

La borsa *della spesa*

bds

Periodico
dell'Associazione
Consumatrici
della Svizzera italiana












Anno XXXIV
Nr. 2
Marzo-Aprile 2008
Fr. 5.-



**ACQUA: PERCHÉ NON LA
VOGLIAMO IN BOTTIGLIA**

**TEST: INTERNET PER RAGAZZI
COME NAVIGARE SICURI**

**ASSEMBLEA ACSI 2008
A MENDRISIO**

| | | | |
|--|----------------------------|---|--|
|  | Editoriale | Sempre i migliori? | 3 |
|  | La Posta | Disservizio Sat Access, è giusto pagare? I solfidi sull'etichetta dei vini myOne, ma che superofferta sarebbe? | 4 4 5 |
|  | Test | Filtri internet per ragazzi | 6 |
|  | Primo piano | Cosa manca nelle etichette? Bisogna fare qualcosa per il clima L'eterna lotta tra Davide e Golia Con Libera Terra la pasta è più buona | 10 10 11 11 |
|  | Ambiente | Le piante che purificano l'aria | 12 |
|  | Soldi | Dichiarazione delle tasse Carta Maestro e commissioni Yellownet, più trasparenza col cambio Impiegare personale di pulizia è ora più semplice Swisscom, meno tempo per pagare le fatture | 14 21 21 25 25 |
|  | Dossier | Perché non vogliamo l'acqua in bottiglia Bottiglia o rubinetto? Come rispondono i ticinesi Trasporti assurdi Per chi non rinuncia alle bollicine Filtrare l'acqua in casa è inutile Al ristorante chiedete l'acqua del rubinetto | 15 16 17 18 18 19 |
|  | Società | Vaccinazione contro il papilloma virus | 22 |
|  | Scheda | Non fare movimento costa 2.4 miliardi | 23 |
|  | Acsi | Assemblea 2008, programma e rapporto d'attività | 26 |
|  | Consumatori attenti | Chiude la caccia alle stelle di Coop Ma che pubblicità è quella del Carrefour? | 30 30 |



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 romana 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.

Uscite BdS

| | |
|----------|----------------|
| BdS 1.08 | fine gennaio |
| BdS 2.08 | metà marzo |
| BdS 3.08 | fine aprile |
| BdS 4.08 | metà giugno |
| BdS 5.08 | fine luglio |
| BdS 6.08 | metà settembre |
| BdS 7.08 | fine ottobre |
| BdS 8.08 | metà dicembre |



Associazione consumatrici della Svizzera italiana

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

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
Laura Regazzoni Meli
Tatiana Ferrari
Leda Soldati
Giuliana Soldini
Silvano Toppi

STAMPA:

TBS, La Buona Stampa sa
6963 Pregassona

TIRATURA: 9'500 copie

CARTA:

Cyclus Print, riciclata
bianca 80g/m²

FOTO DI COPERTINA:

India: vendita di bottiglie
in Pet usate (ACSI)



Mario Jäggi
presidente ACSI

Sempre i migliori?

Negli alimenti prodotti in Svizzera quanto a presenza di diossine e furani finora andava tutto bene. Ma semplicemente perché dal computo si escludevano i cPCB ("dioxine-like" PCB), composti che per azione tossica sono simili alle diossine. Ora che se ne è finalmente tenuto conto cosa si scopre? Che di questi ultimi ce n'è dappertutto, in particolare negli alimenti d'origine animale: latte, latticini, uova, pesci, ecc. Nella carne del 17% di 66 vitelli e manzi, analizzati recentemente, i livelli superano addirittura i limiti europei. Da notare che i dati peggiori sono stati rilevati sui vitelli d'allevamento estensivo, di animali cioè liberi di pascolare in natura. Questo ci dà un'idea di quanto sia diffusa la contaminazione ambientale da PCB, composti industriali ampiamente usati fino al 1990 quali lubrificanti, liquidi isolanti per trasformatori e condensatori, componenti di speciali vernici antifuoco, ecc.

A differenza dell'emergenza della mucca pazza, qui gli allevatori non hanno responsabilità. Anzi, i più colpiti sarebbero proprio quelli che hanno adottato metodi d'allevamento vicini alla natura e attenti al benessere dell'animale. Sta di fatto che potenzialmente una bistecca su sei è contaminata oltre il lecito. Quanto ad assunzione giornaliera di questi composti con l'alimentazione non siamo meglio piazzati dei nostri vicini europei.

