

La borsa *della* spesa

bs

Periodico
dell'Associazione
Consumatrici
della Svizzera italiana

Anno XXXIII
N. 3
Maggio 2007
Fr. 5.-



**TEST: PER TROVARE LA STRADA
QUALE GPS SCEGLIERE?**

**GUIDA AGLI ADDITIVI
ALIMENTARI**

**PRODOTTI PRIMO PREZZO
VANTAGGIO PER I CONSUMATORI?**



La borsa della spesa

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

I test comparativi

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

L'ACSI

è un'associazione senza scopo di lucro fondata nel 1974. L'associazione, 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.

I servizi dell'ACSI sono:

- l'Infoconsumi
- la Consulenza alimentare
- la Consulenza casse malati
- la Consulenza contabilità domestica
- i Mercatini dell'usato
- lo Scambio dell'usato.



Associazione consumatrici della Svizzera italiana

La borsa della spesa

Organo di informazione dell'Associazione Consumatrici della Svizzera Italiana

Esce 8 volte all'anno

E-MAIL: bds@acsi.ch

EDITORE: ACSI

REDATTRICE RESPONSABILE:
Laura Bottani-Villa

IN REDAZIONE:
Ivana Caldelari Magaton

CONCETTO GRAFICO:
Marcello Coray

HANNO COLLABORATO
A QUESTO NUMERO:
Mario Jäggi
Tatiana Ferrari
Silvano Toppi
Giuseppe Valli
Meret Bissegger
Katya Schober Foletti

STAMPA:
TBS, La Buona Stampa sa
6963 Pregassona

TIRATURA: 9'500 copie

CARTA:
Cyclus Print, riciclata
bianca 80gm²

FOTO DI COPERTINA:
GPS (FRC)

PRESIDENTE:
Mario Jäggi

SEGRETARIA GENERALE:
Laura Regazzoni Meli

SEGRETARIA
AMMINISTRATIVA:
Fabrizia Sormani

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

Editoriale	Sosteniamo l'iniziativa "anti SUV"!	3
La Posta	Quello strano modo di calcolare gli interessi delle ipoteche fisse	4
Test	Navigatori GPS	6
Test flash	Seggiolini da bici per bambini	10
	Stampi in silicone	10
Vacanze	Lidi e piscine di casa nostra	11
	I label per alberghi e pensioni	20
Società	Tra lusso e low cost, come cambia il consumatore	12
	La mediazione, ovvero come risolvere i conflitti insieme	29
Acsi	No di Gastrosuisse alla dichiarazione dei "convenience foods"	13
	Resoconto dell'assemblea	22
Consumatori attenti	Dimagrire senza fatica: diffidate!	14
	Cambiamenti di operatore telefonico: consumatori più protetti	14
	Chi rifiuta una rendita mensile a vita?	14
	Quali documenti per il piccolo credito?	25
	Sono di carta ma non sono riciclabili	28
	Perché le casse malati ci danno fr. 19,20?	28
Alimentazione	Additivi alimentari	15
	La farina bõna dell'Onsernone	21
	La ricetta di Meret Bissegger	21
Salute	Un vaccino contro il tumore al collo dell'utero	19
Pubblicità	Preghiamo per piste non solo per caschi	25
Sotto la lente	M-Budget e Prix Garantie vantaggiosi per i consumatori?	26

Potete leggere la Borsa della Spesa online sul sito www.acsi.ch inserendo il codice di maggio 2007: T95NM



Mario Jäggi
presidente ACSI
acsi@acsi.ch

Sosteniamo l'iniziativa "anti SUV"!

Mi rivolgo a quegli scettici che, non a torto, sostengono che i cambiamenti climatici ci sono sempre stati e che fanno parte delle dinamiche del pianeta. Dodici-quattordicimila anni fa Lugano era sepolta sotto 1000 metri di ghiaccio mentre nell'alto Medioevo (optimum climatico medioevale) in estate da Zermatt si raggiungeva la Valle d'Aosta attraverso la mulattiera del passo del Théodule (3317 m), ora coperta dall'omonimo ghiacciaio. Cicli che, a differenza di quando sta succedendo oggi, erano comunque assai lenti e gradualmente. In questi anni invece i segnali si fanno preoccupanti: tutto sta succedendo troppo rapidamente. Rapidamente sale la concentrazione dei gas a effetto serra nell'atmosfera e altrettanto rapidamente le temperature crescono ben oltre i consueti limiti di variazione, provocando fenomeni meteorologici di rara intensità ed effetti climatici che già diventano percettibili (scioglimento dei ghiacciai, ritiro delle calotte polari, ecc.). Aspettare ulteriori e più probanti evidenze scientifiche potrebbe essere pericoloso. Siamo già troppo in là. Ora si tratta di agire al più presto per contenere il danno. Per convincere gli scettici propongo loro un esercizio: provate a calcolare lo spessore che avrebbe la troposfera (quella parte di atmosfera che sta più vicina alla superficie terrestre e che contiene i 3/4 dell'aria che respiriamo) rispetto a un mappamondo del diametro di un metro, sapendo che la terra ha un diametro di circa 12'700 km e che lo spessore della troposfera è di circa 12 km: vi renderete conto di quanto sia esiguo lo strato "respirabile" che ci circonda*). Ebbene in questo sottilissimo strato va a finire, oltre alle emissioni di origine naturale (vulcanesimo, decomposizione della materia organica, fenomeni geologici, ecc.), tutto quanto di gassoso la società umana produce come i 25 miliardi di tonnellate annue di anidride carbonica (CO₂) emesse da ciminiere, camini e scappamenti di tutto il mondo e che rappresentano l'80% dei gas a effetto serra. È quindi evidente che da qualche parte si debba iniziare. L'iniziativa "Per veicoli a misura d'uomo" lanciata dai Giovani Verdi rappresenta un timido e prudente passo nella buona direzione e ha il merito, malgrado un suo probabile modesto effetto sulle emissioni, di mettere in discussione quel tabù di "insostenibilità" che è attualmente l'automobile. L'iniziativa non vuole penalizzare le vetture "normali", ma solo quelle più avidi di carburante. E lo farebbe vietando semplicemente la messa in circolazione di nuovi veicoli "voraci" e ingombranti (pericolosi per chi non li ha) e fissando un ragionevole limite di velocità per chi ancora li possiede. Sebbene sia molto sensibile e attento verso ogni misura tendente a ledere anche le più piccole libertà individuali ritengo che in questo ambito l'interesse generale – minor impatto in caso di incidenti, aria meno inquinata (polveri sottili, ozono), meno CO₂ nell'atmosfera, minor consumo delle riserve mondiali di petrolio – sia di gran lunga prioritario rispetto al fatto di poter acquistare un'automobile solo perché ci piace averla enorme, potente, grintosa o prestigiosa.

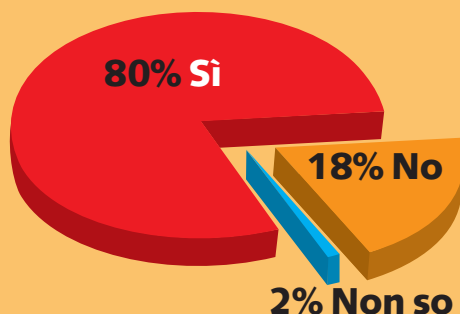
*) Soluzione per i pigri: 0.945 mm (poco meno di 1 mm)

**Vuoi dire la tua?
Sul nostro sito
www.acsi.ch
puoi farlo
Nuovo sondaggio:
la lavanderia
ti ha rovinato
un capo
d'abbigliamento?**

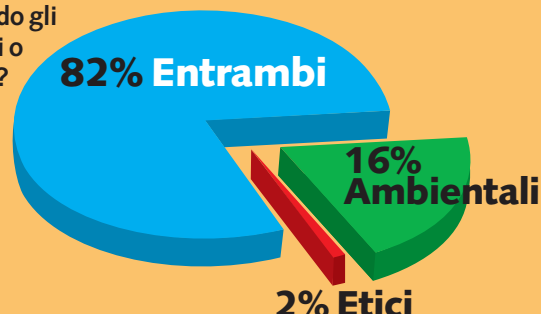
Il vostro parere

Nel primo numero del 2007, la BdS ha proposto un ampio dossier sull'agricoltura ticinese e svizzera. È stata l'occasione per inaugurare sul nostro sito uno spazio test e dare a tutti voi la possibilità di far sentire direttamente la vostra voce. I risultati di entrambi i test dicono che i consumatori ticinesi privilegiano i prodotti locali e sono sensibili agli aspetti etici e ambientali del consumo. Complimenti!

A parità di qualità sei disposta/o a spendere di più per acquistare un prodotto locale? Hanno risposto 130 persone



Fai acquisti privilegiando gli aspetti etici o ambientali? Hanno risposto 54 persone



Se vado in **casa per anziani** i miei figli devono contribuire alla retta?

Se dopo un soggiorno in una casa per anziani i miei risparmi si esauriscono i miei figli devono provvedere al mio sostentamento? È vero che fr. 30'000 non possono essere toccati? Quando interviene la Prestazione complementare?

V.C. email

Per rispondere a questa domanda ci siamo rivolti all'Ufficio anziani del cantone Ticino. Risponde il capoufficio Giorgio Borradori. "In generale occorre dire che se a seguito di un collocamento in casa per anziani la quota di sostanza tenuta in considerazione per il calcolo della retta viene man mano diminuita, diminuisce di conseguenza anche la relativa retta. Quindi, di regola, per il pagamento della stessa non sono necessari sostegni di persone esterne o parenti. Se la persona è al beneficio della Prestazione complementare (PC) la retta è interamente coperta. Per adempiere ai requisiti della PC in caso di collocamento in casa per anziani,

occorre avere una situazione di reddito e di sostanza che determina un importo inferiore a fr. 75 al giorno. Per questo calcolo si consiglia di rivolgersi direttamente all'Ufficio Prestazioni complementari.

Nei casi non coperti da PC occorre per contro precisare che se un anziano effettua una donazione anticipata ai propri figli e in seguito viene collocato in una casa per anziani sussidiata dal cantone, il calcolo della retta tiene conto del decimo della sostanza, compresa quella donata, e questo può, in alcuni casi, causare un'insufficiente liquidità all'anziano per pagare la sua permanenza. In questo caso i beneficiari della sostanza donata (in genere i figli) hanno un "obbligo morale" nel sostenere gli impegni del proprio familiare che, avendoli beneficiati in anticipo, si è privato totalmente o in parte dei mezzi per far fronte ai nuovi impegni finanziari.

Queste situazioni devono tuttavia essere valutate individualmente perchè possono

variare molto in base al livello e al tipo di sostanza. Situazioni di questo tipo si presentano abbastanza di frequente.

Per quanto riguarda la quota di sostanza che "non può essere toccata" presumo si riferisca alla quota di sostanza esente nel calcolo delle rette che è di fr. 25'000 per persona singola e fr. 40'000 per coniugi. Ciò non significa però che questi importi non possano essere consumati per pagare la retta: se è necessario devono essere usati per far fronte agli impegni finanziari richiesti per il soggiorno in casa anziani. In questo caso, ossia quando l'anziano ha esaurito le proprie risorse, interviene la PC, in base al principio di sussidiarietà su cui è fondato questo sistema di finanziamento solidale".

Per altre informazioni, ricordiamo che la Borsa della Spesa ha trattato l'argomento delle rette in casa per anziani nell'edizione 1.06. Richiedetela al segretariato ACSI.

Quello strano modo di calcolare gli **interessi** delle ipoteche fisse

Ho stipulato alla BancaStato un'ipoteca a tasso fisso. A seguito di una comunicazione inviata dalla banca mi sono reso conto di una prassi che reputo scorretta. Ossia: nel calcolo degli interessi semestrali, la Banca applica al capitale il tasso di interesse pattuito, lo divide per 180 e lo moltiplica per il numero effettivo dei giorni dell'intero semestre (181, rispettivamente 182 negli anni bisestili, per il 1° semestre; 184 per il 2° semestre). Per l'intero anno, ciò equivale a dividere il totale degli interessi per 360 e a moltiplicarlo per 365 (rispettivamente 366). In tal modo la banca ne ottiene un profitto a scapito del cliente. Poiché i debiti possono anche essere assai elevati, la differenza può ovviamente non essere proprio irrilevante. Mi dicono che si tratta di "un'usanza internazionale", ma ciò non toglie che non la si possa considerare scorretta. Inoltre, due anni fa, in seguito alle mie lamentele, mi è stata restituita la differenza e nel 2005 il conteggio del tasso ipotecario mi è stato calcolato senza applicare "l'usanza internazionale", ma nel 2006 lo stesso conteggio è sta-

to fatto sempre in base a questa prassi. Credo che anche le stesse banche non sapiano bene cosa fare...

Quello che è certo è che è il cliente a rimettersi. Cosa ne pensate?

D.L.-Locarno

Abbiamo sottoposto la questione all'Ombudsman della banche svizzere, Hanspeter Häni, che ci scrive: "Di regola spetta alla banca la decisione su quale prassi vuole applicare per il calcolo degli interessi. Può trattarsi senz'altro anche della cosiddetta prassi internazionale. Quest'ultima è applicata per ipoteche a tasso fisso in pratica da tutte le banche svizzere. Il motivo è da ricercare nel fatto che gli istituti svizzeri, per esempio nel mercato con ipoteche fisse, si rifinanziano spesso all'Euromercato. Tali finanziamenti sottostanno pure alla prassi internazionale. Ciò significa che il relativo Istituto applica per i suoi clienti unicamente lo stesso sistema alla quale loro stessi sottostanno. Nella valutazione se l'applicazione di una determinata prassi sia giustificata oppure no, è per me soprattutto importante sapere se al cliente l'applicazione

di un determinato modo di calcolo fosse chiaramente visibile prima della conclusione del contratto. In altre parole: decisivo è se la base contrattuale era data sin dall'inizio".

Se questo non dovesse essere il caso, il cliente può sottoporre formalmente la questione all'ombudsman poiché la prassi non sarebbe corretta. Per prima cosa, dunque, bisogna stabilire se il cliente era informato di questa prassi. Al di là della questione formale, resta comunque il fatto che la prassi sembra non aderire a criteri di massima trasparenza e correttezza (la matematica non è un'opinione...) e che se tutte le banche applicano questi criteri, internazionalmente riconosciuti, per le ipoteche a tasso fisso, al cliente non resta molta scelta.

Consiglio ACSI

Chiedete alla vostra banca quale sistema utilizza per calcolare i vostri interessi debitori. Se il sistema non vi sembra corretto, reclamate e fate sentire le vostre ragioni. Informatevi presso altri istituti di credito su tassi e sistemi di calcolo degli stessi, e, se del caso, cambiate istituto.

Il Tetra Pak si brucia nell'inceneritore non nel caminetto

Compero sempre alla Coop il latte nei contenitori Tetra Pak. Sull'imballaggio è scritto che il cartone utilizzato deriva da una fonte rinnovabile e che gli stessi imballaggi usati vengono inceneriti nelle centrali termiche per produrre energia. Mi interessa sapere se posso bruciarli nel caminetto ma senza inquinare.

E.R.-Biasca

Il fatto che il cartone usato per produrre il Tetra Pak provenga da fonti rinnovabili non significa ancora che il prodotto finito sia ecologico o biodegradabile o che si possa bruciarlo nel caminetto di casa. Infatti, accanto al cartone, di cui è composto il 75% dell'imballaggio, vi è anche polietilene (20%) e alluminio (5%).

Per questo motivo i contenitori del latte in Tetra Pak devono essere smaltiti nel normale sacco della spazzatura, come ci conferma anche Veronica Hilti, portavoce della Tetra Pak Svizzera.

Ma quando la Posta deve consegnare l'AVS?

È il 10 del mese e la posta non ha ancora consegnato la rendita Avs a mia madre. La stessa mi conferma che ritardi di questo genere sono piuttosto frequenti nell'arco dell'anno. Sapete cosa credo? Credo che la Posta così facendo può disporre di una grande liquidità di denaro per qualche giorno in più traendone ovviamente un beneficio finanziario...

D.M. email

Non possiamo ritenere che la Posta agisca in questo modo volutamente, ma comprendiamo il disappunto di chi ci scrive.

Quello che possiamo dire è che, per quel che riguarda le rendite della cassa cantonale di compensazione AVS, esse sono versate ai beneficiari direttamente sul conto corrente postale o sul conto bancario il terzo giorno lavorativo del mese e lo stesso giorno dovrebbero essere presso i vari uffici postali anche i mandati di pagamento. In questo senso vi sono accordi con la direzione

delle Poste. L'amministrazione postale ha comunque tempo, al massimo, fino al 20esimo giorno di ogni mese per consegnare l'ammontare della rendita al beneficiario. Questo è quanto ci viene confermato dall'Ufficio prestazioni del cantone. Bisogna tuttavia considerare che vi sono diverse casse di compensazione che versano rendite agli anziani in Ticino e bisognerebbe sapere, per ciascuna di queste, quali sono i giorni concordati con la direzione delle Poste per la consegna delle rendite ai loro beneficiari.

Noi non siamo a conoscenza di questi dettagli, per cui consigliamo a tutti coloro che hanno reclami di questa natura di rivolgersi direttamente a:

La Posta Svizzera
PostFinance, Gestione reclami
Engenhaldenstrasse 37
3030 Berna

Dove butto il mio tosaerba a benzina?

Vi scrivo per informarvi di quanto mi è successo al centro Do it a Biasca. Volevo depositare un vecchio tosaerba (per mancanza posto) e in primavera ne avrei comperato un altro. Mi reco al servizio informazioni e chiedo dove posso lasciare il vecchio tosaerba. Mi rispondono che loro non fanno ripresa. Ribadisco che mi sembra che adesso sono obbligati a riprendere i vecchi tosaerba e loro mi dicono non sono un vero e proprio centro di ripresa. Ho lasciato perdere perché ero di fretta. Mi sono poi recato al Centro Coop dove ho lasciato la mia vecchia tosaerba senza alcun problema. Mi domando: ero nel giusto? Se fossi stato un anziano senza mezzi, cosa avrei fatto? Avrei depositato il tosaerba in un centro rifiuti e pagato il supplemento? O l'avrei scaricato in discarica abusiva?

