dei proventi ottenuti da un prodotto in cui a beneficiarne è una sola parte (produttore, ma anche il consumatore di riflesso per i prezzi insinceri o disumani) e a danno di un'altra parte (lavoratori, coltivatori, intere nazioni).

La domanda che ci si pone o ci si dovrebbe porre è quindi la seguente: se avessimo nell'atto nel nostro acquisto maggiori informazioni su queste ineguaglianze, non consumeremmo forse diversamente?

Un'etichetta utopistica?

Da qui la proposta di Brian Bill, noto economista: bisogna comunicare, accanto al prezzo del prodotto o del servizio, anche il suo "prezzo sociale". Quindi: il costo monetario del mercato per il cliente con accanto il costo sociale per tutta la collettività. In maniera sufficientemente semplice per essere compresa da ogni consumatore. In modo che il costo sociale non sia più una esternalità ignorata, ma un fattore da prendere in considerazione nella decisione dell'acquisto, pronti anche a spendere qualcosa di più pur di ridurre i costi sociali. Meno astratto di un simbolo o di un marchio o di una "garanzia" di sostenibilità divenuti ora abili oggetti di marketing o di pubblicità.

Le imprese che oggi utilizzano e vendono il termine "sostenibilità" sui loro prodotti, che non può essere solo una scappatoia ecologica, sarebbero obbligate a fare sul serio, a esporre dati verificabili, a essere economicamente trasparenti, anche sulla loro dichiarata responsabilità sociale. Quelle che non forniscono informazioni verificabili, hanno qualcosa da nascondere e sarebbero sottoposte a forti pressioni, a inchieste giornalistiche e a danni di mercato. Il consumatore sarebbe maggiormente responsabilizzato, con cognizione di causa.

Come combinare quell'etichetta? Non sa di utopia? Si stanno studiando varie possibilità, ma si risponde subito: come si forniscono tutti i calcoli piuttosto astrusi per un consumatore comune sui contenuti, anche chimici, di un prodotto o sul numero delle calorie oppure si pretende la certificazione dei metodi di allevamento e di produzione per i beni derivati da animali, perché non si potrebbe, ad esempio, utilizzare perlomeno la "ratio" (scarto) tra il salario più basso e il salario più elevato di tutte le persone implicate nello sviluppo, produzione, finanziamento, gestione, trasporto, marketing e vendita del prodotto o del servizio come possibile metodo per misurare il "costo sociale" e agire quindi con responsabilità sociale? Se tale indicazione accompagnasse il prezzo, sarebbe difficile ignorarla, non lasciarsi interrogare, non trarre qualche conclusione come cittadino-consumatore. Utopia o no c'è perlomeno un aspetto positivo rilevato: il prezzo di un prodotto non può mai essere solo quello di mercato e andrebbe analizzato in tutte le sue componenti, anche quelle umane.

Paprika

Come acchiappare clienti senza saldi e senza rinunciare a un soldo

Prendi una pausa, giochi alle carte, accendi un "solitario" e tra una partita e l'altra ecco che ti piomba sullo schermo una cosiddetta piattaforma, californiana, Wish, dal motto "acquistare divertendosi" che sembra vada per la maggiore perché offre l'inverosimile a prezzi dell'altro mondo.

Per un caso altrettanto divertente, capiti però poco dopo su un lungo articolo di un rinomato quotidiano francese in cui si dice peste e corna su quella Wish, per bocca e denuncia della Direzione generale della concorrenza, del consumo e della repressione delle frodi. Che si dice, dunque? Quanto troppo spesso si dice o risulta dalle proposte online o dell'e-commercio. In questo caso, dopo vasta e lunga inchiesta, passando in rassegna più di novemila annunci della piattaforma, si constata "una pratica dei ribassi generalizzata", ma fittizia, "con riduzione fenomenale dei prezzi calcolati però in rapporto a un prezzo di riferimento ingannevole, artificialmente gonfiato". In concreto: più dell'80% dei riferimenti studiati annunciano saldi con minor prezzi varianti tra il 70 e il 90%. Quasi regalati. Il consumatore è preso come una mosca nel barattolo di miele. Dove sta il trucco? Sta appunto nel gonfiare il prezzo di partenza del prodotto, senza rapporto con la realtà di mercato. Se porti l'asticella del costo di un prodotto a 170 invece che al suo giusto 100 (più del 70% del prezzo di mercato) e poi pratichi uno sconto del 70, acchiappi clienti senza un saldo e senza rinunciare a un soldo.