A fine gennaio l'autorità federale, ponendo una serie di condizioni restrittive, per questa primavera concedeva ai frutticoltori l'utilizzo della streptomycina per combattere il fuoco batterico, una malattia che affligge gli alberi da frutta, in particolare i meli. Pratica che nei paesi vicini è stata vietata per limitare l'eccessiva immissione di antibiotici nell'ambiente e lottare così contro il fenomeno dell'induzione di resistenze batteriche, che rendono più difficilmente curabili malattie umane anche gravi. Conseguenza di questi trattamenti sarà la ricomparsa di residui dell'antibiotico nei nostri mieli e forse anche sulla frutta.

Ed è ancora di gennaio la notizia che la carne di un centinaio di vitelli e manzi svizzeri generati con il seme del toro Revenge ET figlio di "una" clone di una supermucca americana, è finita nei piatti di noi ignari consumatori. Anche se le nostre autorità sanitarie garantiscono che quanto a sicurezza alimentare nulla distingue questa carne da quella "naturale", non possiamo che restare perplessi di fronte a queste pratiche eterodosse che avvengono sopra le nostre teste e senza che nessuno si sia sentito in obbligo di informarci, anche per metterci in grado di poter scegliere.

Ma nel paese di «Suisse garantie» (parafrasando Candide) "tout est pour le mieux dans le meilleur des pays".

**Leggi la Borsa della Spesa
online sul sito www.acsi.ch
inserendo il codice
di marzo-aprile 2008:
P676F**

**Assemblea ACSI 2008
sabato 5 aprile
a Mendrisio
Programma e rapporto
d'attività a pag. 26**

Disservizio Sat Access, è giusto pagare?

Sono utente della TV satellitare che ricevo attraverso il servizio Sat Access della SRG SSR Idée Suisse. Per vedere i programmi della nostra televisione dispongo dell'apposita scheda per il decoder. Essendo spesso in viaggio all'estero succede che il mio televisore resta spento per periodi prolungati e, non so per quale motivo, la scheda si disattiva. Per riattivarla bisogna rivolgersi a un numero di servizio. Ho provato e riprovato per una settimana intera, ma non c'è stato verso di poter comunicare con qualcuno. Intanto ho dovuto rinunciare a guardare le reti nazionali alla TV, per accedere alle quali ho pagato la tessera...

L.M.-Montagnola

La nuova tessera Sat Access per la ricezione dei programmi svizzeri ha funzionato per un po' e poi ha smesso di funzionare. Malgrado due e-mail e diversi tentativi (vani) di raggiungere il servizio per via telefonica nonché una lettera inviata per posta, un mese dopo non abbiamo ancora avuto nessun riscontro. Per tutto questo tempo non abbiamo ovviamente potuto vedere i programmi svizzeri. Non ci resta che acquistare un'altra scheda nuova? Non è per il costo (fr. 50.-) anche se preferiremmo fare beneficenza in un altro modo, ma è il trattamento riservato che ci lascia stupiti e amareggiati.

A.Z.-Dalpe

**Per scrivere
a questa rubrica:**

**Redazione BdS
casella postale 165
6932 Breganzona
oppure
bds@acsi.ch**

Non sapendo più a quale santo votarsi, i due utenti di Sat Access si rivolgono alla nostra associazione. Grazie all'intervento dell'ACSI presso il servizio Relazioni Pubbliche della RTSI, la questione è stata oggetto di un'inchiesta interna dalla quale sono risultati "alcuni disservizi della helpline Sat Access" (che a questo punto non sorprendono più nessuno). Il servizio è gestito dalla SSR SRG Idée Suisse e non dalla RTSI – ci viene comunicato – e per quanto accaduto "non possiamo fare altro che scusarci a nome della nostra azienda madre,

presso la quale RTSI si è già fatta portavoce delle lamentele in questione, richiedendo un potenziamento del servizio". Meglio tardi che mai, certo, ma chi rimborsa coloro che nel frattempo hanno patito disagi per non aver potuto usufruire del servizio pagato e per avere perso del tempo (e non poco) cercando invano di capire dove fosse l'interlocutore al quale dovevano sottoporre il problema?