F. F.e-mail

L'obbligo di ripresa degli apparecchi presso i punti di vendita riguarda gli apparecchi elettrici ed elettronici (Ordinanza concernente la restituzione, la ripresa e lo smaltimento degli apparecchi elettrici ed elettro-

nici). Il tosaerba in questione non era un apparecchio elettrico ma funzionava a benzina, per cui non valgono i termini della citata ordinanza federale. In questo caso si tratta di un oggetto di metallo (ferro) e come tale deve essere smaltito se non vi è un punto vendita che lo ritira (come è stato il caso, lodevole, di Coop).

Cosa fare in questi casi? Dapprima verificare presso i negozi se qualcuno si può incaricare di ritirare l'apparecchio (soprattutto se ne comperate uno nuovo). Eventualmente chiedete al vostro comune se potete consegnarlo durante il giro di raccolta degli ingombranti.

Un altro consiglio è di verificare se l'apparecchio non può essere riparato o, se funzionante, venduto come merce di seconda mano (vi consigliamo di dare un'occhiata anche alla bacheca nel sito dell'ACSI). Qualora ciò non fosse possibile o non conveniente, svuotate l'apparecchio dei liquidi (benzina e/o olio che vanno riutilizzati o smaltiti nel rispetto delle leggi) e consegnatelo ad un commerciante di rottami autorizzato.

Disservizio alla Migros di Locarno sul riciclaggio delle bottiglie del latte

Compro sempre alla Migros di Locarno le bottiglie di latte bio UP. Tuttavia, da tempo, non esistono più i contenitori per riciclare le bottiglie vuote. In un primo momento mi hanno detto di metterle nei contenitori del PET! E su mia insistenza, presso il gerente, mi è stato consigliato di sollevare il coperchio del contenitore (ce ne sono 4 all'entrata del negozio) per verificare quale era quello per le bottiglie del latte. Ma... in nessuno dei contenitori c'erano solo bottiglie del latte! Non sarebbe più semplice segnalare il contenitore con un cartello? Risposta del gerente: "quelli del latte non ce li mandano"! Inutile aggiungere che la mia perplessità è grande!

M.P.- Minusio

In molti negozi Migros del cantone i raccoglitori indicano chiaramente qual è il contenitore per le bottiglie del latte che assolutamente non vanno mischiate con il PET (sono due plastiche diverse). Non si capisce per quale motivo a Locarno non lo si possa o non lo si voglia fare.





TEST ICRT

Navigazione satellitare: la voce che indica la giusta via

È di sicuro uno stress in meno per trovare una strada sconosciuta, ma rappresenta una distrazione supplementare mentre siete alla guida!

Vi piace viaggiare in macchina ma detestate perdervi in una città sconosciuta nell'ora di punta? Non c'è problema: con un sistema di navigazione GPS, potete dimenticare le vecchie carte stradali. Niente più discussioni con il vostro copilota, questo nuovo compagno di strada vi guiderà a destinazione con la sua voce soave, senza innervosirsi, e ricalcolando il vostro itinerario nel caso in cui aveste sbagliato la faticosa svolta.

Un sogno? Sì, ma bisogna porsi le domande giuste. Insieme all'ICRT, abbiamo messo alla prova una trentina di navigatori GPS monoblocco. Seguiteci e vi indicheremo la strada!

Come funziona?

Il GPS (Global Positioning System) si basa su una rete di 24 satelliti che orbitano attorno alla Terra. Per determinare la posizione esatta, l'antenna integrata nel navigatore monoblocco deve ricevere segnali da almeno tre satelliti e dunque essere in grado di localizzarli. Da notare che questi segnali non vengono captati all'interno degli edifici oppure se ci si trova in un bosco frondoso. Inoltre, se il GPS è rimasto spento per diversi giorni e dunque "parte a freddo", ci vorranno diversi minuti, prima che riesca a sintonizzarsi, anche se è possibile inserire le coordinate dei satelliti per accorciare i tempi.

Una volta trovati i satelliti, un programma calcola la strada dal punto di partenza a quello di arrivo in funzione delle preferenze di chi guida (per esempio la strada più diretta, o magari senza autostrada). Le mappe dei navigatori GPS sono tutte prodotte da due grandi società, Navteq e Teleatlas: di conseguenza, la qualità del navigatore dipende soprattutto dall'efficacia del programma e dalla facilità d'impiego.

Quale mappa per quale tragitto?

Prima di acquistare un GPS, è bene chiarire a cosa servirà. Se non passate mai la frontiera, un sistema munito di mappe regionali - meno caro - sarà più che sufficien-



Quale GPS scegliere?

Basta con la bussola, mai più con le mappe! Lasciate a casa il vostro senso dell'orientamento e scoprite la tabella alla pagina successiva che vi darà tutti i dettagli per sapere quale GPS sostituirà le vostre carte stradali.

te. Se invece, ogni tanto, fate una gita all'estero, è possibile comprare dei modelli che leggono le mappe su CD acquistabili a parte e le "importano" nel sistema a seconda delle necessità (per queste due categorie di navigatori GPS, scoprite in esclusiva i risultati completi delle prove su www.frc.ch). Per contro, se i soggiorni all'estero sono frequenti è meglio optare per i modelli che integrano le mappe stradali europee, dei quali presentiamo i risultati nella tabella.

Attenzione alle marche che offrono proposte del tipo "Le grandi strade europee" poiché contengono solo istruzioni generali e non permettono di trovare un indirizzo preciso.

Altro punto importante: l'aggiornamento delle mappe. Ogni anno, in Europa, si costruiscono circa 300 nuove rotonde,

questo significa che l'aggiornamento delle mappe diventa indispensabile per le aree a forte sviluppo.

Garmin e Michelin offrono la possibilità di aggiornare le mappe via Internet al momento dell'acquisto, senza costi supplementari. Un buon inizio, ma poi nessun produttore propone degli aggiornamenti regolari e al contempo gratuiti! Peccato, perché questi strumenti possono durare molti anni, mentre alcune mappe risultano obsolete già dopo un paio d'anni.

Tutto con un dito?

Prima di scegliere, valutate anche le dimensioni del navigatore GPS, visto che in molti posti è sconsigliabile lasciarlo in macchina. Il modello ideale dovrebbe trovare tranquillamente posto nel taschino della

camicia. Tra le marche più ingombranti troviamo Tomtom, One Europe New Edition o ViaMichelin X950 T Europe: non si riesce a infilarli nemmeno nelle tasche dei pantaloni.

Tuttavia il vero punto debole di molti modelli è il montaggio e lo smontaggio in macchina. Con i modelli Garmin il cavo d'alimentazione non è più in giro per l'abitacolo, ma è fissato al supporto. Ma anche il sostegno può porre dei problemi: quello di MIO C710, con il suo braccio snodabile, sopporta male le vibrazioni sulle strade dissestate.

Uno schermo troppo piccolo, ovviamente, risulta poco visibile. Su questo non ci sono dubbi, ma quello che spesso si dimentica di valutare è che più lo schermo è grande più consuma energia. Evitate i modelli che non si possono ricaricare dall'accendisigaro e attenzione alla pubblicità sugli schermi panoramici

Consigli ACSI

Prima dell'acquisto

- ✓ Accertatevi di avere lo spazio necessario in macchina.
- ✓ Controllate il tipo di parabrezza: alcuni vetri atermici di nuova progettazione non permettono la ricezione del segnale GPS e quindi sarà necessario installare un'antenna fuori dal veicolo, con gli ovvi costi supplementari.
- ✓ Scegliete il modello tenendo presente gli itinerari che dovrà coprire (Svizzera, Europa).
- ✓ Esaminate la grandezza dello schermo e la presentazione della mappa. I simboli utilizzati devono essere chiari e le indicazioni riportate con caratteri grandi e in contrasto.

Un occhio alla sicurezza

- ✓ Assicuratevi che l'installazione non limiti in alcun modo il vostro campo visivo e i vostri movimenti alla guida (compreso l'accesso ai comandi della ventilazione).
- ✓ Attenzione: lo schermo è una fonte di distrazione. Guardate la strada e, se necessario, lasciate che sia il navigatore a correggere il vostro tragitto. Non mettetevi a inserire i dati mentre state guidando!
- ✓ I navigatori GPS sono inutili per le gite in bicicletta! Le piste ciclabili non sono censite e gli strumenti non sono resistenti all'acqua. Senza parlare della durata delle batterie, spesso insufficiente per un'escursione.

da 16:9, poiché a conti fatti, la loro superficie è inferiore a quella degli schermi normali da 4:3. Inoltre qualche modello più antiquato necessita ancora degli stick, poco pratici e facili da perdere. Un inconveniente risolto dai nuovi modelli con touchscreen, che presentano tasti più grandi, adatti alle dimensioni del dito.

Per quanto riguarda le possibilità di programmare la destinazione, i migliori sono i modelli TomTom e Garmin. Un'opzione molto utile per gli spostamenti professionali è offerta dai modelli Mio, Acer e Packard Bell, che permettono di scaricare un carnet d'indirizzi Outlook.

Alcuni modelli sono muniti di TMC

(Traffic Message Channel), molto pratico per essere informati via radio sulle condizioni stradali. Se il navigatore GPS integra questa opzione, dovrebbe essere in grado di modificare il vostro tragitto in base ai volumi di traffico. Tuttavia, per quanto riguarda la rapidità di calcolo (elaborazione di un nuovo itinerario in caso di code, possibilità

Come si è svolto il test

Tutti i modelli provati sono utilizzabili non appena estratti dalla loro confezione. La valutazione ha quindi riguardato le caratteristiche e gli accessori forniti.

La sicurezza è stata valutata in funzione del blocco di determinate funzioni mentre si guida, oppure sui messaggi di avvertimento.

Le prestazioni sono state provate in diversi paesi europei da parte di una giuria che ha analizzato i GPS su cinque tipi di strade (autostrada, strada di campagna, città, strada di nuova costruzione, foresta o grandi complessi industriali) e con diverse condizioni di traffico (ora di punta, eccetera). Sono anche state analizzate la precisione con cui viene letta la vostra posizione, l'affidabilità delle istruzioni e dell'itinerario, oltre naturalmente alla facilità d'impiego.

Volete saperne di più sui modelli regionali e sugli accessori a disposizione (fornitura di nuove mappe, dimensioni dello schermo, lettore MP3 integrato, eccetera)? Una tabella completa vi aspetta sul sito www.frc.ch.

	PREZZO INDICATIVO	GIUDIZIO GLOBALE	AVVISI DI SICUREZZA (3%)	PRESTAZIONE (40%)		
				QUALITÀ DELLA MAPPA	RICEZIONE DEL SEGNALE GPS	STUDIO DEL PERCORSO
SISTEMA CON LA MAPPA EUROPEA INCLUSA						
GARMIN Nüvi 660	999.-	●	●	+	●	●
TOMTOM One Europe New Edition	549.-	●	●	+	+	●
TOMTOM 710	649.-	●	▲	●	●	●
GARMIN Nüvi 350	799.-	●	●	●	●	●
GARMIN Nüvi 310 Europe	799.-	●	●	●	●	●
GARMIN Nüvi 360 T	899.-	●	●	●	●	●
GARMIN Streetpilot C 510 Europe	699.-	●	●	●	●	●
GARMIN Streetpilot 550	799.-	●	●	●	●	●
VIAMICHELIN X.980T Europe	786.-	● / ●	▲	●	●	●
PIONEER Avic-S1	590.-	● / ●	▲	+	●	●
MIO TECHNOLOGY C710	850.-	● / ●	●	●	●	●
BECKER Traffic Assist HS 7934	478.-	● / ●	▲	●	●	●
NAVMAN N60i	699.-	● / ●	●	+	●	●
NOKIA 330	450.-	● / ●	▲	+	●	●
ROUTE66 Chicago 9000	650.-	● / ●	▲	+	●	●
SONY U71T	705.-	●	▲	●	●	●
VDO DAYTON PN 2050	589.-	●	▲	●	●	●
MAGELLAN Roadmate 6000	720.-	●	▲	●	●	●
MAGELLAN Roadmate 3000	799.-	●	▲	●	●	●
MIO TECHNOLOGY H610	699.-	▲ / ●	●	●	●	●
VIAMICHELIN X.980T Europe	508.-	▲ / ●	▲	●	●	●
SISTEMA CON LA MAPPA EUROPEA DEGLI STATI UNITI E DEL CANADA						
TOMTOM 910	799.-	●	▲	●	●	●

Il giudizio globale tiene conto delle caratteristiche e dell'equipaggiamento (5%). Trovate i dettagli su www.frc.ch

di navigazione nella mappa inserita, ecc), i modelli ViaMichelin hanno davvero deluso. Che il dio delle mappe stradali abbia sbagliato strada, quando si è inoltrato nel labirinto tecnologico?

(TRADUZIONE TF)

Prima di un acquisto chiedi i test all'acsi

FACILITÀ NELL'USO (40%)

ISTRUZIONI	MONTAGGIO/ SMONTAGGIO IN AUTO	BATTERIE	PRESENTAZIONE GRAFICA	QUALITÀ DELLE INDICAZIONI VOCALI	PROGRAMMA- ZIONE	RAPIDITÀ	SOLIDITÀ (12%)
●	+	●	+	●	●	●	●
●	▲	●	●	●	●	+	●
●	●	●	●	●	●	+	●
+	+	●	●	●	●	●	●
+	+	●	●	●	●	●	●
+	+	●	●	●	●	●	●
●	●	●	●	●	●	●	●
●	●	●	●	●	●	●	●
●	●	●	●	●	●	●	●
●	●	●	●	●	●	●	●
●	●	●	●	●	●	●	●
●	●	●	●	●	●	●	●
●	●	●	●	●	●	●	●
●	●	●	●	●	●	●	●
●	▲	+	●	+	●	●	●
●	●	●	●	●	●	●	●
●	▲	+	●	●	●	●	●
●	▲	●	●	●	●	●	●
●	▲	●	●	●	●	▲	●
●	▲	●	●	●	●	▲	●
●	▲	●	▲	●	●	+	●
●	▲	●	●	●	▲	▲	●
●	▲	●	●	●	▲	▲	●
●	●	●	●	●	●	●	●

+ Molto buono
 ● Buono
 ● Soddisfacente
 ▲ Poco soddisfacente
 ▲ Insufficiente

La scelta migliore



La Rolls-Royce

Garmin Nüvi 660 è il vero vincitore sotto tutti gli aspetti, ma con un prezzo di 999 franchi è il più caro tra i GPS della nostra prova.



Il miglior rapporto qualità/prezzo

TomTom 710 si distingue non solo per il prezzo (649 franchi), ma anche per l'ingombro molto inferiore a quello del fratello maggiore, One Europe New Edition a 549 franchi.



Sulle strade degli USA

Con TomTom 910 a 799 franchi. È disponibile anche la carta stradale dell'Australia, scaricabile dal sito www.tomtom.com.

Pedalare con un piccolo passeggero in tutta **sicurezza**

Un buon seggiolino da bicicletta per bambini deve adattarsi alla bicicletta ma anche al bambino. È soprattutto su questi aspetti (ma non solo) che si sono concentrati gli esaminatori nell'ambito del test realizzato dai colleghi tedeschi di Stiftung Warentest (e ripreso su J'Achète Mieux, aprile '07). Tutti i modelli testati rispondono a questa esigenza con un'unica eccezione, Polisport Wallaby Evolution De Luxe che, nonostante buoni risultati generali, è poco confortevole se il bambino porta il casco. E visto che questa protezione è indispensabile per il mini passeggero, questo è incomprensibile.

I modelli con l'attaccatura in due punti sono i più sicuri e soprattutto è utile verificare che vi sia un poggiatesta che consenta la protezione e l'affrancatura di tutta la gamba in modo da evitare che i piedini finiscano tra i raggi della ruota. I seggiolini che

si installano nella parte anteriore della bici (e che d'altra parte sono fatti per bimbi da 9 a 15 chili al massimo) non sono consigliati poiché comportano più rischi dei modelli collocati nella parte posteriore. In questo modo non solo il piccolo è protetto dal vento ma il veicolo acquista maggiore stabilità.

Risultati del test

Nessun seggiolino ha ottenuto una nota eccellente; solo i primi due sono risultati "buoni" tutti gli altri "soddisfacenti". Il migliore è risultato il modello **Römer Jockey Comfort** (fr. 209.-) seguito, nell'ordine, da: **Römer Jockey Relax** (fr. 175.-), **Hamax Kiss** (fr. 95.-), **OK Baby Sirius** (fr. 95.-), **Hamax Siesta** (fr. 119.-) e **Polisport Wallaby Evolution De Luxe** (fr. 155.-). L'unico modello da fissare davanti al ciclista è **OK Baby Orion** (fr. 99.-) che ha ottenuto la nota "sufficiente".



Stampi in **silicone**: così morbidi che cedono

Non si può dire che non siano pratici, anzi: gli stampi in silicone per preparare torte e dolci oltre ad essere pratici hanno indubbi vantaggi, cottura veloce, il dolce si sforma agevolmente, occupano meno spazio, hanno una grande varietà di forme e colori. Presentano però qualche aspetto dubbio. In particolare il timore è che, durante la cottura, il silicone possa cedere agli impasti dei componenti indesiderati. Nel 2005 in Francia, su 81 teglie analizzate, 44 sono state dichiarate non conformi per aver superato il limite per la cessione di sostanze organiche volatili previsto dalla legge francese. Lo scorso anno le autorità tedesche hanno dichiarato non conformi alcuni prodotti analoghi di provenienza cinese.

La rivista italiana Altroconsumo (marzo '07) ha quindi proceduto all'esame di 19 teglie (marche: Kaiser, Max Le Maxcotte,

Silikomart, Guzzini, Lagostina Il Fornaio Soft, Joy, Pedrini, Tupperware, Lekué, Pavoni, Guardini, Mastrad, Dem, Moneta, Siliconezone e Pavone). Gli stampi sono stati sottoposti a tre prove e i risultati sono stati sommati per avere un risultato di migrazione globale: alla fine sono stati dichiarati tutti conformi. Se però si prendono in esame solo i risultati della prima prova, ossia la prima volta che si usa lo stampo, solo due prodotti (Pedrini Muffins e DEM Le Formelle) hanno mostrato valori di migrazione inferiori al limite di legge (italiana) e un terzo (Moneta) è da considerarsi al limite. In tutti gli altri casi le sostanze che migrano nell'impasto sono risultate eccessive!