Sentenza: inganno del consumatore, concorrenza sleale.

Ma le anomalie non si fermano qui. Prodotti di marche conosciute e apprezzate, annunciati sulla piattaforma per attirare clienti, in realtà non erano disponibili. I consumatori, ormai entrati nella trappola, si accontentavano di altri prodotti.

Sono inchieste che vanno fatte conoscere perché inducono, perlomeno, a un atteggiamento sempre riflessivo e critico delle tecniche di conquista del commercio online e soprattutto a mai rinunciare a verifiche e a confronti.

Quegli occhiali per la figlia non erano necessari: l'ottico accetta di rimborsarli

A.C., socio ACSI, si è recato da un ottico e ha acquistato per la figlia degli occhiali con lenti di correzione. L'acquisto è stato ovviamente preceduto da un esame della vista eseguito dall'ottico, in base al quale sono state proposte le lenti correttive. A.C. ha quindi accettato di acquistare sia le lenti che la montatura presso lo stesso ottico, per un prezzo complessivo di 828 franchi. Il giorno seguente però il nostro socio scopre che a bambini di 13 anni l'esame della vista non va fatto da un ottico ma da un medico oftalmologo. Il motivo è che in bambini al di sotto dei 14 anni è necessario considerare la "ciclopegia", una situazione di spasmo temporaneo che mima la miopia.
Ma questa procedura deve essere eseguita da un medico specialista.
Il nostro socio, che aveva già pagato l'intero prezzo degli occhiali, ha deciso di far eseguire questa visita medica alla figlia ed è emerso che lo spasmo agli occhi era effettivamente temporaneo e che non necessitava di una correzione.
Ottenuta la prova che l'acquisto non era assolutamente necessario, il padre ha subito avvisato l'ottico e chiesto il rimborso del prezzo pagato, previa deduzione del costo dell'esame alla vista eseguito dall'ottico. Inizialmente l'ottico non voleva saperne, sostenendo che non vi è una legge che impedisce agli ottici di eseguire esami della vista a bambini sotto i 14 anni e che l'esame era stato eseguito correttamente. A,C. si rivolge all'ACSI per sapere come poter far valere i propri diritti.
Su consiglio di Infoconsumi il socio ha insistito presso l'ottico producendo il certificato medico della dottoressa che aveva visitato la figlia e sostenendo che il contratto doveva essere annullato poiché era stato indotto a credere, erroneamente, di dover acquistare degli occhiali per la figlia mentre invece non erano necessari.
Alle ragioni addotte dal padre, l'ottico ha ceduto e ha accettato di rimborsare quanto pagato.

L'agenzia di ricerca di partner fa retromarcia e annulla il contratto della nostra socia

La socia G. D. si è rivolta a Infoconsumi per chiedere un parere su un contratto stipulato con l'agenzia Meeting che lei vuole revocare ma al quale l'agenzia non vuole rinunciare. Dalla documentazione abbiamo appurato che G.D. ha firmato due contratti, uno chiamato "scrittura privata", gratuito, e un secondo chiamato "contratto di iscrizione alla chat" che prevede invece un costo. Il primo contratto prevede l'obbligo per l'agenzia di trovare alla signora almeno un contatto al mese compatibile con i suoi desideri. Il secondo, a pagamento, prevede invece l'obbligo per l'agenzia di fornire l'accesso a una chat. Secondo l'ACSI, i due contratti, benché si chiamino diversamente e prevedano due prestazioni (apparentemente) diverse, costituiscono un tutt'uno. Lo scopo principale è quello di trovare profili compatibili con le richieste della cliente. Visto quanto precede, secondo l'ACSI, i due atti devono essere considerati un contratto di mediazione matrimoniale o di ricerca di partner ai sensi degli artt. 406 a - h CO. Questi articoli di legge sono stati promulgati dal legislatore con l'intento di proteggere la parte più debole del contratto, ossia quella che desidera conoscere qualcuno per avviare una relazione.
La norma che meglio protegge i consumatori è l'art. 406 d cifra 5 CO che prevede un termine di 14 giorni per recedere dal contratto. Ciò significa che per i 14 giorni che seguono la firma del contratto, esso rimane in sospeso perché il consumatore ha diritto di annullare il contratto. Il fatto che le condizioni generali di questi contratti non prevedano questo diritto è irrilevante. Le norme del CO sono di diritto imperativo e si applicano automaticamente, a dispetto di CG (Condizioni generali) che vanno in un senso diverso.
L'ACSI ha consigliato alla socia di scrivere una lettera raccomandata con le indicazioni appena citate. Dapprima l'agenzia ha nuovamente rifiutato l'annullamento del contratto, ma alla fine ha accettato.