Buoni sconto di Betty Bossi validi anche in Ticino

Ho ricevuto una lettera dalla Betty Bossi contenente un buono del 10% su tutto l'assortimento non alimentare di Coop City. Purtroppo nell'elenco dei negozi non figurano filiali Coop in Ticino dove poterlo utilizzare. Come è possibile? Si tratta forse di una svista? O siamo come sempre ignorati?

I.B.-Lugano

Sollecitata dall'ACSI, Betty Bossi risponde che sebbene Lugano non figuri sul buono, esso viene accettato da tutte le Coop City, anche in Ticino. Quindi, chi ne è in possesso e pensava di non poterlo utilizzare, ne ha diritto. D'ora in poi, grazie alla segnalazione, il Ticino figurerà sui prossimi buoni. Ecco perché è importante farsi sentire!

I solfiti sull'etichetta dei vini

Sull'etichetta di un vino rosé acquistato al Denner ho trovato la scritta, in piccolo, "contient des sulfites" (contiene solfiti): che mai sarà? Non mi è mai capitato di trovare questo piccolo scritto in altre bottiglie. Mi rivolgo a voi per avere spiegazioni in merito.

L.C.-Giubiasco

L'aggiunta di solfiti nel vino, in particolare quelli bianchi, è una prassi che risale nei tempi. La solfitazione consiste nell'incorporare al mosto o al vino una certa quantità di anidride solforosa per realizzare una buona vinificazione e per migliorare la conservazione. Questa operazione si svolge a più riprese nel corso della lavorazione del vino.

Per la maggior parte della gente, consumare alimenti che contengono SO₂ (anidride solforosa) non comporta problemi per la salute. Tuttavia, alcune persone sono sensibili ai solfiti e reagiscono in modo più o meno marcato alla loro presenza negli alimenti. In qualche raro caso può intervenire una reazione di tipo allergico.

Per queste persone è dunque importante

sapere se un alimento contiene solfiti. È per questo motivo che dal 1.1.06 anche i vini devono indicare in etichetta la presenza di solfiti. La legge impone la dicitura "contiene solfiti" se il prodotto finale supera o può superare i 10 mg di questo additivo per chilo o per litro. Nei vini svizzeri di regola non si va mai al di sotto dei 20 mg/l per cui la dicitura dovrebbe figurare praticamente su tutti i vini in commercio. E attenzione, i vini che non danno questa indicazione non sono necessariamente esenti da solfiti, ma ne possono contenere in misura inferiore ai 10 mg/l.

Prodotti per la lavastoviglie

A causa delle pastiglie per lavastoviglie lo scarico del lavandino si è completamente otturato. Dopo l'apertura del sifone ho trovato vari pezzi di calcare attaccati alle pareti del sifone. Una mia conoscente ha trovato le posate ricoperte da una pellicola che è scomparsa dopo aver rilavato le stes- se in lavastoviglie con del detersivo in polvere al posto delle pastiglie.

N.C.-Lugano

La signora che ci scrive si limita a queste constatazioni: non formula domande e in generale, per la lavastoviglie, ritiene migliore il detersivo in polvere rispetto a quello in pastiglie. Non possiamo entrare nello specifico del suo caso poiché non ne abbiamo gli elementi, ma possiamo, grazie al consulto con un esperto in materia, che detersivi in polvere e detersivi in pastiglie sono entrambi buoni ma occorre prestare attenzione ad alcuni aspetti. In primo luogo bisogna scegliere il programma adatto per il tipo di sporco delle stoviglie: programmi a basse temperature con stoviglie molto unte non consentono al detersivo di poter sciogliere adeguatamente questo sporco che tenderà a fermarsi nella macchina e nelle tubature, causando, a lungo andare, dei problemi.

Di regola sulle confezioni dei detersivi vi sono le indicazioni necessarie, ma vi sono anche dei numeri di telefono della ditta produttrice presso la quale è possibile avere informazioni. Un'altra cosa di cui occorre tener conto è la durezza dell'acqua del proprio comune (da chiedere all'amministrazione comunale).

myOne, ma che superofferta sarebbe?