Un lavaggio energico prima dell'uso (come quello in lavastoviglie) può servire? Una prova in questo senso su due campioni, Pavoni Milleforme (6 rose) e Guzzini - ossia quelli che avevano fatto registrare ri-

spettivamente i valori di migrazione più basso e più alto tra quelli non idonei alla prima prova - ha dimostrato che la migrazione globale di sostanze organiche volatili è risultata molto più bassa. Eppure nessun produttore fornisce indicazioni sull'uso migliore del prodotto e solo Lagostina consiglia un lavaggio preventivo della teglia prima dell'uso.

Consiglio ACSI

Dopo l'acquisto lavate gli stampi in lavastoviglie prima di usarli e valutate la possibilità di cuocere la prima volta un semplice impasto di farina, lievito e olio di semi, da gettare via dopo la cottura, prima di adottare definitivamente lo stampo per i vostri dolci.

Lidi e piscine di casa nostra

Bagni pubblici, spiagge e piscine comunali: il Ticino abbonda di centri in cui si può fare il bagno durante la calura estiva. Vi proponiamo un elenco dei principali siti balneari comunali con i prezzi d'entrata per invogliare chi ancora non li conoscesse a recarsi con la famiglia e approfittare delle opportunità di refrigerio di casa nostra.

	Prezzi (per giornata)	dom. = domiciliati
ASCONA Grande Lido	Entrata libera fr. 3.-/giorno per l'accesso allo scivolo	
ASTANO Laghetto	Domiciliati gratis Non domiciliati fr. 3.50	
BELLINZONA Piscina comunale	Adulti dom. fr. 5.-/ non dom. fr. 8.- Ragazzi dom. 6-18 fr. 3.-/ non dom. fr. 5.- Bambini 0-5 fr. 1.- Abbonamenti stagionali e riduzioni per comitive	
BIGNASCO Piscina comunale	Adulti fr. 6.- Ragazzi 7-16 fr. 4.- (0-6 anni gratis) Abbonamenti stagionali e prezzi speciali per gruppi (su richiesta)	
BISSONE Lido comunale	Adulti dom. fr. 2.- /non dom. fr. 8.- (domenica fr. 10.-) Ragazzi dom. 0-16 gratis (sa-festivi fr. 1.-) / non dom. fr. 2.- Studenti e apprendisti dom. fr. 2.- Sconti per famiglie, entrata gratuita per bambini 0-6 accompagnati, abbonamenti stagionali	
CARONA Piscina comunale	Adulti dom.* fr. 2.- / non dom. fr. 7.-; domenica e festivi fr. 14.-; dalle 15.30 fr. 7.- Ragazzi dom.* 0-16 gratis / non dom. 7-16 fr. 5.- Studenti, apprendisti, AVS fr. 5.- Abbonamenti stagionali per dom., prezzo speciale festivo per possessori abb. Arcobaleno zona 11 *Anche domiciliati a Carabbia	
CASLANO Lido comunale	Adulti fr. 4.- / ragazzi 0-16 fr. 2.- Abbonamenti stagionali. Adulti e ragazzi dom. gratis con tessera di riconoscimento (risp. fr. 20.- e fr. 10.- per la stagione)	
CHIASSO Piscina comunale	Adulti dom. fr. 4.-/ non dom. fr. 10.- Ragazzi dom. 7-15 fr. 1.50/ non dom. fr. 5.- (2 ore prima della chiusura 1/2 prezzo) Abbonamenti stagionali	
LOCARNO Bagno pubblico	Adulti dom.* gratis/ non dom. fr. 3.- Ragazzi dom.* gratis/ non dom. 0-6 gratis, 7-15 fr. 1-50 * Anche Brione s/Minusio, Muralto, Orselina	
LOCARNO Lido comunale	Lo stabilimento è chiuso per lavori in corso. Accesso libero al lago e al prato.	
LUGANO Lido comunale	Adulti dom.* fr. 5.-/ non dom. fr. 7.-; feriali 12-14 e dopo le 16 (tutti i giorni) risp. fr. 3.- e fr. 4.- Ragazzi dom.* 9-20, studenti*, AVS/AI fr. 4.-/ non dom. fr. 5.-; feriali 12-14 e dopo le 16 (tutti i giorni) risp. fr. 2.- e fr. 3.- Bambini dom.* 3-8 fr. 1.-/ non dom. fr. 2.- Abb. annuali, stagionali, per famiglie, 10 entrate. *Con tessera Lugano Card	

	Prezzi (per giornata)
LUGANO Bagni pubblici Riva Caccia e San Domenico	Adulti dom.* fr. 4.-/ non dom. fr. 5.-; 12-14 e dopo le 18 risp. fr. 2.- e fr. 3.- Ragazzi dom.* 9-16 fr. 2.-/ non dom. fr. 3.- Bambini dom.* 3-8 fr. 1.-/ non dom. fr. 2.- Abbonamenti 10 entrate *Con tessera Lugano Card
MAROGGIA Lido comunale	Adulti non dom. fr. 5.-; 12-14 e dalle 17.30 fr. 2.- Ragazzi non dom. 0-18, studenti, apprendisti fr. 2.-; 12-14 e dalle 17.30 gratis. Domiciliati gratis.
MELIDE Bagno comunale	Adulti dom. fr. 3.-/ non dom. fr. 5.- Ragazzi dom. 7-15 fr. 1.50/ non dom. fr. 2.50 Bambini dom. 2-6 gratis/ non dom. fr. 1.- Abbonamenti.
MENDRISIO Piscina comunale	Adulti dom. fr. 3.50.-/ non dom. fr. 9.- (do fr. 11.-); ragazzi 7-15 fr. 2.50 /bambini 0-6 gratis Abbonamenti stagionali
PARADISO Piscina comunale Conca d'Oro	Adulti dom. fr. 5.-/ non dom. fr. 7.50 Ragazzi 0-15 dom., studenti, AVS fr. 2.-/ non dom. fr. 3.- 12-14 e dalle 17 fr. 2.- Abbonamenti stagionali
RIVA SAN VITALE Lido comunale	Adulti fr. 5.- / ragazzi 6-18 fr. 2.- Bambini fino a 6 anni, AVS e dopo le 17.30 gratis Abbonamenti stagionali Adulti dom. gratis con tessera di riconoscimento (fr. 20.-); ragazzi dom. gratis
ROVEREDO GR Centro sportivo Vera	Adulti fr. 8.- ; ragazzi 0-16 fr. 5.- 12-14 (tutti i giorni) e dopo le 18 (lu-ve) fr. 4.- Abbonamenti stagionali.
SAVOSA - MASSAGNO Centro Valgersa	Adulti dom. fr. 5.50/ non dom. fr. 6.50 Ragazzi 6-18, studenti, AVS dom. fr. 3.50/ non dom. fr. 4.50; bambini 0-6 fr. 1.- 11.30-14 e dalle 16.30: adulti fr. 3.50/ altri fr. 2.- Abbonamenti stagionali
SESSA Piscina I Grappoli	Adulti dom. e USS fr. 5.- / non dom. fr. 7.- (festivi fr. 9.-; dalle 16, fr. 5.-) Bambini dom. fr. 2.-/ non dom. fr. 4.- (festivi fr. 5.-; dalle 16, fr. 2.50); famiglie fr. 19.-
TENERO Lido	Adulti dom. fr. 5.-/ non dom. fr. 7.- Ragazzi 6-15 fr. 3.-/ bambini 0-6 gratis Abbonamenti stagionali e per famiglie
TESSERETE Centro balneare Capriasca e Valcolla	Adulti dom. fr. 5.-/ non dom. fr. 9.- (do e festivi fr.12.-); lu-sa 12-14 risp. fr. 2.- e fr. 4.- e dopo le 16 risp. fr. 3.- e fr. 5.- Ragazzi 11-16 dom. fr. 3.-/ non dom. fr. 5.50 (do e festivi fr. 7.-); lu-sa 12-14 risp. fr. 1.50 e fr. 2.- e dopo le 16 risp. fr. 2.- e fr. 3.50 Bambini 5-10 dom. fr. 1.-/ non dom. fr. 2.- (do e festivi fr. 3.-); lu-sa 12-14 e dopo le 16 risp. fr. 1.- e fr. 1.50 Abbonamenti stagionali, per famiglie e 10 entrate

Tra lusso e low cost come **cambia** il consumatore

E se facessimo a fette il consumatore, come avviene con una "tac" per il corpo umano? E' incredibile il numero di pubblicazioni sociologiche, economiche, filosofiche, uscite negli ultimi tempi su questo "protagonista". Ma forse ancora più incredibile è che "noi" siamo quel protagonista e non sappiamo di essere così attentamente studiati. E allora, che cosa dicono di noi?

Un economista francese taglia corto con tre "emme". I consumatori sono **mutants** (mutanti, faciloni, tutto sommato ottimisti) oppure **mutins** (ribelli, piuttosto pessimisti, tesi a frenare ciò che ritengono una decadenza) o ancora **moutons** (pecoroni o smarriti). Una descrizione minimalista che ha perlomeno il merito di tradurre la versatilità dei comportamenti di un consumatore esposto a infinite influenze e a innumerevoli prodotti e negozi.

La voglia di essere arbitro

Alcuni cercano invece di rilevare i tratti salienti di quei comportamenti. Di fronte a un'iperscelta, a un rinnovamento continuo dei prodotti, a una molteplicità dei canali di distribuzione, il consumatore vuole finalmente sentirsi arbitro della situazione. Perché?

Perché si comporta da esperto. Il merito principale va alle associazioni delle consumatrici e dei consumatori che forniscono numerosi "test" e informazioni, rendono attenti, allarmano. Consumatore meno pcorone.

Perché è portato a diffidare. Dei prezzi, delle false innovazioni, della pubblicità, delle marche e delle insegne. Consumatore più ribelle.

Perché è sempre più esigente e tende a dare maggior senso alle sue scelte. Consumatore meno faciloni.

Sarà proprio così? Se quelli sono i comportamenti tendenziali, dovremmo concludere che il consumatore negli ultimi anni è maturato.

Una conferma indiretta può venire dalle sue aspettative, pure descritte da quegli studi. Quali sono?



foto Tipress

- ✓ Il prezzo, innanzitutto. Pretende confronti e alternative anche se non esclude la disponibilità a pagare più caro un prodotto che desidera. Di conseguenza vuol sapere se paga il giusto prezzo (o, con l'immane inglese: "to get value for your money", se ottiene il giusto valore per il suo denaro).
- ✓ L'informazione più chiara e trasparente possibile sulle caratteristiche dei prodotti, gli ingredienti, la leggibilità delle etichette.
- ✓ E poi, di seguito: la praticità degli imballaggi, che si possano aprire (ad ogni età); i modi di utilizzo, che si possano comprendere subito; la facilità d'uso degli apparecchi tecnici (con allusione agli storici incubi generati dai videoregistratori); la sicurezza estesa a tutti i prodotti; l'intolleranza di fronte agli errori di marcatura, alle rotture e persino ai frequenti mutamenti dei reparti o dei modi d'esposizione delle merci (fatto di cui i nostri commercianti non sembrano tener conto).

Tre tendenze pesanti

Tutte le inchieste svolte negli ultimi tempi arrivano alla conclusione che il consumatore non è mai stato così mobile (frequenta in media ogni mese almeno 4 catene o circuiti diversi di vendita, tipo Migros, Coop, Carrefour, Manor ecc., nonostante gli enormi sforzi, le carte o i trucchi per "fidelizzare" il consumatore). Un nomadismo che tocca non solo i distributori ma anche le singole marche e che ha generato (o è stato causato da...) tre fenomeni definiti "pesanti":

Categorie	Segmento 1 basso*	Segmento 2 alto*	Rapporto 1:2
*fatturato in miliardi di franchi			
Alloggio (mobili, decoro)	202	160	1.2
Trasporti (auto)	446	90	4.9
Viaggi e svaghi	337	193	1.7
Alimentazione (con bibite)	337	50	6.7
Prodotti personali e servizi	130	38	3.4
Abiti e moda	185	77	2.4
Equipaggiamento domestico	98	66	1.4
Pasti fuori casa	99	51	1.9
TOTALE	1834	725	2.5

Fonte: BCG

NOTA: le spese per i due tipi di mercato e alcune categorie sono valutate per tutta l'Europa occidentale in franchi svizzeri; il rapporto di spesa tra i due segmenti tanto più è elevato (alimentazione, trasporti, abbigliamento) tanto più vi gioca il ricorso al basso prezzo, tanto più è contenuto tanto maggiore risulta la propensione a spendere di più.



la voglia di essere maggiormente arbitri nei propri acquisti o più furbi degli altri, la produzione che giunge dai paesi a basso costo, l'incontenibile e sollecitato appetito al consumo, convergono tutti nella ricerca del... prezzo basso. Il quale diventa spesso (ed è forse il terzo paradosso) non una ragione di risparmio ma l'autogiustificazione per un acquisto supplementare al di là del proprio bisogno. Una dimostrazione significativa la troviamo nelle inchieste sui motivi d'acquisto di un'automobile ritenuta "low cost" (ad esempio la ormai famosa e richiesta "Logan" della Renault): il 74 per cento di coloro che sono pronti ad acquistarla vogliono semplicemente farne una automobile in più a disposizione. Molte dimostrazioni si possono però trovare anche nell'alimentazione: il prezzo basso porta sovente all'acquisto superfluo.

Acquisto in alto

L'acquisto "in alto" (prodotti di alta gamma, assortimenti più cari) va di pari passo con l'acquisto "in basso". Si sostiene che questo comportamento duale sia l'aspetto più ammaliante del nuovo consumo, anche perché si è generalizzato in tutti i paesi ricchi.

In un ampio studio (Boston Consulting Group) si è giunti a quantificarlo: il segmento superiore del mercato (acquisto in alto) è valutato nell'Europa occidentale a 725 miliardi di franchi svizzeri; quello inferiore (acquisto in basso) è 2.5 volte più importante, 1.834 miliardi di franchi.

Tra gli elementi motori che favoriscono questo duplice comportamento: il potere d'acquisto discrezionale (reddito disponibile) o anche illusoriamente creato (facilità di ricorso al credito), il calo dei prezzi alimentato dalle importazioni dai paesi asiatici, i progressi tecnologici, la mondializzazione del consumatore (es.: prodotti alimentari o specialità culinarie di tutto il mondo diventano una esperienza irrinunciabile), l'esplosione delle strutture familiari (prontocibo), le singolari coesistenze della moda (es. sulla stessa persona una maglia di cachemir di alto valore e un jeans ordinario, di basso prezzo), le "estensioni" abilmente create di alcune marche di lusso (es. jeans, orologi, gioielli oppure Mercedes classe C).

La tabella che pubblichiamo in basso a sinistra rende l'idea del rapporto tra questi due segmenti per alcune categorie di spesa: questo rapporto è ritenuto il fatto più significativo dell'evoluzione del "nuovo consumatore" e la dimostrazione che si crede ormai nell'accessibilità per tutti anche ai prezzi più elevati grazie... ai prezzi (costi) più bassi. Una sorta di schizofrenica compensazione che potrebbe però essere fatale a molti bilanci familiari.

SILVANO TOPPI, ECONOMISTA

GastroSuisse dice no alla dichiarazione dei cibi industriali sui menu

Non sarà fatta chiarezza per le consumatrici e i consumatori svizzeri che continueranno a non sapere se le lasagne, il salmi di cervo, il cordon bleu o la crème caramel sono stati preparati nella cucina del ristorante o in qualche laboratorio industriale.

Conformemente alla Legge sull'informazione dei consumatori le tre associazioni di consumatori ACSI, FRC e SKS, sostenute dal voto unanime della Commissione federale del consumo (CFC), nel 2006 avevano avviato trattative con GastroSuisse per introdurre nelle carte dei menu un'indicazione che segnalasse al cliente l'eventuale origine industriale delle pietanze (dichiarazione esplicita) in modo da permettergli di fare le sue scelte con cognizione di causa.

Dopo due incontri i rappresentanti delle organizzazioni dei consumatori e GastroSuisse si erano trovati d'accordo sulla necessità e l'opportunità di introdurre la dichiarazione positiva "fatto in casa, maison, hausgemacht". GastroSuisse ha tuttavia comunicato negli scorsi giorni che ritiene irrealizzabile anche questa dichiarazione per il pretestuoso motivo che sarebbe impossibile definire in modo soddisfacente che cosa sia "fatto in casa, maison, hausgemacht", invitando pertanto le organizzazioni dei consumatori a voler rinunciare a qualsiasi dichiarazione.

Secondo ACSI, FRC e SKS questo improvviso voltafaccia di GastroSuisse sta inequivocabilmente a dimostrare l'importanza che hanno assunto i "convenience food" nel settore della somministrazione dei pasti, con la conseguente uniformità e banalizzazione dei sapori e quanto impopolare sia dichiararne l'esteso uso che ne viene fatto. Sebbene le organizzazioni dei consumatori non abbiano pregiudizi di sorta quanto alla sicurezza alimentare di questi prodotti, al momento dell'ordinazione ritengono comunque che il cliente abbia il diritto di sapere se quanto gli verrà servito nel piatto sia stato preparato nella cucina del ristorante o meno.

Invitiamo i consumatori, prima di procedere all'ordinazione dei piatti prescelti, a usufruire di un loro preciso diritto che è quello di ottenere verbalmente informazioni e invitandoli a segnalare ogni rifiuto a fornirle o, peggio, eventuali inganni perpetrati nei loro confronti in questo ambito.

- 1) il fenomeno del basso costo (in inglese, "low cost"), sotto forma di prezzo basso o di "discount" di cui si discute molto per le implicazioni non tutte positive sul piano degli effetti sociali ed economici. Alcuni economisti francesi lo definiscono "l'achat radin-malin" (l'acquisto taccagno-furbo o non sempre intelligente);
- 2) il fenomeno complementare, molto meno commentato, benché assai importante, dell'acquisto nel segmento superiore (anche qui con l'espressione inglese più diffusa: "trade up" o, letteralmente, acquisto su, alto);
- 3) il rapporto con l'alimentazione sempre più complesso e ambivalente. Che importanza hanno questi fenomeni cresciuti a dismisura?