L'agenzia non vuole rimborsare il soggiorno linguistico interrotto a causa della pandemia

Una nostra socia, L. H., ha acquistato presso un'agenzia viaggi linguistica un pacchetto comprendente un corso di tedesco con vitto e alloggio al prezzo di fr. 10'727. Il periodo andava dal 3 febbraio al 29 maggio scorso.
Purtroppo il corso é stato interrotto a causa dell'emergenza sanitaria e la nostra socia ha fatto rientro in Svizzera. La scuola aveva chiuso i battenti ma la nostra socia ha comunque potuto seguire da casa i corsi online. Per questa ragione non aveva intenzione di chiedere il rimborso per la parte del costo riferita al corso di lingua, ossia quasi fr. 3'850. Per quanto riguarda tutto il resto, invece, voleva essere rimborsata: per il vitto e l'alloggio aveva infatti pagato la quota parte di fr. 5'215 e per un corso speciale di tedesco volto a ottenere un livello B2 di competenza linguistica, altri fr. 1'451. L.H. si rivolge a Infoconsumi dell'ACSI per avere un parere e un eventuale supporto. Per l'ACSI non vi sono storie: le prestazioni pagate ma non ricevute devono essere rimborsate. Siccome la scuola ha chiuso il 17 marzo, il valore pro rata temporis della parte del prezzo relativa al vitto e all'alloggio non goduto da rimborsare é pari a fr. 3'173 ai quali va aggiunto l'importo totale pagato per il corso B2, per un totale di fr. 4'624,45. Questa è stata la richiesta che Infoconsumi ha inviato a nome della socia all'agenzia linguistica. Quest'ultima, che non ha intenzione di accettare quanto sollecitato, ha girato la richiesta alla sua protezione giuridica che ha preso contatto con il nostro servizio di consulenza. Con l'assicurazione però il risultato raggiunto è solo parziale: l'agenzia ha rimborsato solo una parte di quanto richiesto, vale a dire 2'500 franchi. Per il resto l'agenzia si dice pronta a emettere un buono che la nostra socia potrà utilizzare in futuro o vendere a qualcuno.
È evidente che una soluzione di questo tipo non può essere accettata. Non si capisce perché il rimborso debba limitarsi a fr. 2'500 . Quanto al buono offerto, la socia non ha più la possibilità di poterlo sfruttare, avendo nel frattempo trovato un lavoro a tempo pieno. E la possibilità di rivenderlo è inaccettabile: chi lo acquisterebbe di questi tempi?
Su consiglio di Infoconsumi la signora L. H. ha deciso di sottoporre la questione al Giudice di pace competente. Sarà lui a decidere se, come sostiene l'ACSI, la consumatrice ha diritto ad essere rimborsata appieno. La vicenda quindi non è ancora conclusa.

Il **consenso** informato del paziente

L'informazione e la trasparenza figurano fra i diritti fondamentali dei consumatori che le associazioni consumeriste come l'ACSI rivendicano per tutti i settori del mercato, ma che assumono un ruolo cruciale in un mercato particolare come quello sanitario.

Stockphoto

È un atto formale che il paziente sottoscrive prima di ogni intervento o trattamento sanitario invasivo. Affinché possa essere visionato senza premura e ben compreso, se possibile il paziente lo dovrebbe ricevere e sottoscrivere un po' di tempo prima di sottoporsi ai trattamenti proposti in modo da acconsentirli (o negarli) con la dovuta cognizione.
Per dare il consenso il paziente deve essere informato sui possibili rischi legati alla procedura o alla sua mancata esecuzione. Deve ricevere inoltre un'informazione adeguata sulle alternative esistenti: per questo si parla di "consenso informato". Il consenso può essere ritirato in ogni momento da parte del paziente.

L'informazione è un aspetto fondamentale della relazione fra medico e paziente: la disponibilità di un paziente a sottoporsi a una determinata cura o a un trattamento invasivo dipende dalla qualità delle indicazioni ricevute, in particolare sui benefici che se ne potrebbero avere ma anche sui rischi che tali trattamenti potrebbero comportare. Essa è indispensabile per permettere al paziente di dare o negare il suo consenso a una prestazione sanitaria. Da parte sua il paziente deve assumere un ruolo attivo nell'informare adeguatamente il medico sulla sua malattia e nel formulare tutte le domande che ritiene utili per comprendere e poter partecipare al processo decisionale sulle cure da mettere in atto. In quest'ambito è senz'altro utile la nostra tessera che suggerisce 5 domande da porre al medico prima di ogni intervento o esame (scaricabile dal sito acsi.ch).

In questo senso, prima di ogni intervento o trattamento di una certa importanza, in questi anni si è diffusa la prassi di consegnare al paziente un'informazione scritta e di richiedere la sua firma per attestare che l'informazione data dall'operatore sanitario sia stata capita e siano chiari i termini sui benefici e sugli eventuali rischi in cui il paziente potrebbe incorrere durante il procedimento concordato.

Stiamo parlando del consenso informato, previsto, tra l'altro, dalla Legge cantonale sulla promozione della salute e il coordinamento sanitario: "Ogni operatore sanitario, nell'ambito delle proprie competenze professionali, è tenuto a informare il paziente sulla diagnosi, il piano di cura, i possibili rischi nonché su eventuali trattamenti alternativi scientificamente riconosciuti" e ancora "il consenso informato del paziente capace di discernimento, maggiorenne o minorenne, è necessario per qualsiasi prestazione sanitaria (preventiva, diagnostica, terapeutica, riabilitativa) propostagli". (NB: la capacità di discernimento è presunta nei minorenni che hanno compiuto il sedicesimo anno di età)

Generalmente il consenso informato è un documento cartaceo sul quale sono indicate tutte le informazioni relative al trattamento o all'esame o all'intervento previsto e concordato col paziente, ma può essere "espresso anche in modo tacito per atti concludenti nel caso di prestazioni sanitarie non invasive o che non comportano un rischio rilevante per il paziente o che non sono suscettibili di invadere la sua sfera intima".

Questa prassi concerne naturalmente tutti gli operatori sanitari e le strutture sanitarie che operano sul territorio. Ci è sembrata quindi piuttosto preoccupante la recente segnalazione di un lettore al quale, in un centro specializzato, è stato fatto firmare il consenso informato appena prima di un intervento agli occhi, "tra l'altro – aggiunge – sconsigliandomene la lettura che avrebbe potuto agitarmi inutilmente". Come ACSI e associazione per i diritti dei pazienti riteniamo che la richiesta di consenso debba essere consegnata con anticipo al paziente in modo che abbia il tempo di leggerlo con calma e in caso di dubbi possa porre eventuali domande al medico. Consigliare addirittura di non leggere il documento è completamente fuori luogo e, oltretutto, contrario al diritto del paziente di essere informato.

La firma di un documento di consenso è richiesta in particolare nelle strutture ospedaliere o nei centri specializzati dove si svolgono gli interventi operatori e gli esami approfonditi che possono richiedere interventi invasivi (ad esempio l'infusione di liquidi di contrasto per risonanze magnetiche). Come esempio di buona prassi invitiamo a consultare il sito web dell'EOC (Ente ospedaliero cantonale), non abbiamo trovato nulla di simile nei siti delle cliniche o di altri centri terapeutici. Sotto la rubrica "Coinvolgimento del paziente – Consenso informato" è indicato che si tratta di un "requisito di sicurezza", un atto conclusivo di un processo di informazione e comunicazione tra medico e paziente "volto a illustrare a quest'ultimo, prima di ogni atto chirurgico, anestesiologico o procedura a rischio elevato, la diagnosi, la prestazione prospettata, i rischi a essa collegati e quelli relativi a una eventuale non esecuzione della prestazione, gli eventuali trattamenti alternativi possibili, così come gli eventuali costi a carico del paziente".

Un paziente informato è in grado di valutare meglio la propria situazione, di far valere il proprio punto di vista e partecipare con piena cognizione ai trattamenti che gli vengono proposti.

Per maggiori informazioni

- www.acsi.ch: diritti e doveri dei pazienti
- www.eoc.ch: coinvolgimento del paziente
- Pubblicazione "L'essenziale sui diritti dei pazienti" scaricabile (gratuitamente) dal sito www4.ti.ch/dss/dsp/spvs, Servizio di promozione e valutazione sanitaria

Privacy icons: cosa sono e perché possono aiutarci

Swisscom, FFS, Migros e Crédit Suisse hanno annunciato l'introduzione, nelle loro dichiarazioni generali di protezione dei dati, di "segnali stradali per la protezione dei dati", o pittogrammi per la protezione dei dati. Le cosiddette privacy icons. Potrebbero dare una mano al consumatore a farsi un'idea senza dover leggere lunghissime disposizioni in materia di protezione dei dati.