Costo basso

In pratica non c'è più una grande distinzione tra "discount" (prodotti venduti a buon mercato ma che lasciano pur sempre un margine di guadagno normale o persino elevato) e basso prezzo: fanno parte dello stesso paesaggio e per il consumatore sono solo un'occasione. Si insiste molto sul basso costo o "low cost", tanto che molti studiosi non parlano ormai più di "società dei consumi" ma di "società del low cost". Ha partita vinta l'idea secondo la quale se un prodotto o servizio, di qualsiasi tipo, non dica o non lasci presupporre la caratteristica del "low cost", rischia di essere ritenuto fuori mercato o ingannevole. Ed è un primo paradosso. Il secondo paradosso è che l'acquirente "low cost" non è necessariamente colui che dispone di pochi mezzi o vuol risparmiare. Il modello si è imposto ad ogni consumatore perché si è arrivati al punto in cui: il potere d'acquisto,

Dimagrire senza fatica: ancora e sempre diffidate!

Dimagrire senza fatica: diffidate! Con questo titolo avevamo denunciato nell'edizione 1.07 della BdS la pubblicità della ditta Posthorn Versand e di tutte quelle aziende che propongono soluzioni "miracolose" in fatto di prodotti dimagranti. A conferma di quanto scritto, il farmacista cantonale, Giovan Maria Zanini, così ci scrive: "Vi informo di avere ripetutamente segnalato per competenza le pubblicità della Posthorn Versand a Swissmedic (29.12.2005: suole dimagranti del dr. Merz+Bio Figurpatch; 5.10.2006: Algoline+Citroslim). Il 24 ottobre 2006 Swissmedic mi ha innanzitutto confermato che questi prodotti sono da considerare dei medicinali soggetto ad obbligo di omologazione. Non essendo registrati, si tratta di prodotti illegali. Il sistema di commercializzazione – vendita per corrispondenza – è pure illegale. Gli aspetti giuridici sono dunque molto chiari; a questo punto qualsiasi discussione sulle caratteristiche del prodotto (efficacia, sicurezza) è irrilevante.

Ma perché allora la ditta continua? C'è un numero di telefono in Svizzera (Canton Turgovia) appartenente ad una ditta di Costanza in Germania, che però è soltanto una bucalettere. La sede sociale della ditta è in Austria. Sono dunque coinvolte tre autorità sanitarie, ognuna con le sue competenze. Spero che riusciranno a fare qualcosa.

Ma certamente la cosa più efficace è proprio la controinformazione come quella che avete fatto voi. Ovvero cercare di togliere il mercato alla ditta agendo sui potenziali clienti".

Un'altra cosa ancora più utile sarebbe impedire che informazioni di questo tipo giungano alla popolazione, tanto più che si tratta di un prodotto notoriamente illegale: in breve, vietare la pubblicazione di annunci di questo tipo.

L'ACSI ha sollecitato il farmacista cantonale in questo senso, e questi sta esaminando le possibili vie da seguire per giungere a una radicale soluzione.



Una **rendita** mensile a vita di 3500 franchi? E chi la rifiuta?

A chi, soprattutto da pensionato o invalido, non farebbe comodo ricevere una rendita mensile a vita di fr. 3466? È quanto prometteva la nota ditta Editions Sélection du Reader's Digest in una comunicazione dello scorso mese di dicembre inviata alla signora M.B., la quale ci scrive:

"È evidente che una simile promozione è a destinazione di persone in pensione (come lei, ndr) o, non lo escluderei, in AI. Non comprendo come sia possibile emettere simili fandonie nelle quali magari qualcuno finisce abbindolato. Non ho mai fatto acquisti di libri della società menzionata e mi chiedo in quale modo ottengono i dati dei destinatari pensando ovviamente a potenziali clienti. Sarebbe anche utile sapere se simili promozioni sono ammesse..."

Ottenere dati di questa natura non è così difficile: chi non ha mai partecipato a una raccolta di firme, o a concorsi vari sui quali oltre al nome e cognome e indirizzo occorre indicare anche la data di nascita? I dati personali che rilasciamo in svariate circostanze, non sempre vengono trattati in modo confidenziale e possono finire in banche dati dalle quali si attinge per vari scopi. Questo potrebbe essere un esempio.

Questo genere di promozioni è ammesso a determinate condizioni: che siano veritiere (ovviamente) e, ad esempio, che non vi siano vincite legate all'acquisto di qualcosa o a una contropartita. È tuttavia sempre molto difficile sapere se qualcuno ha veramente ricevuto la vincita promessa con la quale si attira l'attenzione e di sicuro si guadagna qualche cliente che teme di farsi sfuggire l'occasione se non dimostra anche di essere un buon cliente...

La signora M.B. non ha dato seguito all'invito della ditta ad annunciarsi al più presto per non perdere la chance di essere selezionata definitivamente come beneficiaria della rendita a vita. Lei quindi non riceverà mai la rendita: ma qualcuno l'avrà ricevuta? L'inizio del versamento della rendita complementare era previsto, a chiare lettere, per marzo 2007. Nel corso del mese di marzo abbiamo dunque scritto alla ditta per sapere se qualcuno, in Ticino o nel resto della Svizzera, ha potuto beneficiare di questa rendita mensile a vita. Nessuno finora ci ha risposto. Siamo incerti su cosa pensare...

Cambiamenti "forzati" di **operatore telefonico**: la Comcom interviene a favore dei consumatori

Buone notizie dalla Commissione federale delle telecomunicazioni (Comcom): i consumatori saranno meglio protetti contro i cambiamenti abusivi di operatore telefonico effettuati da venditori e promotori che fermano potenziali clienti il più delle volte per strada o fuori dai grandi magazzini, o telefonano a casa quando non suonano direttamente il campanello di casa. Pagati il più delle volte a commissione, questi venditori promettono sconti a non finire sulla bolletta telefonica per "strappare" la firma ai potenziali clienti.

Le organizzazioni a tutela dei consumatori hanno sollecitato più volte un intervento della Comcom che ha finalmente preso questo provvedimento: ogni domanda di cambiamento di operatore telefonico (preselezione), che sia stata fatta per scritto o per telefono, deve d'ora innanzi com-

prendere una descrizione dei servizi offerti, la conferma che il richiedente sia il titolare del collegamento telefonico, una procura che consenta al fornitore di servizi di agire sullo stesso collegamento con l'eventuale tempo d'attesa indicato dal cliente. E se la richiesta è fatta per telefono, la conversazione completa deve essere registrata, quale prova in caso di contestazione da parte del cliente.

L'ACSI e le organizzazioni consumeriste svizzere attendevano da tempo misure di questa natura. I reclami di consumatori che si sono ritrovati con un operatore telefonico diverso dopo una conversazione telefonica o per aver sottoscritto un contratto telefonico tra un acquisto e l'altro, ormai non si contano più. Ma attenzione, questa misura vale solo per gli operatori telefonici: non per tutte le altre vendite per telefono!



Scegliamo troppo con gli occhi

La pubblicità ci ha abituato a scegliere piatti o alimenti belli più che buoni e se prima era il profumo di un alimento il principale stimolatore del nostro gusto oggi sono gli occhi i veicoli del desiderio. L'industria alimentare lo sa benissimo e punta su questo aspetto. L'uso di additivi coloranti ne è spesso la conseguenza. Quando facciamo la spesa abbiamo tuttavia la possibilità privilegiare i prodotti senza (o perlomeno con pochi) additivi. Per fare questa scelta un'attenta lettura delle etichette è indispensabile.

Cosa sono gli additivi? Gli additivi sono sostanze sintetiche o naturali che, aggiunte agli alimenti, servono a vari scopi ma principalmente a conservare, legare, emulsionare, colorare, aromatizzare.

Gli additivi ammessi nelle derrate alimentari in Svizzera sono regolati dall'Ordinanza (OAdd) del Dipartimento federale dell'interno del 23 novembre 2005, entrata in vigore il 1° gennaio 2006.

Secondo i principi internazionalmente ammessi, l'uso degli additivi è autorizzato solamente quando le proprietà richieste per un alimento non possono essere ottenute con altri metodi praticamente o economicamente applicabili. Per essere accettato un additivo deve pure rispondere a vari criteri (per esempio: utilità, assenza di tossicità, possibilità di analisi).

Nel 2002, secondo gli accordi presi con l'Unione europea, l'Ordinanza sugli additivi è stata rivista e sono stati ammessi 56 nuovi additivi alimentari (mentre ne sono stati eli-

minati 37). Particolare perplessità aveva destato l'ammissione di sostanze azocoloranti (quali la Tartrazina E 102 e il Bruno HT E155) e di conservanti ad azione antibiotica (quali la Nisina E 234 e la Natamicina E 235).

È provato, infatti, che le sostanze azocoloranti possono causare allergie e intolleranze. Tuttavia secondo l'Ufficio federale della sanità, la discussa Tartrazina (colorante giallo contenuto per esempio nella cedrata) non presenta "né proprietà cancerogene né un grande potenziale allergenico rispetto a altri additivi precedentemente ammessi".

Gli allergologi raccomandano comunque di mantenere più basso possibile il tenore di coloranti nelle derrate alimentari per evitare un sovraccarico nell'organismo. Per questa ragione, a differenza dell'Ue, l'aggiunta di sostanze azocoloranti non è ammessa nei latticini e nei succedanei della carne. Le nuove sostanze azocoloranti autorizzate (Tartrazina E102, Bruno HT, E155) non sono ammesse neppure nelle bibite analcoliche dolci.

Sugli additivi alimentari si può fare facil-

mente dell'allarmismo; va ricordato, tuttavia, che vi sono abitudini alimentari ben più pericolose: basti pensare al consumo eccessivo di prodotti "naturali" quali i grassi animali, il sale, lo zucchero, l'alcol oppure i pericoli legati alla contaminazione degli alimenti da parte di microrganismi.

Questo tuttavia nulla toglie all'importanza di una corretta valutazione dei rischi.

Per saperne di più

Chi fosse interessato alla legislazione svizzera relativa agli additivi alimentari può consultare la relativa Ordinanza (in cui si trova l'elenco completo degli additivi autorizzati) sul sito della Confederazione www.admin.ch/ch/i/rs/817_02_2_31/index.html

Alimenti che contengono più additivi

Più un prodotto è colorato, trasformato o elaborato, più rischia di contenere numerosi additivi. Questo vale per la confetteria, aperitivi, bibite, piatti precucinati, salse e dessert pronti, salumeria, uova di pesce e surimi, gomma da masticare, prodotti di pasticceria, sciroppi, gelati, condimenti, minestre, salse e dessert disidratati.

Consigli per evitare gli additivi

- 1) Evitate di consumare alimenti ricchi di additivi menzionati sopra.
- 2) Leggete le etichette e scegliete preferibilmente i prodotti che contengono il minor numero di additivi.
- 3) Preferite gli alimenti semplici meno trasformati e cercate, se potete, di cucinare voi stessi gli alimenti invece di utilizzare prodotti industriali.
- 4) Evitate i salumi salati e affumicati; non scaldateli.
- 5) Preferite gli alimenti tagliati freschi invece che quelli imballati sottovuoto.
- 6) Evitate i prodotti il cui colore troppo vistoso rivela manifestamente la presenza di coloranti.
- 7) Preferite frutta e verdura di stagione e lavatela bene prima di consumarla (anche gli agrumi).
- 8) Utilizzate bucce di agrumi (limoni e arance) non trattati per i vostri dolci o come decorazione di bicchieri d'aperitivo.

Non possono contenere additivi

Salvo disposizioni specifiche contrarie gli alimenti che non possono contenere additivi sono:

- ✓ le derrate alimentari non trasformate
- ✓ il miele, gli zuccheri
- ✓ il burro, gli oli e i grassi di origine animale o vegetale non emulsionati
- ✓ il latte e la panna pastorizzati o sterilizzati, il latticello naturale non aromatizzato e non sterilizzato
- ✓ l'acqua minerale naturale
- ✓ il caffè (a parte il caffè istantaneo aromatizzato) e gli estratti di caffè
- ✓ il tè in foglie non aromatizzato
- ✓ le paste secche

Non possono contenere coloranti

Esistono anche altri alimenti nei quali solo i coloranti non possono essere aggiunti: uova, farine, pane, purè, conserve di pomodori, succo e nettari di frutta, frutta e verdure conservate, disidratate o trasformate, confetture o gelatine extra, crema di marroni, prodotti di cacao, vino.

Le categorie degli additivi

Gli additivi, a seconda della loro funzione, sono suddivisi in categorie e a ognuno è associato un codice, generalmente composto da una E seguita da 3 o 4 cifre. Il codice è valido in tutta Europa. Qui trovate una breve descrizione degli additivi secondo le categorie (coloranti, conservanti, edulcoranti, ecc.), della loro funzione.

Coloranti (da E 100 a E 180)

Come indica il nome, vengono utilizzati per attribuire agli alimenti un aspetto più colorato. Possono essere naturali o prodotti di sintesi. La dicitura "coloranti naturali" vuol dire semplicemente che si trovano in natura. Gli additivi che pongono più problemi e la cui innocuità tossicologica è ancora discussa sono proprio i coloranti, in particolare i coloranti azoici: le persone che soffrono di orticaria, di asma o che sono sensibili all'aspirina sono le più intolleranti ai coloranti azoici.

Autorizzati in molti alimenti, i coloranti naturali e artificiali permettono troppo spesso di trarre in inganno il consumatore sulla vera natura degli ingredienti utilizzati (per esempio, colorante giallo per suggerire la presenza di uova). Molti coloranti sono, dunque, ingannevoli e inutili. Esempi: tartrazina, amaranto, caramello, curcumina, riboflavina, cocciniglia, rosso barbabietola. Ricordatevi: più bello non vuol dire più buono (e non solo per gli alimenti...)!

Conservanti (con il codice da E 200 a E 297)

I conservanti sono sostanze che prevengono la proliferazione di batteri, muffe e fermenti responsabili del deterioramento degli alimenti e sono utili in alcuni casi ben precisi. Per esempio, una piccola quantità di solfiti, decisamente minore rispetto ai livelli consentiti dalla legge in vigore, è accettabile nel vino (ma deve essere dichiarata!) perché garantisce una stabilità migliore. I legislatori si dimostrano troppo permissivi, autorizzando conservanti dove sono inutili o inefficaci (aranciate, caramelle, chewing gum, gamberetti...). Di fatto, non incoraggiano i produttori a essere particolarmente attenti in materia di igiene e di condizioni di conservazione. In conclusione, si può dire che i conservanti sono solo a volte indispensabili. Alcuni possono provocare reazioni allergiche. Esempi: acido sorbico, acido benzoico, anidride solforosa, nisina. Per evitare i cibi contenenti conservanti è preferibile scegliere prodotti congelati.

Antiossidanti e acidificanti (con il codice da E 300 a E 385)

Gli antiossidanti sono utilizzati per frenare il deterioramento degli alimenti causato dal contatto con l'ossigeno dell'aria. Il più utilizzato è l'acido ascorbico o vitamina C (E 300). Gli acidificanti, invece, aumentano l'acidità degli alimenti per prolungare la conservazione o per ragioni di gusto (per esempio, caramelle acidule). La maggior parte degli antiossidanti e degli acidificanti è accettabile e persino utile in certi casi ma, ancora una volta, senza abusarne e se non esiste un'altra soluzione. Antiossidanti critici sono il BHA, BHT. Esempi di antiossidanti più diffusi: acido ascorbico, acido citrico, acido tartarico. Esempi di acidificanti: acido adipico, acido succinico.

Emulsionanti e addensanti (con il codice da E 400 a E 585)

Questo gruppo comprende anche i gelificanti e gli stabilizzanti. Tutte queste sostanze sono utilizzate per dare consistenza a un prodotto o per mantenerla. Il loro utilizzo è, a volte, giustificato (addensanti per impedire la formazione di cristalli nel gelato, emulsionanti che permettono di sostituire in parte le materie grasse con acqua nelle margarine e nel burro a ridotto contenuto di grasso). Ma più spesso servono per mascherare l'assenza di ingredienti di base (uova nei gelati o maionese). E questo è inaccettabile.

Negli alimenti detti light, gli emulsionanti e gli addensanti permettono di sostituire con l'acqua ingredienti calorici come i carboidrati (amidi e zuccheri) e i grassi. Alcuni addensanti sono riconosciuti come allergeni (per esempio, le farine di guar). Esempi di emulsionanti: sucrogliceridi, lecitina, fosfati d'ammonio. Esempi di addensanti: agar-agar, gomma di guar.

Esaltatori di sapidità (da E 620 a E 640)

Questi additivi, i più noti dei quali sono i glutammati, servono a intensificare o a modificare il gusto degli alimenti: per questo motivo sono, secondo noi, inutili e ingannevoli, in quanto potrebbero mascherare carenze di gusto e quindi una qualità scadente degli ali-

menti. Al glutammato monosodico è attribuita la responsabilità di provocare disturbi allergici quali la cosiddetta "sindrome da ristorante cinese" per il largo uso che la cucina cinese fa del glutammato. Il glutammato si può ritrovare in una quantità vastissima di prodotti alimentari e questa assunzione elevata giornaliera può provocare intolleranze anche in chi non è comunemente sensibile a questo additivo.

Esempio: glutammato, inosinato, guanilato.

Agenti di rivestimento, leviganti o lucidanti (da E 900 a E 948)

Queste sostanze, applicate alla superficie di un alimento, conferiscono un aspetto brillante o liscio e possono anche costituire un rivestimento protettivo. Tuttavia, in alcuni casi, hanno solamente una funzione estetica: aspetto brillante dei chicchi di caffè, mele... Questi additivi sono generalmente considerati accettabili dal punto di vista tossicologico. Esempio: cera d'api.

Edulcoranti artificiali (da E 950 a E 967, E 420, E 421)

Sostituiscono gli zuccheri in alcuni prodotti light come le bibite, i nettari, la gomma da masticare, alcuni dolci, la birra, gli yogurt. Sono accettabili in alcune circostanze (per esempio, per le persone che non possono consumare zuccheri), ma il rischio, soprattutto per i bambini, è che si raggiunga molto rapidamente la dose giornaliera autorizzata per i ciclamati e la saccarina. Esempi: ciclamati, sorbitolo, xilitolo, aspartame, saccarina, maltitolo.