Il tema della protezione dei dati preoccupa molti consumatori. Eppure pochi di loro sono davvero in chiaro sulle conseguenze dell'utilizzo di una determinata app o dell'accesso a un sito internet o dell'utilizzo di servizi che comportano lo scambio di dati. Anche perché quasi nessuno legge le disposizioni in materia di protezione dei dati, lunghe e complesse.

L'obiettivo delle privacy icons è di permettere al consumatore di capire chi utilizza i suoi dati e a quale scopo senza dover affrontare letture di questo tipo. Al momento sono state sviluppate 19 diverse icone della privacy, che vogliono tentare di stabilire uno standard in Svizzera. L'iniziativa è un unicum a livello mondiale. Queste icone andrebbero integrate alle dichiarazioni di protezione dei dati e non andrebbero a sostituirle. Permetterebbero anche di chiarire formulazioni astratte spesso trovate in queste dichiarazioni.

Un'iniziativa che l'ACSI segue con interesse.

I **panettoni artigianali col marchio** di qualità

Sono 15 i panettieri e pasticcieri artigiani del cantone che potranno fregiarsi, per le Feste 2020, del Marchio garanzia di qualità SMPPC che viene rinnovato ogni anno.

A deciderlo è stata, come sempre, una giuria composta da produttori e consumatori che hanno potuto assaggiare e giudicare i panettoni degli artigiani che si sono annunciati per richiedere l'autorizzazione ad esporre il marchio sul proprio prodotto.

Ecco la lista dei produttori che hanno conseguito il marchio:

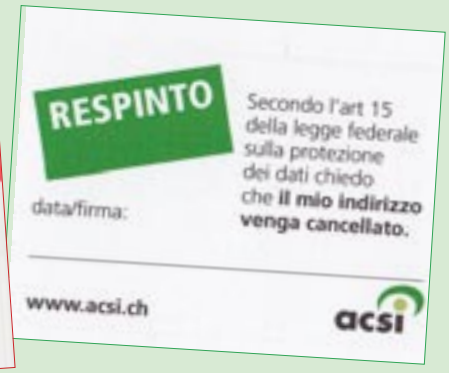
- Poncini Luca e Co. – Maggia
- Artebianca Sagl – Lugano
- Ricigliano SA – Lugano
- La Bottega del fornaio di G. Piffaretti Sagl – Mendrisio
- Panetteria Danesi Fabio – Melano
- Panetteria Ticinese Gorma Food Sagl – Arogno
- Eredi Ernesto Münger SA – Paradiso
- Canonica Tullio – Lamone
- Zocchi Michele – Mezzovico
- Marina SA – Lugano
- Bordoli SA – Viganello
- Otto Fischbach SA – Castel San Pietro
- Laboratorio San Giorgio GmbH – Carona
- De Giovanetti SA – Sementina
- Brumana Sagl – Resega-Canobbio

Meno pubblicità nella bucalettere, **meno carta da smaltire**

Quanta pubblicità indesiderata, indirizzata o non indirizzata, ricevete nella bucalettere? Tanta, troppa. Chili e chili di carta da smaltire, che voi dovete poi trasportare ai centri di raccolta comunali. Come fare?

Per non ricevere la **posta non indirizzata**, applicate sulla vostra bucalettere l'apposito adesivo contro la pubblicità (Niente pubblicità, meno rifiuti) che potete richiedere all'ACSI. Per la **posta indirizzata**, potete respingere al mittente l'invio indesiderato applicando l'adesivo dell'ACSI che chiede pure lo stralcio del proprio nome dall'indirizzario della ditta.

Se, nonostante l'adesivo sulla bucalettere e nonostante il rinvio al mittente, continuate a ricevere posta indesiderata, l'Incaricato federale per la protezione dei dati (IFPD) suggerisce di stampare, scaricandola dal proprio sito, il modello di lettera "Richiesta d'accesso e di cancellazione dei dati ai mittenti di pubblicità", compilarla, firmarla e spedirla per raccomandata. Ma perché pagare più di 6 franchi (il prezzo della raccomandata) se si sta esercitando un diritto conferitoci dalla legge? Serve ad assicurarsi la prova dell'invio, dice l'IFPD. Effettivamente il problema della prova si pone sempre e non solo in questo caso: è quindi buona norma inviare le comunicazioni importanti per raccomandata, in modo da poter sempre avere le prove da esibire in caso di bisogno. Se non si riceve risposta entro 30 giorni, ci si può rivolgere all'IFPD (**www.edoeb.admin.ch**).