Amidi modificati (da E 999 a E 1518 altre categorie di additivi tra cui gli amidi modificati)

Questi additivi sono ottenuti per mezzo di uno o più trattamenti chimici degli amidi alimentari derivati, per esempio, dalla fecola di patate. Con un trattamento fisico questi amidi vengono modificati affinché possano avere la funzione desiderata: amalgamare gli ingredienti, legarli, ecc. Non si tratta in nessun caso di sostanze modificate geneticamente (OGM) e sono considerati accettabili dal punto di vista sanitario. Esempi: fosfato diamido, amido acetilato.

L'etichetta

Quando un prodotto contiene additivi, l'etichetta deve riportare:

- ✓ la categoria (conservanti, acidificanti, antiossidanti...);
- ✓ il nome dell'additivo (acido sorbico, lecitina, cera d'api...) o il codice europeo (E 220, E 322, E 901...). Il nome dell'additivo e il codice possono essere tra parentesi o preceduti dai due punti.
- ✓ Questo vale per tutti gli additivi tranne che per gli amidi modificati (da E 1404 a E 1451), per i quali è obbligatorio riportare solo la categoria.
- ✓ Gli ingredienti e gli additivi sono elencati, in ordine decrescente, in funzione della quantità contenuta nel prodotto.

False liste di additivi

Non fidatevi di liste di additivi fantasiose (come quelle, per esempio, falsamente attribuite all'ospedale francese di Villejuif), che circolano periodicamente, diffuse da persone che credono di fare una cosa giusta: spesso non hanno alcuna base scientifica e sono ingannevoli.

Gli additivi più critici

COLORANTI

E 100	Curcumina
E 102	Tartrazina
E 104	Giallo di chinolina
E 110	Giallo S
E 120	Cocciniglia
E 122	Azorubina
E 123	Amaranto
E 124	Rosso cocciniglia A
E 127	Eritrosina
E 128	Rosso 2G
E 129	Rosso allura AC
E 131	Blu patentato V
E 132	Indigotina
E 150C	Caramello ammoniacale
E 151	Nero brillante BN
E 154	Bruno FK
E 155	Bruno HT
E 160a	Beta-carotene
E 160b	Estratto d'annatto
E 161g	Cantaxantina
E 162	Betanina
E 163	Antociani
E 171	Diossido di titanio
E 180	Litolrubina

CONSERVANTI

E 200-203	Acido sorbico e sorbati
E 210-213	Acido benzoico e benzoati
E 214-219	Parabeni
E 220-228	Anidride solforosa e solfiti
E 230	Bifenile, e derivati
E 231-235	e derivati
E 249-252	Nitriti e nitrati
E 1105	Lisozima

ANTIOSSIDANTI

E 310-312	Gallati
E 320	Butilidrossianisolo (BHA)
E 321	Butilidrossitoluene (BHT)

EMULSIONANTI

E 322	Lecitina di soia(*)
E 410	Farina di carruba
E 412	Gomma guar
E 413	Gomma adragante
E 414	Gomma arabica
E 416	Gomma karaya
E 417	Gomma tara
E 432-436	Polisorbati
E 476	Policinoleato di poliglicerolo

ESALTATORI DI SAPORE

E 620-625	Glutammati
-----------	------------

AGENTI DI RIVESTIMENTO

E 901	Cera d'api
E 903	Cera di carnauba
E 904	Gommalacca

EDULCORANTI

E 951	Aspartame
E 952	Ciclamato
E 954	Saccarina
ALTRI	
E 900	Dimetilpolisilossano

ROSSO: DA EVITARE
BLU: RISCHIO
DI INTOLLERANZA

(*) La lecitina di soia è segnalata negli additivi critici in quanto potrebbe essere prodotta con soia OGM, cioè geneticamente modificata.

Conosci gli additivi? Scoprilò con il test

Ecco un questionario che vi permette di verificare che cosa sapete su alcuni degli additivi di più largo impiego. Verificate le risposte e giudicate voi stessi. Se siete completamente disorientati questa Guida vi potrà aiutare.

- 1 A cosa serve l'agar-agar nel budino?**
 a) Per usare meno latte
 b) Per addensarlo
 c) Per colorarlo

Risposta giusta: b – Agar-agar (E 406): è una gomma vegetale trasparente e senza sapore ricavata dalle alghe. Ha potere addensante ed è usata per dare consistenza agli alimenti altrimenti liquidi. L'agar-agar è usato in piccole dosi per la produzione di budini industriali e preparati per budini da fare in casa. L'agar-agar ha una buona tollerabilità.
- 2 Perché il cioccolato contiene lecitina?**
 a) Perché ha azione anticolesterolo
 b) Perché non si copra di puntini bianchi
 c) Perché è un dolcificante vegetale

Risposta giusta: b – Lecitina (E 322): ne sono naturalmente ricchi uova e semi di soia. E' aggiunta a molti alimenti industriali perché evita che le sostanze grasse si separino. Per esempio, previene l'affioramento di macchioline bianche sulla superficie del cioccolato provocate dalla separazione e dalla cristallizzazione del grasso.
- 3 Perché il glutammato nei dadi?**
 a) Dà sapore
 b) Esalta l'aroma dei cibi
 c) Sala il brodo

Risposta giusta: b – Acido glutammico e glutammati – (E 620-622-623-624-625): è un esaltatore del sapore dei cibi, l'industria lo usa in molti prodotti: carne in scatola, minestre in busta, salse, condimenti, piatti pronti.
- 4 Perché il caramello nell'aceto balsamico?**
 a) Per renderlo più dolce
 b) Per dargli colore
 c) Per farlo diventare più aromatico

Risposta giusta: b – Caramello (E 150): è un colorante naturale; esistono diversi tipi di caramello preparati con zucchero e ammoniaca. Possono essere impiegati in aperitivi, vini liquorosi, aceto balsamico, verdura sott'aceto, confetture, gelatine, insaccati, cereali da prima colazione.
- 5 Perché in molte merendine c'è l'acido sorbico?**
 a) Perché siano più soffici
 b) Perché non si sviluppino germi
 c) In sostituzione delle uova

Risposta giusta: b – Acido sorbico (E 200): antimicrobico, è uno degli additivi più usati dall'industria, anche in bevande alcoliche e analcoliche, farciture di ravioli, frutta secca, purè in busta, gnocchi, polenta, olive, formaggi non stagionati, sott'aceti. E' ritenuto sicuro, anche perché può essere componente naturale di certi alimenti.
- 6 Perché i fosfati nel prosciutto cotto?**
 a) Per mantenerlo roseo
 b) Perché resti morbido
 c) Perché pesi di più

Risposta giusta: b – Polifosfati (E 452): mantengono morbido il prosciutto, trattando l'umidità. In pratica sostituiscono la morbidezza data dal grasso e mascherano la modesta qualità del prosciutto. Meglio evitare dosi eccessive.



Allergeni in derrate alimentari sfuse

In Svizzera circa 300'000 persone soffrono di un'allergia alimentare. Secondo il caso, possono bastare quantità ridotte di un genere alimentare per scatenare gravi reazioni. Chi soffre di allergie deve quindi sapere esattamente che cosa mangia e deve poter far capo a informazioni affidabili sugli ingredienti degli alimenti preimballati e sfusi come pure delle pietanze servite nei ristoranti. L'esperienza insegna che per gli alimenti offerti sfusi e i piatti serviti al ristorante non sempre tale obbligo è rispettato.

Per questo è stato realizzato un opuscolo destinato ad albergatori ed esercenti su come servire le persone affette da allergie alimentari ma è un valido strumento anche per panettieri, pasticceri e macellai.

L'opuscolo "Allergeni in derrate alimentari offerte sfuse" è a disposizione gratuitamente presso il segretariato dell'ACSI. Ai non soci che ne richiedono l'invio per posta conteggiamo le spese postali.
www.ti.ch/DSS/DSP/LabC/pdf/2006/Allergenbroschüre_it.pdf

Tumore al collo dell'utero, adesso c'è il vaccino

In Svizzera è in vendita da quest'anno nelle farmacie il primo vaccino contro il tumore del collo dell'utero. In Italia, a fine marzo, il ministro della Salute ha deciso di concedere a 280.000 dodicenni di usufruire gratuitamente della vaccinazione, riconoscendone l'importanza in termini di prevenzione. Anche il medico cantonale, Ignazio Cassis, da noi interpellato si dichiara favorevole a una vaccinazione delle giovani donne, a carico della cassa malati.

In Europa il cancro alla cervice è la seconda causa di mortalità per tumore nelle donne, in una fascia d'età compresa tra i 15 e i 44 anni, secondo soltanto al cancro al seno.

Al contrario di tutte le altre patologie tumorali conosciute, il cancro alla cervice non è di carattere ereditario, ma è causato dal virus Papillomavirus, meglio conosciuto come HPV, che viene trasmesso sessualmente, ed è asintomatico.

In Italia, lo scorso mese di marzo il Ministro della salute ha stabilito che il vaccino venga distribuito gratuitamente a tutte le dodicenni. E in Svizzera? Lo abbiamo chiesto al medico cantonale Ignazio Cassis che si dichiara favorevole all'introduzione del vaccino.

Dottor Cassis, è favorevole alla vaccinazione?

Come Medico cantonale auspico l'introduzione del vaccino per la fascia di età 11-15 anni, esattamente come avviene per l'epatite B, in modo da combinare i due vaccini in un'unica campagna informativa tramite il servizio di medicina scolastica.

Occorre certamente vaccinare i giovani adolescenti prima dei primi rapporti sessuali. Auspico anche che la vaccinazione sia rimborsata obbligatoriamente dalle casse malati (LAMal) perché è certamente il mo-

do più efficace e intelligente di spendere soldi "pubblici".

Perché il Gardasil è un vaccino importante?

Perché è il secondo vaccino capace di prevenire un cancro, quello del collo dell'utero e del pene, causato dal virus papilloma umano. Il primo vaccino era quello contro l'epatite B, capace di sconfiggere il cancro del fegato.

Neutralizzando questo virus, Gardasil non sconfigge soltanto il cancro ma anche altre malattie meno pericolose ma insidiose e irritanti, come i condilomi vaginali e le verruche.

È prevista una vaccinazione anche in Ticino e se sì, quando?

Gardasil è in vendita in Europa dal settembre 2006, in Svizzera da quest'anno. Il vaccino è formalmente in commercio al prezzo di Fr. 236,85 per dose. Per una vaccinazione completa occorrono tre dosi.

Per ora l'autorità federale non ha diramato raccomandazioni su come utilizzarlo: le aspettiamo per la metà del 2007. Bisogna infatti capire chi è prioritario vaccinare: maschi o femmine, a quale età?

È pagato dalle casse malati?

Non ancora, ma la Commissione fede-



rale competente sta valutando la questione. Dobbiamo aspettare fino in estate, e poi si vedrà. In Austria è rimborsato per ragazzi e ragazze dai 9 ai 15 anni: l'idea è che si possano vaccinare prima dei primi rapporti sessuali. In Germania si attende una decisione.

Questo non rischia di provocare ulteriormente gli scettici sui vaccini?

Effettivamente è probabile qualche reazione ideologica. Qualcuno ci vedrà una nuova strada per facilitare ulteriormente la sessualità precoce. D'altro canto con il virus papilloma ci si può contagiare anche senza un rapporto sessuale, ma col semplice contatto corporeo.

Come è la situazione in Ticino in merito?

Pediatrati, ginecologi e medici di famiglia seguono l'evoluzione e sono in grado di valutare chi vaccinare. Se il ticinese desidera la vaccinazione, ne può discutere con il proprio medico.

Come si può proteggere una donna dal tumore del collo dell'utero senza vaccinazione?

La protezione più efficace consiste nel non entrare in contatto col virus e dunque astenersi dai rapporti sessuali. Ma ciò è poco realistico! Sappiamo che circa l'80% delle donne con vita sessuale attiva s'infetta con questo virus. L'unica strategia finora realmente possibile per evitare lo sviluppo del cancro del collo uterino consiste nell'esecuzione di una diagnosi precoce: il cosiddetto PAP-test. Un controllo che si raccomanda alle donne di fare ogni tre anni. In futuro la vaccinazione potrebbe rendere parzialmente inutile questo controllo.

Il papilloma virus

Il 70% dei casi di tumore del collo dell'utero è provocato dal papillomavirus. La forma migliore di prevenzione è il Pap-test. Ogni anno in Svizzera sono colpite da carcinoma cervicale 400 donne.

Il vaccino

Il vaccino protegge dal papillomavirus che si trasmette per via sessuale e può provocare varie lesioni dei genitali femminili, tra cui i tumori al collo dell'utero.

Il costo

Il costo di una dose di Gardasil, prodotto dalla Sanofi Pasteur MSD (foto in alto) è di fr. 236.85. per un ciclo completo di vaccinazione sono necessarie 3 dosi (fr. 710.55) da ripetersi dopo 2 e 6 mesi.

Marchi per alberghi e pensioni

Sono 7 i marchi per alberghi e pensioni rispettosi dell'ambiente che sono stati esaminati di recente dal WWF (Rivista WWF, 1.07): le strutture certificate sono ancora poche, i marchi sono ancora poco conosciuti e gli stessi criteri per l'assegnazione dei label non sono molto chiari. Infatti, accanto ad alcuni criteri irrinunciabili, le aziende sono tenute ad applicare un certo numero di mi-

sure scelte tra diversi criteri facoltativi. Perciò, agli occhi del potenziale ospite non è sempre chiaro quali siano le reali esigenze soddisfatte da un'azienda certificata. Inoltre le aziende certificate non sono sempre ispezionate da organismi di controllo indipendenti. A risentirne, ovviamente, è la loro credibilità. I principali marchi europei valutano in particolare l'impiego di apparecchi energeticamente efficienti e di risorse rin-

novabili, la regolamentazione della temperatura ambiente, il risparmio idrico, il contenimento e la raccolta differenziata dei rifiuti. Sovente sono date indicazioni anche sulla natura dei dintorni. Ma spesso sono gli ospiti che devono scoprire da soli quali strutture mettono a disposizione delle bici, quali offrono un trasferimento dalla stazione o quali propongono nei loro menù piatti regionali e biologici. (Fonte: Rivista WWF, 1.07)

Vantaggi e svantaggi dei marchi turistici



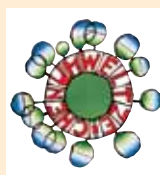
Sono un centinaio, in Europa, le strutture ricettive che portano il "Fiore europeo" conferito dalla Commissione europea. Viene attribuito ad aziende che utilizzano soprattutto risorse rinnovabili e limitano i loro consumi idrici. Purtroppo il marchio non prevede criteri relativi alla mobilità e al consumo di carta. L'assegnazione della certificazione viene verificata attraverso una procedura di audit indipendenti. Attualmente in Svizzera le aziende certificate con l'ecolabel europeo sono 5. Sul "Fiore europeo" puntano, in particolare, gli Ostelli della gioventù svizzeri. Entro la fine del 2007 gli ostelli certificati dovrebbero essere quindici.

www.eco-label.com/italian/



Il marchio tedesco Viabono, finora attribuito a 264 hotel e 27 ostelli, si è affermato soprattutto negli ambiti dell'informazione alla clientela e della tutela del paesaggio. Esso tuttavia valuta anche la cura delle risorse e, in minor misura, il management. Viabono esamina le strutture senza ricorrere a controlli esterni.

www.viabono.de



L'ecolabel austriaco è un marchio statale. Gli alberghi e gli ostelli certificati finora sono 124. Il marchio valuta con una certa severità le misure adottate in tutti i più importanti ambiti ambientali. Si distingue dagli altri marchi soprattutto per i criteri relativi agli apparecchi a risparmio energetico e al contenimento dei rifiuti. I controlli vengono eseguiti da un organo indipendente.

www.umweltzeichen.at



La Chiave verde certifica circa 90 strutture ricettive distribuite in 8 paesi europei, in particolare in Danimarca e in Francia. La certificazione verrà presto estesa ad altri paesi tra cui Marocco, Cile e Giappone. Gli aspetti più considerati da questo marchio sono il management ambientale e il perfezionamento del personale. Meno attenzione viene invece prestata ad altri fattori come, ad esempio, la tutela del paesaggio. Vi sono criteri generali, un certo numero dei quali deve essere soddisfatto da ogni azienda, e criteri nazionali. Manca tuttavia un organo di controllo indipendente.

www.green-key.org/



A chi viaggia in Europa del Nord può capitare d'imbattersi nel marchio statale "Cigno nordico" che contrassegna 96 aziende. Questo marchio di qualità privilegia, più di altri, i settori dei prodotti chimici, della carta e dei tessili; non vengono invece presi in considerazione provvedimenti in ambito edilizio e di tutela del paesaggio. L'attribuzione del "Cigno nordico" viene verificata da organi di controllo indipendenti.

www.svanen.nu



Il marchio svizzero dello stambecco valuta le strutture ricettive in base a criteri ecologici, sociali e economici nonché di integrazione regionale e di management della qualità. Una struttura può ricevere da uno a cinque "stambecchi" solo se il livello qualitativo aumenta in tutti e cinque gli ambiti. Le 20 strutture ricettive finora certificate vengono controllate da un organo indipendente. Il marchio dello Stambecco ricompensa, più di altri ecolabel, le misure adottate in ambito di mobilità - per gli ospiti e il personale - e di prestazione degli edifici.

www.steinbock-label.ch



Circa un centinaio di alberghi, ostelli e agriturismi portano l'ecolabel delle autorità ambientali catalane. Il marchio punta soprattutto sull'efficienza energetica e su un consumo rispettoso dell'acqua. Non vengono invece presi in considerazione la tutela del paesaggio, l'impiego di prodotti chimici e il rispetto del diritto ambientale. Molte informazioni sono disponibili solo in catalano. I controlli vengono effettuati da organi indipendenti.

http://mediambient.gencat.net/cat/empreses/ecoproductes_i_ecoserveis/distintiu.jsp

La farina sec'a o farina bona dell'Onsernone

La farina "sec'a" o farina "bona", un'antica tradizione della Valle Onsernone, torna sulle nostre tavole. È facendo delle ricerche sulle usanze passate del suo paese nativo, Vergeletto, che il docente Ilario Garbani non solo ha riscoperto questa farina ma ne ha anche avviato la sua produzione.