Richiedi all'ACSI l'adesivo contro la pubblicità indesiderata nella bucalettere (fr. 1.-/pezzo) e le etichette per respingere gli invii promozionali indirizzati (fr. 2.-/20 pezzi). Come fare: vedi a pagina 31 o scrivi a acsi@acsi.ch

È pelliccia vera o finta? Dichiarazioni lacunose!

Le pellicce e i prodotti di pellicceria venduti in Svizzera devono per legge essere etichettati in modo ben visibile e facilmente leggibile, affinché i consumatori siano sufficientemente informati prima di fare la loro scelta. Purtroppo però ancora troppo sovente le prescrizioni non sono rispettate!

Anche nel periodo 2019/2020, come negli anni precedenti, l'USAV ha svolto i propri controlli non solo presso le piccole imprese e i fornitori online, ma anche presso le grandi catene commerciali. Dei 180 controlli effettuati, 142, ossia il 79%, hanno dato luogo a contestazioni (in totale sono stati esaminati quasi 7 mila capi). Una percentuale molto alta, inaccettabile, paragonabile con quelle riscontrate negli scorsi cinque anni (ossia da quando l'ordinanza è entrata in vigore) che varia dal 62 all'84% dei controlli. Affermare che le conoscenze nel settore delle norme prescritte siano lacunose, è ancora dir poco! Per questa ragione l'USAV (Ufficio federale della sicurezza alimentare e di veterinaria) intende rendere più rigorosa l'applicazione della legge e sensibilizzare maggiormente i negozi interessati.

La contestazione più frequente riguarda i colli delle giacche: rappresentano il 55% di tutti i prodotti con una dichiarazione non in regola. Seguono i pompon di berretti e copricapi (12%) e, poco distante, i gilet/poncho e i cappotti di pelliccia.

I prodotti di pellicceria di gran lunga più contestati sono stati quelli di cane procione, seguiti dalla volpe polare e dai prodotti in visone.

Va ricordato che la responsabilità di una corretta informazione ed etichettatura è del venditore (non del fornitore) e concerne tutti gli articoli in pelliccia o che contengono elementi di pelliccia. Le prescrizioni dell'ordinanza riguardano il commercio in Svizzera, compresi i negozi di seconda mano e gli articoli offerti nei cataloghi per corrispondenza o su internet: in questi ultimi casi, la merce deve essere dichiarata nella descrizione del prodotto.

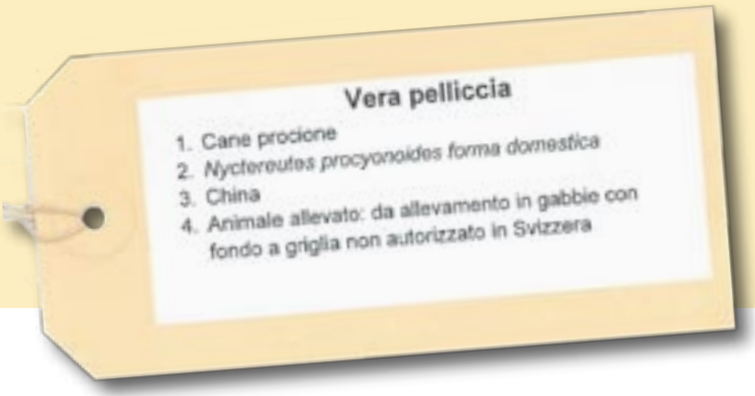
Da ultimo una considerazione ACSI: l'allevamento di animali al solo scopo di ricavarne pelli e pellicce per l'abbigliamento è discutibile e anacronistico, senza contare le sofferenze patite delle bestie. Per avere dei capi caldi non sono necessarie pelli e pellicce autentiche: controllate le etichette anche per evitare di acquistarle.

Per saperne di più

www.blv.admin.ch (Dichiarazione delle pellicce)

Cinque informazioni in etichetta

La versione rivista dell'ordinanza sulla dichiarazione delle pellicce e dei prodotti di pellicceria è in vigore dal 1° aprile 2020. Sono state introdotte nuove disposizioni, come l'obbligo di contrassegnare chiaramente il prodotto come "vera pelliccia" se è derivato da animali. Ciò dovrebbe consentire ai clienti di riconoscere immediatamente se si tratta di una pelliccia vera o sintetica.
L'etichetta deve contenere ora cinque informazioni: la dichiarazione "vera pelliccia", il nome zoologico e scientifico della specie animale, il Paese di origine e il metodo di ottenimento, cioè il metodo di allevamento o di cattura dell'animale da cui proviene la pelliccia. Con queste informazioni i consumatori possono decidere di acquistare il prodotto di pellicceria con piena cognizione di causa.



CONSUMI NEL MONDO

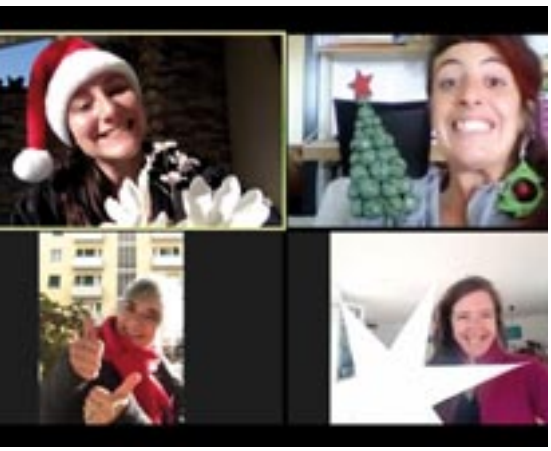
The Climate Store: il supermercato svedese dove l'impatto sul clima decide i prezzi

Attualmente il settore agroalimentare è responsabile di circa un quarto delle emissioni mondiali di gas a effetto serra. Se oggigiorno le etichette alimentari forniscono informazioni su valori nutrizionali, provenienza degli ingredienti e certificazioni di sostenibilità, d'altra parte in qualità di consumatori sappiamo ben poco riguardo all'impronta ecologica di ciò che abbiamo nel nostro carrello della spesa. I processi di coltivazione e allevamento, l'elaborazione industriale, la conservazione, il packaging e il trasporto fino alle nostre tavole possono avere un impatto più o meno aggressivo sul pianeta. Sebbene in molti vorremmo fare i nostri acquisti in modo più etico ed ecologico, talvolta veniamo dirottati verso prodotti apparentemente ecologici o finiamo per fare la scelta più comoda o economica, dimenticandoci che con una piccola rinuncia di tanto in tanto, possiamo fare un'enorme differenza per il pianeta.

Al fine di sensibilizzare i consumatori riguardo all'impatto ambientale della propria dieta, l'azienda svedese Felix ha da poco inaugurato il primo supermercato al mondo dove i prezzi dei prodotti vengono fissati in base alla loro impronta ecologica. Il negozio si chiama Climate Store, e al suo interno non si paga in corone svedesi, bensì esclusivamente in CO2e (equivalenze di CO2). Qui ciascun cliente riceve un budget settimanale di 18,9 chilogrammi di CO2e, venendo così incoraggiato ad acquistare alimenti a basso impatto ambientale (legumi, ortaggi e frutta piuttosto che carne e latticini) e a minimizzare gli sprechi alimentari. Ciò significa che i clienti devono fare i propri acquisti con una buona dose di pianificazione e attenzione, cosa che oggigiorno viene talvolta a mancare. A breve Felix assegnerà delle nuove etichette a tutti i suoi prodotti, classificando la loro impronta ecologica da minore a maggiore al fine di semplificare ulteriormente gli acquisti. La speranza di Felix è che i consumatori avranno così gli strumenti necessari per fare delle scelte informate, basate sul rispetto per la natura e la valorizzazione delle risorse che ci offre.

NICOLETTA MAESTRINI

L'**Oggettoteca** chiede un sostegno natalizio



Aperta da meno di due mesi, la prima biblioteca degli oggetti del Ticino ha già raggiunto i primi traguardi: oltre 100 oggetti in catalogo, 25 tessere, 20 volontari e 3 classi di scuola speciale coinvolte.
I promotori hanno però spiegato che mancano ancora 12'750 franchi per poter raggiungere i loro obiettivi attuali.
Per sostenere l'Oggettoteca o informarti su questo progetto, visita la pagina facebook dell'Oggettoteca o il suo spazio sul sito progettiamo.ch.

Inizia il 2021 con un'alimentazione equilibrata: richiedi il ricettario

Vuoi seguire un'alimentazione equilibrata ma non sai come fare? Il 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:
- Segretariato ACSI
  Per invii postali bisogna calcolare anche fr. 7.– per spese di spedizione
- Sportello FTIA (stazione FFS Giubiasco)
- Si può anche ordinare tramite il sito: www.ti.ch/promozionesalute

Seguici su LinkedIn!