Questo genere di farina è ottenuta macinando il mais tostato. All'origine di questo particolare procedimento vi è Nunzia, Annunciata Terribilini (1883-1957), mugnaia a Vergeletto, che aveva preso l'abitudine di far tostare il mais, per ottenere quelli che oggi chiamiamo i pop-corn, che i ragazzi apprezzavano in modo particolare e passavano a prendere prima di andare a scuola. Dal mais tostato, Nunzia è poi passata alla farina.

Raccogliendo ricordi e testimonianze degli anziani del paese, Ilario Garbani ha ricostruito il procedimento per ottenere la farina bona e equipaggiandosi delle necessarie attrezzature ha avviato la produzione di questa farina in quantità importanti, utilizzando il mais prodotto in Ticino. Attualmente la produzione di farina bona, sostenuta dalla società Musicamana di Ilario Garbani, si aggira sul centinaio di chili al mese.

Ottima se mescolata al latte freddo o tiepido, con o senza zucchero, questa farina dal gusto tostato si presta alla preparazione di pietanze sia dolci sia salate.

Dove si trova?

La lista dei rivenditori della farina bona si trova nel sito www.farinabona.ch o presso Musicamana, Ilario Garbani, 6654 Cavigliano, tel. 091 796 29 67.



la ricetta di Meret Bissegger*

Le bocce nel pagliaio

Insalata di zucchine con palline di farina bona

Insalata di zucchine

- 1 c sale (o Trocomare)
 - 2 c senape grossa (a grani)
 - 1 limone, scorza grattugiata e succo
 - 1 spicchio d'aglio schiacciato
 - 1 C erba cipollina tagliata
 - 3 C basilico tagliato a listarelle fini
 - 1 C maggiorana fresca (o 1 c maggiorana secca)
 - 1 c peperoncino poco piccante a rondelle
 - 3-4 C olio d'oliva extra vergine
- mescolare tutti gli ingredienti della salsa e aggiungere:*
- 250 g zucchine tagliate a julienne (tenendo la zuccina obliqua per creare "fili" più lunghi)
 - 40 g capperi dissalati
 - 50 g pinoli tostati
- lasciar riposare almeno 30 minuti prima di servire.*



Palline di farina bona

- 40 g scalogno a fette
 - 100 g sedano a cubetti
 - 1 foglia d'alloro
- coprire abbondantemente le verdure con acqua e cuocere a pentola coperta per circa 30 minuti; quando il liquido si è ridotto aggiungere*
- 1 dl vino bianco
- e continuare la cottura finché il liquido è ridotto praticamente a zero; salare con*
- 1 c brodo vegetale
- e raffreddare; passare al mixer (o nel passaverdura) aggiungere*
- 2 C olio d'oliva extravergine
 - pepe nero dal mulino
 - 60 g farina bona (farina di mais tostato dell'Onsernone)
- amalgamare man mano la farina all'impasto fino ad ottenere un composto malleabile, quindi formare delle palline.*
- Accomodate l'insalata come un nido, mettere le palline di farina bona al suo interno, aggiungendo, a seconda dei gusti, pomodorini cherry, palline di formaggio alle erbe, olive,...*

Varianti:

stesso principio a partire da barbabietola cotta e frullata, magari con l'aggiunta di rafano grattugiato; aggiungere all'impasto finito del formaggio fresco

c = cucchiaino da tè

C = cucchiaio da minestra

*Meret Bissegger, Malvaglia, è cuoca specializzata in cucina prevalentemente vegetariana con prodotti locali e bio.



Consumatori: tutti ne parlano pochi li difendono davvero

È stata un'assemblea all'insegna della raccolta di firme quella che l'ACSI ha tenuto sabato 31 marzo a S. Antonino. Tre gli obiettivi da sostenere: maggiore difesa da un marketing telefonico aggressivo, la salvaguardia del Piano di Magadino minacciato dalla superstrada e la battaglia "anti Suv".

Ai soci presenti, il presidente dell'ACSI, Mario Jäggi, ha voluto ricordare le difficoltà che incontrano oggi in Svizzera i movimenti di difesa dei consumatori, ormai attivi da oltre 40 anni. In quasi mezzo secolo hanno conseguito notevoli obiettivi ma la situazione, ora, si sta facendo più difficile: se da un lato il legislatore sa ormai bene cosa vogliamo e ci consulta per ogni nuovo progetto di legge che ci concerne, dall'altro la politica si dà un gran da fare a stroncare! In poco più di un anno il Consiglio federale ha rimandato al mittente progetti molto importanti per noi quali la revisione della Legge sull'informazione dei consumatori, rifiutandosi inoltre "tout court" di legiferare in materia di commercio elettronico e di multi-proprietà e di estendere il reato di inganno agli oggetti d'uso.

Tra il dire e il fare

Il clima è questo: se da un lato non c'è partito o personaggio politico che non si dichiari preoccupato per la qualità dell'ambiente - e ciò non può che rallegrarci grandemente - non altrettanto su può dire per le tematiche consumeriste. Oltre che a livello federale, lo si è visto anche nella campagna elettorale che si è appena conclusa in Ticino: quale tra i candidati, salvo qualche rara eccezione, si è dichiarato pronto a battersi per le nostre problematiche? Ben pochi!

Quanto alle cerchie economiche svizzere, che in passato ritenevano i cartelli un fattore di virtù e che ora ci ripetono fino alla noia che un mercato trasparente è un mercato che funziona, con l'arroganza di sempre conti-

nuano ad aggrapparsi ai loro ben consolidati privilegi.

L'isola dei prezzi alti

È per questi loro interessi che i prezzi in Svizzera sono tra i più alti del mondo, anche tenendo conto del potere d'acquisto. Nel Lussemburgo, paese che per salari e condizioni quadro presenta una situazione paragonabile alla nostra, la spesa totale per i consumi delle famiglie è comunque inferiore del 27%, quella per affitto, elettricità, gas e acqua del 36% e, infine, del 51% per i costi di costruzione. L'équipe di Mister Prezzi ha poi potuto appurare che su questa situazione definita "isola dei prezzi alti" (Hochpreisinsel) si specula anche dall'estero, caricando in modo considerevole i prezzi all'ingrosso delle merci destinate al nostro Paese. A tutto ciò si aggiunge il divieto delle importazioni parallele che consente alle nostre multinazionali farmaceutiche di lucrare, offrendoci i medicinali a un prezzo che va dal 15 al 34% in più rispetto a Germania, Francia e Austria. Da quando la nostra sensibilità si è aperta alle idee di uno sviluppo sostenibile, idee che abbiamo fatte nostre e dimostrato di condividere attivamente pubblicando in italiano la "Guida ai consumi responsabili", vi è un certo pudore a parlare di prezzi. Pudore giustificato fintanto che la pressione sui prezzi significa, sfruttamento di persone, di paesi, di risorse, degrado ambientale e civile. Ma quando i prezzi restano alti a privilegio di pochi, gli sfruttati, ci spiace, diventiamo noi. Ed è quindi giusto parlarne liberamente, anche perché la Svizzera spende annualmente 30 miliardi di troppo sulle merci importate.

Nel nostro Paese si guarda all'UE con diffidenza: la burocrazia, l'Europa degli affari, la centralizzazione delle decisioni a Bruxelles, fanno paura. Ma, va detto, i consumatori europei godono di un livello di protezione ben più ampio del nostro. La Svizzera, sebbene riconosca ufficialmente il ruolo informativo delle organizzazioni dei consumatori, benché ricca, non è per nulla generosa; la Germania, per la funzione "pubblica" che riconosce alle organizzazioni dei consumatori, concede loro sovvenzioni annue in ragione di 1 euro (fr. 1,65) per abitante, mentre le nostre 4 organizzazioni percepiscono, assieme, 20 volte meno dalla Confederazione: circa 8 ct per abitante.

L'ACSI lavora tanto e continuerà a farlo anche se talvolta subiamo duri colpi, come quello della bocciatura dell'iniziativa per una cassa malati unica e sociale. Ma i successi, come la moratoria sugli OGM di fine 2005, ci motivano nella nostra azione. Ora ci stiamo di nuovo impegnando, con molti altri tra associazioni e partiti, per salvare il Piano di Magadino dall'edificazione di una strada il cui tracciato va contro ogni buon senso. Abbiamo inoltre invitato il Consiglio federale a emanare delle disposizioni per proteggerci dalle insidie di un troppo aggressivo marketing telefonico. daremo un sostegno attivo all'iniziativa "anti Suv" lanciata dai "Giovani Verdi" visto che il miglioramento della qualità dell'aria è una delle nostre priorità. Come d'altra parte lo è, ancora e sempre, la questione dei premi delle casse malati che, nonostante le rassicuranti previsioni di Pascal Couchepin, continueranno a salire.



Delusione per la bocciatura

E all'iniziativa "Per una cassa malati unica e sociale" l'ACSI ha dedicato tanta energia negli scorsi mesi e non avevamo dubbi: il voto del Ticino sarebbe stato positivo. Purtroppo le cose sono andate diversamente e anche nel nostro cantone lo scorso 11 marzo i voti contrari hanno separato quelli favorevoli, ha ricordato la segretaria generale Laura Regazzoni Meli.

Malgrado la delusione è importante sottolineare due aspetti: i premi delle casse malati continueranno a restare una delle maggiori uscite dei cittadini e quindi resteranno una delle priorità dell'ACSI. Sarebbe assurdo occuparsi del prezzo dei generi alimentari, che globalmente tendono a pesare sempre meno nei budget familiari e personali, e non delle spese per la salute che si portano via una

fetta sempre più grande delle nostre entrate. Ribadiamo il nostro impegno malgrado la scorsa estate l'Ufficio federale della sanità abbia revocato all'ACSI e a altre organizzazioni il mandato conferito nel 2002 che garantiva una importante sovvenzione per finanziare il servizio di consulenza sulle casse malati. È difficile non mettere in relazione la decisione di Berna con la nostra posizione favorevole alla cassa malati unica e sociale, sebbene sia stata motivata con generiche necessità di risparmio.

Il voto dell'11 marzo è la dimostrazione di come sia necessario che le organizzazioni consumeriste si presentino unite in occasione di importanti consultazioni federali. In Ticino e nella Svizzera romanda dove ACSI e Fédération romande des consommateurs si sono impegnate in favore dell'iniziativa, la proposta ha raccolto numerosi consensi rispetto alla Svizzera tedesca dove la Stiftung für Konsumentenschutz ha lasciato libertà di voto e il Konsumentenforum si è addirittura pronunciato contro.

Per saperne di più

Il testo integrale delle relazioni del presidente Mario Jäggi, della segretaria generale Laura Regazzoni e della redattrice responsabile della BdS, Laura Villa, e lo statuto dell'ACSI comprensivo delle modifiche apportate durante l'assemblea, sono disponibili sul sito www.acsi.ch

E dopo l'assemblea, una lezione su come **degustare** il formaggio

Chi l'avrebbe mai detto che in un formaggio si può trovare il sapore della frutta secca, del miele e della nocciola? Lo abbiamo appreso nel dopo assemblea, con l'ausilio di Renato Bontognoli, presidente dell'ATI AF (Associazione ticinese assaggiatori di formaggi), che in un'interessante conferenza "Dal latte al formaggio" ha spiegato ai presenti l'arte della produzione del formaggio e ha introdotto, con utili consigli, il test degustativo organizzato per il dopo assemblea.

Sul piatto sono stati presentati 3 assaggi di formaggi - indicati semplicemente come A, B e C - a ognuno dei quali si doveva dare un punteggio secondo le proprie preferenze. I risultati sono riassunti nella tabella a lato e confermano, nella sostanza il parere degli esperti. Complimenti ai 53 assaggiatori presenti all'assemblea per la qualità dei loro giudizi!

Il rapporto della cassiera

Il conto d'esercizio 2006 dell'ACSI si è chiuso con un saldo passivo di fr. 3'179.90.

I ricavi ammontano a fr. 428'329 di cui fr. 280'919.50 corrispondono alla tassa sociale comprensiva dell'abbonamento alla Borsa della Spesa mentre i costi sono pari a fr. 431'508.79.

Il patrimonio dell'ACSI alla fine dell'esercizio 2006, dopo la deduzione del saldo passivo, ammonta a fr. 39'926.60. Si prevede di chiudere l'esercizio 2007 con un utile di fr. 150.-

A nome dell'ACSI ringrazio il Consiglio di stato del Cantone Ticino che ci ha nuovamente concesso, attraverso il fondo della Lotteria Intercantonale (Swisslos), il sussidio di fr. 50'000, il Consiglio federale, per il sussidio di fr. 62'892 e il Municipio della Città di Lugano che ci ospita gratuitamente presso lo stabile amministrativo di Breganzona.



Per la degustazione, tra i molti formaggi ticinesi a pasta dura presenti sul mercato, sono stati scelti a caso 3 formaggi della Leventina, Cadonico, Piora e Sorescia.

Formaggio	Prezzo /kg	Giudizio
Cadonico (A)	fr. 34.-	molto buono
Piora (B)	fr. 38.-	abbastanza buono
Sorescia Gottardo (C)	fr. 34.-	abbastanza buono (retrogusto amaro)

Volontariato all'ACSI Ne vale la pena

Rosanna Tognini Braghetta dopo 12 anni di intensa attività a favore dell'ACSI, traccia un bilancio positivo della sua esperienza di volontariato all'interno di un'associazione che ha al centro dei suoi interessi il cittadino consumatore.

Dopo 12 anni di presenza nel comitato esecutivo dell'ACSI, come da statuto, lascio il comitato e la vice-presidenza dell'ACSI pur rimanendo membro del comitato allargato.

E' quindi giunto il momento di tracciare il bilancio di questi anni d'intensa attività e mi piaceva condividere il risultato con voi.

Un risultato, inutile dirlo, positivo. E' stata una bella esperienza che mi sento di consigliare a qualsiasi persona che ha un minimo di sensibilità verso una politica di difesa e d'informazione del consumatore. Ritengo una fortuna aver avuto l'occasione di adoperarmi per qualcosa di buono ed interessante che ha portato numerose soddisfazioni a me e a tutta l'associazione.

In questi anni ho avuto l'opportunità di lavorare a fianco di ben quattro presidenti. Ognuno di loro, con le proprie caratteristiche ed il proprio modo di operare, mi ha trasmesso delle cognizioni che hanno via via aumentato il mio bagaglio personale di conoscenze ed esperienze. Questo bagaglio personale mi ha consentito di lavorare in modo costruttivo ed autonomo, sul territorio, soprattutto a favore dell'informazione ai consumatori nel campo dei rifiuti e a stretto contatto con i volontari ACSI attivi ai mercatini dell'usato e alle bancarelle dell'azione scambio dell'usato.

Il lavoro con i volontari attivi sul territorio, a livello umano, è senz'altro appassionante. E' piacevole poter collaborare con persone che credono in quanto stanno facendo e mettono a disposizione con entusiasmo un po' del loro tempo per un'associazione viva e attiva sul territorio.

Ho lavorato con un centinaio di volontari e oggi posso affermare che il volontariato, all'ACSI è pagante soprattutto dal profilo sociale. Tra i volontari che lavorano assieme per un progetto ACSI si crea uno spirito di gruppo, una rete sociale, un entusiasmo che si percepisce subito quando ci si incontra.

Approfitto di questa lettera aperta per ringraziare i Presidenti dell'ACSI con cui ho collaborato in questi anni ed in particolare Marisa Rathey-Bonomi, Romana Camani, Fiamma Pelossi e Mario Jägglì per la fiducia che mi hanno dato in qualità di loro vice-presidente, tutti i colleghi dei comitati esecutivo e allargato, dal caloroso benvenuto in esecutivo (dove Marisa Rathey e le sue colleghe mi hanno fatto sentire subito a casa) ad oggi e tutti i volontari e i dipendenti ACSI per aver sempre risposto con spirito di collaborazione alle richieste di animare diversi progetti.

Concludo con l'augurio che l'associazione possa rimanere sempre operativa, dinamica e apprezzata come lo è oggi grazie al prezioso contributo sia finanziario sia individuale dei suoi soci. Questo forza sociale non dovrà mai mancare!

ROSANNA TOGNINI BRAGHETTA

Il Comitato allargato ACSI



Mario Jägglì *
presidente



Bruna Poretti *
vice-presidente,



Rita Borsa*
cassiera ACSI



Daniela Fassora*



Bernadette Mottini *



Nadia Piubellini*



Mariuccia Botta



Doris Cattaneo



Elena Codioli



Claire Fischer



Pierina Gnesa



Franco Grassi



Elisabeth Kocher



Fiorenza Locamini



Agnese Maffioletti



Delfina Martinelli



Tiziana Molinari



Caterina Orefice



Teresina Orlandi



Sandro Peduzzi



Roman Rudel



Susanna Sala



Katya Schober



Leda Soldati



Lavinia Sommaruga



Raffaella Sorrentino



Leila Tamagni



Rosanna Tognini
Braghetta



Giuseppe Valli



Claudio Walter



Marco Zanetti

* membri
del Comitato
esecutivo

Grazie a Rosanna, Graziella e Betty

Un sentito grazie per il lavoro svolto a Graziella Costa e Betti Dolina che lasciano il Comitato allargato ACSI. Graziella Costa ha terminato il suo mandato in CA dopo 12 anni di presenza. Un grazie anche a Rosanna Tognini Braghetta che, dopo 12 anni, ha terminato il suo mandato in Comitato esecutivo. Tuttavia in seguito alle modifiche statutarie approvate dall'assemblea, Rosanna potrà continuare a presenziare in CA.

Benvenuti a Caterina, Claudio, Elena, Katya e Susanna

Nuovi membri del CA sono: Caterina Orefice, Claudio Walter, Elena Codioli (responsabile del mercatino ACSI di Bellinzona), Katya Schober-Foletti (giurista al servizio Infoconsumi) e Susanna Sala.