L'ACSI è sbarcata su LinkedIn.
Hai un account LinkedIn? Inizia a seguire la pagina!
La trovi utilizzando la funzione cerca del sito oppure seguendo questo link: linkedin.com/company/acsi-svizzera-italiana.

Dillo ai tuoi amici e colleghi!

TEST

Questi test sono a disposizione presso il segretariato ACSI

La borsa della spesa

Schiume da barba	Nov. 20
Noci assortite	Ott. 20
Steak di carne macinata	Ago. 20
Gomme da masticare	Ago. 20
Detersivi ecologici	Lug. 20
App per fitness	Mag. 20
Macchine caffè espresso	Mar. 20
Smartphone	Gen. 20
Spirulina	Dic. 19
Biancheria intima	Dic. 19
Passeggini	Nov. 19
Tablet PC	Set. 19
Aspirapolvere a scopa	Ago. 19
Shampo riparatori	Lug. 19
Aceto per pulire	Lug. 19
Bevande vegetali	Mag. 19
Televisori	Mar. 19
Radio DAB+	Gen. 19
Tinture per capelli	Dic. 18
Macchine per il pane	Dic. 18
Croccantini per gatti	Nov. 18
Steak vegetariane	Set. 18
Fotocamere	Ago. 18
Software gestori di password	Ago. 18

FRC-Mieux choisir, Losanna

Album foto digitali	Nov. 20
Zaini da escursione	Ago. 20
Climatizzatori	Ago. 20
Sapone di Marsiglia	Giu. 20
Pesto	Apr. 20
Cosmetici per bambini	Giu. 19
Spray impermeabilizzanti	Mar. 19
Olio di noci	Feb. 19
Cioccolato amaro	Dic. 18
Pannolini per bambini	Ott. 18
Igrometro	Set. 18

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.

PUBBLICAZIONI

desidero ricevere:

❑ Negozio a misura di tutti*	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.–
❑ 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
❑ Tessera "5 domande da rivolgere al tuo medico"	gratis
❑ Tessera "Semaforo degli alimenti"	gratis
❑ Storie di Internet che nessuno vorrebbe vivere	gratis
❑ Guida alla luce (formato tessera)	gratis
❑ Guida ai marchi alimentari (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
Associazione consumatrici e consumatori della Svizzera italiana

ACSI
Strada di Pregassona 33
6963 Lugano-Pregassona

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

Consulenze gratuite per i soci
Telefoniche: lunedì – venerdì 8.30-11.30
tel. 091 922 97 55 (tasto 1)
In sede solo su appuntamento.
infoconsumi@acsi.ch

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

Redazione
da lunedì a venerdì bds@acsi.ch
- La Borsa della Spesa
- www.acsi.ch

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

diventa socio/a

data _____

cognome _____ nome _____

via e numero _____

nap _____ località _____

email _____

❑ **Desidero aderire all'ACSI per il 2021 incluso abbonamento al periodico La borsa della spesa (cartacea e online).**
- **Quota sociale: fr. 50.– (estero fr. 60.–).**
- **Sostenitore: da fr. 60.–**
- **Sostenitore Plus: da fr. 100.–**

❑ **Quota sociale giovani 18-30 anni: fr. 25.– (BdS solo online). Allegare fotocopia di un documento d'identità**

❑ **Desidero regalare un'adesione all'ACSI per il 2021 incluso abbonamento a La borsa della spesa (cartacea e online) al prezzo speciale di fr. 20.– (anziché 50.–)* per l'estero fr. 30.– a:**
***(l'offerta è valida fino al 6.1.2021 ed è destinata a soci/e ACSI; i beneficiari del dono non possono essere già soci)**

cognome _____ nome _____

via e numero _____

nap _____ località _____

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

GAB
6963 Pregassona

Vuoi fare un dono che rafforza il movimento dei consumatori?

Regala l'adesione all'ACSI

Un dono che dura un anno

Tanti **buoni motivi** per **aderire all'ACSI**

- informazione
- test e inchieste
- consulenze
- difesa dei consumatori
- protezione dei pazienti
- valorizzazione dell'usato

acsi

Associazione consumatrici
e consumatori della Svizzera italiana

Diventa amico dell'ACSI su Facebook

Mi piace

fb.me/acsiconsumi