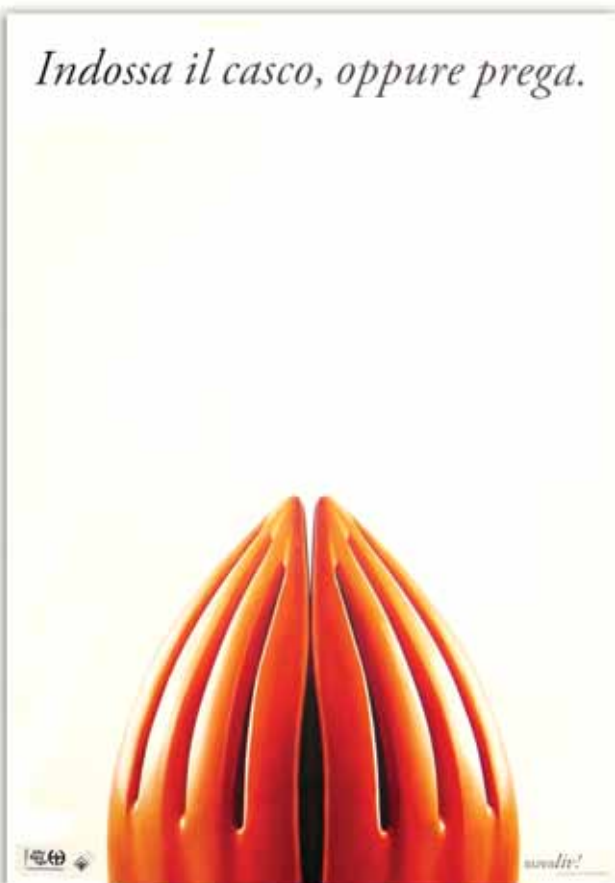
Preghiamo per piste non solo per caschi

Perché usiamo sempre l'automobile? Perché vi investiamo sempre più soldi? Siamo così sommersi dalle auto che rinunciare pare una bizzarria. Certo, siamo anche costretti. Prendiamo il comportamento delle grandi catene commerciali nel settore dell'alimentazione: non investono in complessi di piccole dimensioni, collocati nei centri, ma puntano sempre più aggressive, come i SUV sulle aiuole, a superfici abnormi, solitamente in luoghi ameni e romantici come gli svincoli autostradali, in cui per trovare la marmellata ci vuole il navigatore satellitare. A questo proposito la scelta del gruppo Manor di far suicidare il magazzino storico nel centro di Chiasso per poi dichiararsi pronto ad investire svariati milioni su un terreno con vista autostrada ad un paio di chilometri è un esempio di scuola.

Spendiamo tanto per l'auto e ci tocca usarla per fare la spesa. Ma saremmo così affascinati dall'auto, saremmo così pronti a metterci al volante se non fossimo indotti a ciò da campagne pubblicitarie sempre più invasive? Basta guardarsi attorno, e non si può non notare che, sbaraccati i volti dei candidati al consiglio di stato, ecco ritornare motori e carrozzerie sfavillanti assieme all'ennesima campagna bianco rossa dell'UBS in cerca di clienti per le proprie ipoteche.

Certo, la pubblicità dell'abbonamento arcobaleno c'è, ma fa tenerezza, tanto risulta esangue. Che mondo sarebbe se come d'incanto non ci fossero più auto da pubblicizzare? Il giorno in cui vedremo un ciclista sul cartellone, sarà una data da ricordare: l'inizio della rivoluzione.

Dura la vita del ciclista, con tutti questi motori scalpitanti, tutti questi cavalli allo stato brado. È immaginabile una campagna di un'azienda automobilistica il cui slogan è "Allaccia le cinture, altrimenti prega"? Saremmo sbalorditi. Eppure per la bici si fa. Ecco il cartellone due caschi congiunti come fossero due mani unite in preghiera, tanto bianco un po' angosciante e la scritta in corsivo in alto. Graficamente una bella idea. Se il ciclista è investito, con il casco forse se la cava. Senza non ha scampo. Il che è vero. Però poniamoci una domanda: ma perché i ciclisti devono sempre essere al fronte, in prima linea, con il rischio costante di essere spianati dai SUV? Non sarebbe forse il momento che le autorità, invece di investire in pubblicità per caschi o preghiere, dedichino questi importi per una sana operazione di persuasione più o meno occulta affinché si realizzino piste ciclabili nelle aree urbane in cui i ciclisti possano muoversi senza alcun rischio investimento?



Quali documenti per un piccolo credito

Mi piace la semplicità di questa banca.

Per ottenere un credito privato è lecito chiedere gli estratti bancari degli ultimi mesi? Non si tratta di informazioni strettamente personali? Così ci scrive una socia di Pregassona che continua: mi sembra giusto chiedere la dichiarazione dell'Ufficio esecuzione e fallimenti, ok per l'autentica dei documenti e il certificato di residenza (documenti che comunque costano!) ma del mio estratto bancario che cosa se ne fanno? Non mi sembra corretto!

La domanda del piccolo credito soggiace a una legge (Legge sul credito al consumo) il cui spirito è quello di proteggere da un indebitamento eccessivo il consumatore che chiede un prestito.

Per rispettare lo scopo della legge, le banche devono esaminare la capacità creditizia del richiedente.

Se questo lavora come dipendente, l'esame si basa sul certificato di salario, redatto dal datore di lavoro. Se invece si tratta di un indipendente, la capacità creditizia si desume dal bilancio ma soprattutto dal conto profitti e perdite dell'attività imprenditoriale.

Nel caso invece in cui il richiedente non eserciti alcuna attività professionale, la banca, che è obbligata a verificare la sostenibilità del debito, deve appoggiarsi a altre fonti di informazioni.

Tali fonti possono essere l'ultima notifica di tassazione e gli estratti del conto bancario.

Va detto che la banca è legata al segreto professionale e non può divulgare nessuna informazione raccolta durante l'esame della capacità creditizia. A tale scopo in Svizzera è stata promulgata la Legge federale sulla protezione dei dati che dovrebbe garantire che i dati raccolti sulle nostre persone e/o redditi e/o patrimoni non siano divulgati. Infine, in ogni caso, la banca pretende l'estratto dell'Ufficio esecuzione e fallimenti.

GIUSEPPE VALLI
BDS@ACSI.CH

AVV. KATYA SCHÖBER-FOLETTI
CONSULENTE GIURIDICA

M-Budget e Prix Garantie Vantaggiosi per i consumatori?

Le linee di prodotti "primo prezzo" invadono gli spazi pubblicitari e gli scaffali dei supermercati. Tutti i grandi distributori vi si sono buttati a pesce, sia per offrire merce a prezzi convenienti sia per contrastare la feroce concorrenza che regna in questo settore. Ma il consumatore ci guadagna davvero? In base agli esempi riportati, secondo noi, sì.

In Svizzera, è stata la Migros, nel 1996, a entrare per prima nel settore dei prodotti a basso prezzo con la sua linea M-Budget: articoli semplici, economici, dall'imballaggio uniforme che volevano rispondere alle esigenze di quella parte di popolazione che fatica ad arrivare alla fine del mese.

Così facendo, il gigante arancione risponde ora anche alla pressione dei discounter come Lidl e Aldi che premono sul mercato elvetico. Dal 2004, il francese Carrefour propone a sua volta una linea a buon mercato chiamata "Numero 1", seguito da Coop che, nel gennaio 2005, lancia il suo "Prix Garantie". Questo sviluppo delle linee di merce a basso prezzo corrisponde a un cambiamento del comportamento dei consumatori, come spiega bene l'economista Silvano Toppi nell'ampio e dettagliato servizio a pag. 12 e 13.

Lontano dalla categoria iniziale, cioè le famiglie a basso reddito, a cui erano destinati, tutti o quasi tutti oggi acquistano prodotti a buon mercato. A tal punto che il verde M-Budget è diventato quasi un segno distintivo, alla moda. Questa linea della Migros ha avuto un successo fenomenale.

"I consumatori imparano a confrontare i prezzi e a testare l'alternativa meno cara, dichiara Jean-Claude Usunier docente alla Facoltà dell'HEC (Hautes Études Commerciales) di Losanna, e suddividono gli acquisti tra prodotti economici laddove la marca conta poco e prodotti più cari con i quali si gratificano maggiormente".

I due giganti svizzeri della distribuzione hanno dunque ingaggiato una lotta dei prezzi a colpi di pubblicità e per il momento la tendenza non sembra arrestarsi anche a costo di mettere in pericolo la buona reputazione dei prodotti svizzeri.

"È probabilmente un rischio per la Svizzera, conclude Jean-Claude Usunier, perché l'immagine del «Made in Switzerland» è molto buona e la ricerca del prezzo sempre più basso può incidere negativamente sulla qualità".

Va precisato, tuttavia, che i prodotti più economici possono presentare differenze dal punto di vista degustativo ma non presentano differenze a livello della sicurezza alimentare.

(Fonte: ABE, *À bon entendeur*, TSR, marzo 2007)

Come si fa un formaggio "low cost"



Situata nel cuore della Svizzera centrale, l'azienda familiare Baer è il più grande caseificio elvetico specializzato nella produzione di formaggi a pasta molle dal tipico marchio (nella foto a sin.). Ed è a questo caseificio che la Coop ha commissionato la produzione del suo Camembert e del suo Brie Prix Garantie, quest'ultimo venduto a quasi 6 franchi meno al chilo rispetto al prezzo del Brie della casa. Come può Baer fornire alla Coop formaggi a prezzo così vantaggioso? "È la quantità che ci permette di vendere a prezzo più contenuto – spiega la portavoce dell'azienda – la quale tiene pure a precisare che questo non intacca per niente la qualità: il contenuto è identico ma il caglio, per esempio e soprattutto il fungo che permette alla crosta di "fiorire", è diverso, come è diverso l'imballaggio"...

Per i gastronomi hanno meno gusto

Per l'emissione romanda *À bon entendeur* quattro esperti gastronomi hanno confrontato 9 prodotti a prezzo normale con i loro corrispondenti a prezzo basso.

Di questi alimenti, solo il gelato alla vaniglia di Carrefour è risultato buono. I prodotti assaggiati sono lo Yogurt al lampone M-Budget, la Confettura di fragole e rabarbaro M-Budget, l'Aceto balsamico M-Budget, la Limonata all'aroma di cola M-Budget, il Formaggio Brie Prix Garantie, il Tè freddo Prix Garantie, le Lasagne alla bolognese Carrefour, gli Spinaci alla crema Carrefour, il Gelato alla vaniglia Carrefour. In effetti, i prodotti a basso prezzo sono fatti in modo diverso e non sempre garantiscono la medesima qualità. Ecco perché risulta fondamentale la lettura delle etichette.

**Un regalo intelligente?
Un abbonamento alla
Borsa della Spesa.**

Basta leggere l'etichetta per distinguere la qualità?

Quali sono le differenze tra un prodotto a buon mercato e il suo standard equivalente? Qui trovate i risultati del confronto fatto dalla trasmissione romanda per consumatori ABE attraverso la lettura delle etichette. Le valutazioni invece sono nostre. Le differenze di prezzo sono notevoli ma i prodotti primo prezzo, in generale, non presentano qualità inferiori.



Si tratta di due prodotti uguali (carote e piselli), stessa quantità (500g), senza differenze di composizione ma bella differenza di prezzo.

Piselli e carote Coop
fr. 2.60
Piselli e carote Prix Garantie
fr. 1.75
-0.85 fr.



La maionese primo prezzo contiene meno grassi perché contiene meno olio e più acqua. Di conseguenza è anche meno calorica.

Identico il peso (265 g)
Mayonnaise classic fr. 1.90
M-Budget fr. 1.40
-0.50 fr.



Il prodotto di marca è fatto con farina IP (agricoltura a produzione integrata), riconoscibile dal marchio con la coccinella. Questo non figura sul prodotto M-Budget.

Identico il peso (560 g)
Toast Soleil fr. 2.50
Toast M-Budget fr. 1.40
-1.10 fr.



Il latte standard parzialmente scremato contiene 2,7% di materia grassa, contro l'1,5% per il latte primo prezzo.

MDrink 11 fr. 1.45
M-Budget 2 l fr. 2.-
(fr. 1.-/l)
-0.45 fr.



Dal punto di vista della qualità sono equivalenti. Si differenziano solo per il tenore di calcio e magnesio che non hanno nessuna influenza sui costi di produzione.

Aproz 1,5 l fr. 0.95
M-Budget 1,5 l fr. 0.35
-0.60 fr.



La differenza tra i 2 prodotti sta nel tenore in vitamina C. L'apporto giornaliero raccomandato è di 60 mg. Il prodotto standard (Actilife) ne propone tre volte di più (180mg), contro una volta e mezza (90mg) per la vitamina C M-Budget. Il prodotto Actilife ha un dosaggio eccessivo.

Actilife fr. 3.80 (20 pz.)
M-Budget fr. 3.80 (40 pz.)



Il prodotto di marca indica che è stato elaborato in Svizzera con carne svizzera; il prodotto economico è stato elaborato in Svizzera con carne proveniente da Svizzera e Austria.

Cervelas fr. 2.60
(fr. 1.30/pz.)
Cervoli fr. 3.80
(fr. 0.95/pz.)
-0.35 fr./pz.



Il giudizio positivo va alla crema alla nocciola Prix Garantie. L'etichetta del prodotto Coop (anche quella nutrizionale) è molto chiara e corretta mentre la Nutella privilegia i messaggi pubblicitari a scapito di quelli informativi.

Nutella 750 g fr. 5.95
Prix Garantie 750 g fr. 3.50
-2.45 fr.

Sembrano di carta ma... non sono riciclabili!

Stiamo parlando delle borse della spesa di Coop e Migros, quelle che si possono acquistare nei pressi delle casse e che sovente finiscono la loro esistenza non solo come contenitore per la separazione della carta ma come carta separata. Sbagliato! Le borse di Coop e Migros non devono finire nella carta da riciclare.

Un'attenta lettrice della BdS e attenta anche ai problemi ambientali, ci fa pervenire una borsa di carta della Coop sul fondo della quale è indicato il logo del sacco della spazzatura che sta a indicare che la borsa ci deve finire. Ma come, si chiede, lo acquisto di carta proprio per riciclarlo...

Abbiamo così appurato che è dallo scorso anno che Coop ha sostituito sulle borse della spesa il pittogramma dello smaltimento della carta con quello dei rifiuti domestici. Il motivo è semplice: dal 2001 esse vengono prodotte con carta trattata in modo da renderle resistenti all'acqua. Un trattamento che però fa sì che non siano più adatte al riciclaggio.

La stessa cosa vale per le borse di carta che si possono acquistare alla Migros, con la differenza però che in questo caso sulla borsa non è specificato nulla!

E le borse di altri negozi? È difficile sapere come comportarsi per lo smaltimento delle borse di carta di tutti gli altri negozi; se sul contenitore non è indicato chiaramente... l'unica possibilità è quella di chiedere.

Quello che, comunque, si può dire di queste borse è che sotto il profilo ambientale, il riutilizzo è preferibile al monouso, destinandole alla spazzatura quando sono consumate e rotte.



Quale altra **carta** non è riciclabile?

Carta trattata con colle o rivestita, carta carbone, etichette, buste per foto, carta da fiori, tovaglioli e tovaglie di carta, carta da cucina, carta per filtri, sacchetti da tè, imballaggi di biscotti, bricchi del latte o dei succhi di frutta (imballaggio composito contenente non solo plastica ma anche alluminio), fazzoletti di carta, carta o cartone imbrattati.

Perché le casse malati ci danno **19 franchi e 20?**

Nel corso del 2007 le assicurazioni malattia scaleranno a tutti gli assicurati la somma di fr. 19,20. Meno male – si dirà – che per una volta sono le casse malati a darci qualche soldino... Questi soldi però provengono dall'UFAM (Ufficio federale dell'ambiente) che da qualche anno utilizza questo canale per ridistribuire i contributi prelevati per ridurre l'impiego di solventi.

Ma vediamo di capire meglio da dove proviene questo denaro.

Come detto si tratta in prevalenza del prodotto di un'imposta sui solventi (tassa d'incentivazione sui composti organici vo-

latili o COV), riscossa dal 1° gennaio 2000. I composti organici volatili, contenuti nei solventi, vengono impiegati in molti settori industriali, ad esempio per la pulizia dei metalli e per la produzione di vernici e lacche, e sono annoverati fra le sostanze responsabili dell'aumento dei valori di ozono in estate (smog estivo).

La tassa è stata introdotta per diminuire l'impiego di solventi e contribuire così a combattere le elevate concentrazioni di ozono in estate.

Queste tasse non sono intese come delle imposte ma contributi, che vengono poi restituiti equamente alla popolazione.

Perché attraverso le casse malati? È la

via più semplice. Poiché, infatti, l'assicurazione di base è obbligatoria per tutti, gli assicuratori malattia dispongono di un registro aggiornato di tutti gli abitanti della Svizzera.

Da rilevare che lo stesso metodo di distribuzione verrebbe adottato anche nel caso di una futura tassa sul CO2 applicata ai combustibili.

Quanto sarà distribuito nel 2007 è il prodotto relativo all'anno 2005 che ammonta a circa 144 milioni di franchi, pari a fr. 19,20 per ogni assicurato.

Ulteriori informazioni sul sito Internet www.ambiente-svizzera.ch/cov.

La mediazione, ovvero come risolvere i conflitti insieme

Litigi e conflitti sono sovente inevitabili ma non sempre negativi: possono anzi rivelarsi necessari e positivi. La mediazione è un mezzo per affrontare litigi e conflitti in modo costruttivo e quindi, in ultima analisi, anche socialmente utile.

APERTO a inizio 2004 il Centro delle mediazioni offre un servizio, la mediazione, che sta prendendo sempre più piede anche in Ticino, per volontà dell'Associazione Ticinese per la mediazione (ATME) che ha come scopo, appunto, la promozione della mediazione.

Ma cos'è la mediazione e, prima ancora, cos'è un conflitto?

Un conflitto è, alla base, un segnale di valori e opinioni diverse tra due persone che non si comprendono reciprocamente. Se la divergenza non è gestita correttamente, può portare a una escalation del conflitto con conseguenze distruttive. Preso sul nascere, il conflitto può invece essere anche positivo poiché dà la possibilità di nuove visioni e contribuisce ad allargare gli orizzonti. Ma comunicare non è sempre facile, sentimenti e visioni sono sempre parziali: ed è qui che interviene la mediazione.

Per affrontare litigi e conflitti, la mediazione è un modo meno caro, più rapido e più efficace della via giudiziaria.

In primo luogo quello che è fondamentale nell'avvio di una procedura di mediazione e che la distingue dal procedimento giudiziario è che si tratta di un atto volontario dei contendenti. Senza questa pre-

disposizione la mediazione non è possibile. Inoltre, se una procedura giudiziaria può durare anni e alla fine lascia sovente insoddisfatto anche chi l'ha spuntata, in mediazione, sono di solito sufficienti da 1 a 8 sedute (a dipendenza del caso), per trovare una soluzione ai problemi. Nei Paesi in cui questa prassi è già radicata (come gli USA, in Cina e nel resto d'Europa, ma anche nel resto della Svizzera) ed esistono statistiche su questa attività, è stato possibile verificare che circa l'80% delle mediazioni si conclude con successo. Scopo della mediazione è ristabilire il colloquio tra le parti in causa per il tramite di una terza parte, il mediatore, che offre uno spazio neutro e la sua specifica formazione per favorire la comunicazione tra le parti. Diversamente da quello che si può pensare, la mediazione non è la semplice ricerca di un compromesso: in questa procedura i problemi vengono affrontati in un'ottica che è quella della soddisfazione simultanea degli interessi e dei bisogni di tutti e si ricerca quindi una soluzione fatta su misura e approvata da entrambe le parti che permette a tutti di uscire vincenti dalla disputa (win-win solution). Alla fine di ogni procedura terminata con successo si stipula una sorta di accordo che non è solo



Ogni caso è trattato sempre da due mediatori

un impegno morale ma ha anche carattere vincolante. Nel caso di una mediazione di divorzio, ad esempio, l'accordo potrà essere omologato dal Pretore e produrre i medesimi effetti di una sentenza.

Ogni momento è adatto per mediare, e ciò indipendentemente se una procedura giudiziaria è già in corso e dallo stadio o dall'istanza in cui si trova.

La mediazione può intervenire in molti ambiti del vivere quotidiano: familiare (separazioni, divorzi, problemi generazionali), sociale (vicinato, lavoro, ecc.), commerciale, scolastico e di problemi interculturali e persino nel penale.

Presso il Centro delle mediazioni a Lugano, la maggior parte dei procedimenti riguarda situazioni di carattere familiare ma sono in aumento i casi di divergenze tra vicinato.

Cos'è il Centro delle mediazioni?

È uno spazio d'incontro dove le persone che stanno vivendo un conflitto con il coniuge, un amico, un collega o il datore di lavoro, i vicini di casa, un allievo o un docente, ecc., hanno la possibilità di:

- ricevere informazioni sulla mediazione
 - intraprendere un percorso di mediazione
 - accedere alla documentazione del Centro.
- Al Centro di Lugano è attivo un gruppo di 7 mediatori e mediatrici con una formazione specifica.

Come funziona la mediazione?

La mediazione è un processo molto flessibile e può essere diviso in 5 fasi: colloquio introduttivo, delucidazione del conflitto, ricerca di possibili soluzioni, verifica di un possibile accordo su una proposta, redazione di una convenzione. Durante le sedute ognuno può esprimere i propri sentimenti, preoccupazioni e bisogni.

Quanto costa?

Al Centro di Lugano, unico in Ticino, la prima seduta costa fr. 50; in seguito da fr. 50 a 200 per seduta in funzione del valore della controversia (la tariffa è stabilita dal mediatore con le parti).

Per la mediazione familiare: esiste un tariffario legato al reddito lordo mensile dell'utente (come nei 4 consultori matrimoniali e familiari sussidiati dallo Stato). La tariffa oraria va da 30 a 200 franchi all'ora, rispettivamente per un reddito lordo mensile inferiore a fr. 3'500 e per uno superiore a fr. 15'000.

Chi paga?

I costi sono stabiliti dalle parti con il mediatore prima di iniziare. Le parti decidono insieme chi tra loro pagherà il mediatore.

Come avviare una procedura?

Per richiedere una procedura di mediazione (o per avere informazioni) si può telefonare al Centro delle mediazioni a Lugano, inviare un fax o una e-mail.

Dove si trova?

Via Carducci 4, 6900 Lugano, tel./fax 091 921 45 05, centromediazioni@ticino.com, www.mediazione.ch

ATME

Associazione Ticinese per la Mediazione, Casella Postale 6262, 6900 Lugano, tel. 091 923 39 45, fax 091 910 20 71, atme@ticino.com.

Presidente: Marianne Galli-Widmer.

Segretariato acsi

Via Polar 46, CP 165 6932 Breganzona
 091 922 97 55 fax 091 922 04 71
 acsi@acsi.ch CCP 69-4470-1

da lunedì a venerdì	8.30-11.30
lunedì-martedì- giovedì	13.30-15.30

La borsa della spesa

091 922 97 55 fax 091 922 04 71
 bds@acsi.ch

www.acsi.ch**Infoconsumi acsi**

091 923 53 23 infoconsumi@acsi.ch

lunedì	14-17
giovedì	9-11

Consulenza casse malati

Consigli pratici e documentazione
 091 922 97 55
 venerdì 9-12

Alimentazione

Consigli pratici e documentazione
 091 922 97 55
 1° e 3° giovedì del mese 14.30-17.30

Contabilità domestica

Per una consulenza sul bilancio familiare contattare il segretariato ACSI.
Durante le vacanze scolastiche i servizi di consulenza sono chiusi, ma possono essere raggiunti telefonando al segretariato.

Mercatini dell'usato

Abbigliamento per bambini a prezzi contenuti e in ottimo stato, indumenti e equipaggiamento sportivo, carrozzelle, passeggini, biciclette, lettini, seggioloni, ecc. Prima della consegna di merce ingombrante contattare il mercatino.

Bellinzona, viale Portone 9 091 825 81 77
 martedì, giovedì e venerdì 14-17
 mercoledì (solo vendita) 14-17

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

Bioggio, via Cademario, 091 605 69 03
 martedì e mercoledì 14-17
 giovedì e venerdì 9-11

Mendrisio, via Maspoli 13, 091 646 07 25
 mercoledì 14-17
 venerdì 14-17.30
 sabato (solo da ottobre a febbraio) 14-17

I mercatini di **Locarno** e **Mendrisio** sono chiusi durante le vacanze scolastiche.

La sede di **Bioggio** è chiusa solo per le feste di fine anno; durante le altre vacanze scolastiche consultate la segreteria telefonica del mercatino. A **Bellinzona**, il mercatino resta aperto (a orario usuale) durante la settimana dei Morti mentre negli altri periodi di vacanze scolastiche è aperto il venerdì dalle 14 alle 17 (solo vendita). Aperture straordinarie sono segnalate tramite la stampa.

Riciclaggio dell'alluminio: mancano ancora troppi tubetti

In Svizzera il riciclaggio dell'alluminio ha raggiunto ottimi risultati: negli ultimi 6 anni la quantità di alluminio domestico ha subito un incremento di oltre il 90%, attestandosi attorno a 4560 tonnellate. 9 lattine su 10 e circa l'80% delle vaschette vengono riciclate. Per tubetti e capsule invece si supera di poco il 50%. Ed è proprio la raccolta dei tubetti in alluminio che non è del tutto soddisfacente. A finire nei container adibiti al recupero è infatti poco più della metà dei 70 milioni di tubetti di senape, maionese, salse e paste da spalmare, che ogni anno passano dai banchi di vendita. Si potrebbe dunque fare molto di più. Al pari del riciclaggio della lattina o della vaschetta in alluminio, anche il riciclaggio al 100% del tubetto in alluminio è estremamente utile. Infatti, rispetto alla produzione di alluminio di prima fusione, attraverso il processo di riciclaggio si economizza fino al 95% di energia e si preservano le risorse naturali.

**Un solo numero di telefono per imparare a leggere e scrivere**

Per chi desidera imparare a leggere e a scrivere esiste ora un solo numero di telefono presso cui informarsi: è lo 0840 47 47 47. È stato attivato il 19 marzo scorso dalla Federazione svizzera Leggere e Scrivere: è facilmente memorizzabile e componendolo ci si può informare sull'offerta di corsi tenuti nella propria regione (la tariffa è quella locale). L'allestimento di questa linea telefonica unica facilita la presa di contatto per le persone che si trovano in situazione di illetteratismo. Ricordiamo che, secondo un recente studio pubblicato dall'Ufficio federale di statistica, circa 800 000 adulti che hanno frequentato la scuola incontrano importanti difficoltà nel leggere e capire un testo semplice. Linee telefoniche analoghe sono già state messe in funzione con successo in altri paesi industrializzati e si è potuto constatare che si sono rivelate uno strumento indispensabile per facilitare l'accesso alla formazione di questa parte della popolazione adulta.

La guida sulla divisione del 2° pilastro in caso di divorzio

La legislazione prevede che in caso di divorzio i coniugi dividano a metà i loro averi di vecchiaia. Ma in realtà spesso ciò non avviene e ad essere penalizzate sono generalmente le donne. La Conferenza Svizzera delle delegate alla parità pubblica ha elaborato una guida che è stata ora rielaborata e aggiornata. La 3a edizione della guida "Divorzio, cassa pensione, AVS/AI - Ciò che dovete sapere" (di K. Baumann e M. Lauterburg) esamina le conseguenze della separazione e del divorzio sulle assicurazioni sociali e mostra com'è possibile stipulare una convenzione equa. L'opuscolo può essere ordinato presso gli uffici della parità cantonali o comunali. Per gli indirizzi vedi www.equality.ch.

Come prevenire le panne dell'automobile

Nel 2005 il Touring Club Svizzero (TCS) ha effettuato quasi 377 mila interventi di soccorso a automobilisti in panne. Dopo l'intervento l'86% dei veicoli ha potuto riprendere la strada. Un buon numero di questi interventi avrebbe però potuto essere evitato semplicemente adottando le necessarie misure preventive. Gli operatori del TCS constatano infatti come il più delle volte le panne segnalate sono la conseguenza di una manutenzione insufficiente: batterie datate, pneumatici con una pressione insufficiente... Ma capita anche che la patrouille del TCS venga chiamata per altri tipi di negligenze: la chiave dell'auto chiusa nel baule, o il pieno a benzina della vettura quando la stessa funziona a diesel...



Una nuova pubblicazione del TCS, "prévention des pannes" o "Pannenprävention" (non esiste il testo in lingua italiana) fornisce utili consigli su come evitare le panne più frequenti, come si evidenziano e come eventualmente potervi rimediare da soli sul posto. Vi figura anche la statistica su marche e modelli di autovetture per le quali il TCS è stato chiamato e quali sono state le panne più frequenti. L'opuscolo è venduto a fr. 10.- (gratuito per i soci del TCS).

pubblicazioni

desidero ricevere:

- | | | | | |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------|--------------|-------|--------|
| <input type="checkbox"/> | Schede: mangiare bene per vivere bene | NUOVO | fr. | 3.- |
| <input type="checkbox"/> | L'alimentazione equilibrata dei bambini (esaurito) | | | gratis |
| <input type="checkbox"/> | La guida del bebè | | fr. | 5.- |
| <input type="checkbox"/> | Imprenditori di cambiamento: Agenda 21 locale | | fr. | 18.- |
| <input type="checkbox"/> | Schede: come risparmiare energia | | * fr. | 4.- |
| <input type="checkbox"/> | Schede: perché separare i rifiuti? | | * fr. | 4.- |
| <input type="checkbox"/> | Marchi per alimenti | | * fr. | 25.- |
| <input type="checkbox"/> | Osare. Prospettive per un cambio di rotta | | fr. | 15.- |
| <input type="checkbox"/> | I conti di casa (soci ACSI 12.-) | | * fr. | 16.- |
| <input type="checkbox"/> | Piatti unici | | * fr. | 7.- |
| <input type="checkbox"/> | Schede Internet | | * fr. | 4.50 |
| <input type="checkbox"/> | Tessili: per saperne di più | | fr. | 6.- |
| <input type="checkbox"/> | Reclamare. Ma come? | | fr. | 7.- |
| <input type="checkbox"/> | Medi-Minus (13 schede informative sui medicinali) | | fr. | 2.- |
| <input type="checkbox"/> | Micro-onde: per saperne di più | | fr. | 8.- |
| <input type="checkbox"/> | Guida ai marchi alimentari (formato tessera) | | | gratis |
| <input type="checkbox"/> | Guida alla luce (formato tessera) | | | gratis |
| <input type="checkbox"/> | Guida ai marchi non alimentari (formato tessera) | | | gratis |
| <input type="checkbox"/> | Guida all'acquisto del pesce (formato tessera) | | | gratis |
| <input type="checkbox"/> | Guida all'acquisto del legno (formato tessera) | | | gratis |
| <input type="checkbox"/> | Guida all'acquisto degli elettrodomestici (formato tessera) | | | gratis |
| <input type="checkbox"/> | Adesivo contro la pubblicità nella bucalettere | | fr. | 1.40 |
| <input type="checkbox"/> | 24 etichette per respingere la pubblicità indirizzata | | fr. | 2.- |
| <input type="checkbox"/> | Penna ACSI "salvagente" | | fr. | 3.- |
| <input type="checkbox"/> | La borsa per la spesa | | fr. | 5.- |

Per importi complessivi fino a fr. 15.- allegare il controvalore in francobolli da ct. 85 o da fr. 1.-, fr. 2.- in francobolli per i costi di spedizione (rispettivamente fr. 3.50 per le pubblicazioni segnate da asterisco). Per importi superiori a fr. 15.- riceverete una polizza di versamento. Allegando un'etichetta autocollante col vostro indirizzo facilitate il nostro lavoro.

Data _____ Firma _____

test

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

La borsa della spesa

Produzione di PC, aspetti etici	Mar. 07
Fast food, aspetti etici	Gen. 07
Marchi alimentari	Dic. 06
Caffè, aspetti etici	Nov. 06
Gelati confezionati	Set. 06
Sviluppo foto: laboratori virtuali	Ago. 06
Nichel nella bigiotteria	Giu. 06
Case farmaceutiche	Mag. 06
Software per immagini digitali	Mar. 06
Yogurt probiotici	Feb. 06
Ftalati nei giocattoli	Dic. 05
Tinture per capelli	Set. 05
Acque minerali aromatizzate	Ago. 05
Impianti geotermici	Apr. 05

J'achète mieux, Losanna

Programmi antivirus	Mar. 07
Registratori DVD	Dic. 06
Binocoli	Ott. 06
Tostapane	Mar. 06

Altro Consumo, Milano

Stampanti laser e getto d'inchiostro	Apr. 07
Televisori LCD e plasma	Apr. 07
Stampanti multifunzionali	Mar. 07
Trapani ad accumulatore	Feb. 07
Station wagon e grandi berline	Feb. 07
Lettori MP3	Gen. 07
Telefonini	Gen. 07
Computer fissi e portatili	Dic. 06
Lettori portatili DVD	Dic. 06
Smacchiatori in polvere e liquidi	Dic. 06
Smartphone	Ott. 06
Forno microonde senza grill	Ott. 06
Cartucce per stampanti	Set. 06
Schermi per computer	Set. 06
Batterie ricaricabili+caricatori	Lug. 06
Ferri da stiro	Giu. 06
Lavastoviglie	Apr. 06
Condizionatori	Apr. 06

Test, Berlino

Aspirapolveri	Apr. 07
Pulitori a valore	Apr. 07
Seggiolini bimbi per bicicletta	Apr. 07
Pneumatici estivi	Mar. 07
Apparecchi foto digitali	Mar. 07
Ricevitori DVB-T	Mar. 07
Apparecchi cucina a vapore	Gen. 07
Stepper e crosstrainer	Gen. 07
Videocamere	Nov. 06
Computer portatili	Nov. 06
Spazzolini elettrici per denti	Nov. 06
Telefoni senza filo	Ott. 06
Asciugatrici	Ott. 06
Lavatrici	Set. 06
Zaini per escursioni	set. 06
Seggiolini auto per bambini	Giu. 06
Beamer	Mag. 06

diventa socio/a

data _____

cognome _____ nome _____

via e numero _____

nap _____ località _____

- Desidero aderire all'ACSI per il 2007 e ricevere La borsa della spesa**
Quota annuale fr. 40.- (estero fr. 45.-, sostenitore da fr. 50.-)
Il nostro regalo per te: una comoda borsa della spesa tascabile

- Desidero regalare un'adesione per il 2007 con abbonamento a La borsa della spesa a fr. 40.- a:**

cognome _____ nome _____

via e numero _____

nap _____ località _____

Inviare questa pagina ritagliata e compilata a: ACSI, cp 165, 6932 Breganzona. Potete diventare soci o regalare un abbonamento a La borsa della spesa anche telefonando in segretariato (091 922 97 55), inviando un fax (091 922 04 71) o una e-mail (acsi@acsi.ch). Attenzione: La borsa della spesa verrà spedita ai beneficiari solo dopo ricezione del pagamento da parte di chi offre il regalo.

Vendite per telefono **Stop** agli abusi!

L'Associazione delle consumatrici della Svizzera italiana (ACSI) e la Federazione romanda dei consumatori (FRC) hanno unito le forze per lanciare una petizione per mettere fine agli abusi delle vendite telefoniche. Di fronte alle continue proteste di persone cadute loro malgrado nella trappola di venditori telefonici particolarmente tenaci e scaltri, l'ACSI e la FRC chiedono:



- ✓ un diritto di revoca di 7 giorni
- ✓ la soppressione del limite di 100 franchi per beneficiare di questo diritto
- ✓ il rispetto dell'asterisco da parte dei venditori telefonici.

Firmate e fate firmare la **petizione**

Potete scaricarla dal sito www.acsi.ch
Potete richiederla al segretariato ACSI (091 922 97 55)
Potete trovarla nell'edizione 2.07 della BdS
Potete aderire anche dal sito www.acsi.ch

Denunciate all'ACSI le **pecore nere!**

Segnalate al segretariato o tramite il sito www.acsi.ch le ditte che continuano a importunarvi nonostante abbiate già avvisato di stralciare il vostro numero telefonico dal loro elenco oppure se avete fatto inserire l'asterisco accanto al vostro nome sull'elenco telefonico!