Sul bollettino informativo-promozionale di gennaio della carta myOne di Manor, tra le varie offerte, viene evidenziata l'opportunità di sperimentare per un mese i numerosi vantaggi dell'abbonamento generale FFS. Basta recarsi allo sportello FFS più vicino con il buono da staccare dal bollettino e la carta myOne e si può acquistare un abbonamento generale per fr. 285 in 2° classe e fr. 430 in 1° classe. Tutto bene, se non che questa dell'abbonamento generale delle FFS viene indicata come "super offerta" e viene messo in rilievo il prezzo dell'abbonamento mensile. Senonché la super offerta non riguarda il prezzo, che è uguale a quello richiesto mensilmente dal-

le stesse FFS, ma sta nel fatto che grazie a myOne è possibile ottenerlo per un solo mese, mentre presso le FFS ci si deve abbonare per almeno 4 mesi. Non mi pare una pubblicità corretta.

E.K. - Bellinzona

Conveniamo che la pubblicità avrebbe potuto e dovuto essere più chiara in modo da evitare qualsiasi malinteso da parte del consumatore. Tuttavia la possibilità di poter avere l'abbonamento generale delle FFS per un solo mese, invece di minimo 4 mesi, può essere interessante per i consumatori che intendono provarlo. L'accento andava quindi messo sulla durata e non sul prezzo.

Quella caffettiera avrebbe potuto causare grossi guai

Ho ordinato il ricambio della parte superiore della mia caffettiera Alicia Delonghi. Quando l'ho ricevuta l'ho avvitata, come d'abitudine, al pezzo inferiore della caffettiera per fare il caffè. Il nuovo pezzo superiore non comprendeva però né il filtro, né la guarnizione per cui il caffè bollente è uscito a altissima pressione macchiando muri e mobili e rischiando di ferire mia figlia che un attimo prima si trovava proprio accanto alla cucina elettrica. È vero che avrei potuto controllare bene prima di usare la caffettiera, ma non ho mai avuto occasione di comperare questo ricambio ed ero convinta che il pezzo nuovo sarebbe stato comprensivo di tutti gli accessori necessari. In questo senso ho scritto alla ditta invitandoli a far presente ai clienti che il pezzo nuovo non comprende né filtro né guarnizione. Un biglietto aggiuntivo non costerebbe troppo – visto anche quanto costa il ricambio! – ma può evitare anche gravi incidenti come quello che sarebbe capitato a me se mia figlia si fosse attardata in cucina solo qualche minuto...

S.B. - Pregassona

Siamo d'accordo: una chiara avvertenza che fa notare la mancanza dei due pezzi costa poco ma può servire a molto!

Utili informazioni sullo yogurt

La lettera della signora M.S. di Comano sul no. 1 della BdS mi stuzzica a dare una spiegazione che potrebbe aprire un dibattito che tocca molti aspetti del rapporto che oggi intercorre tra consumatore e produttore, tra piccoli produttori e l'industria agroalimentare e, se vogliamo andare più in là, tra agricoltura e società. Quante cose possono uscire da un modesto vasetto di yogurt! Sono una contadina del Piano di Magadino che conduce con il marito un'azienda agricola biologica, con animali, campicoltura e trasformazione dei prodotti in azienda e questo mi porta allo yogurt. Il nostro, viene prodotto con il latte delle nostre mucche, fermenti, frutta di produzione ticinese fin che è possibile. Il fatto di lavorare con latte non standardizzato e con attrezzature poco sofisticate fa sì che il prodotto finale non sia mai identico: i sapori e l'aspetto dei prodotti industriali, sempre uguali all'occhio e al palato hanno creato una sorta di "dipendenza" nel consumatore che ha la difficoltà a farsi un'opinione propria di ciò che ha nel piatto, nel nostro caso nel barattolo, al punto che una semplice variazione della consistenza può portare a reclami. Il nostro yogurt fatto senza latte in polvere, senza correttori di acidità, senza addensanti non è mai identico a quello del giorno prima. Il latte con il foraggio invernale non è uguale a quello della primavera. Il latte dell'alpe cambia a seconda dei pascoli. L'acidità della frutta che si aggiunge può rendere lo yogurt più o meno denso. Noi abbiamo la fortuna di vendere i nostri prodotti a consumatori molto attenti alla qualità ma che sono anche consapevoli delle specificità della produzione artigianale. La loro è una scelta importante per la nostra agricoltura che ha bisogno di questo rapporto intelligente per continuare a esistere. L'industria alimentare (agro business) però è poco incline ai sentimentalismi e a scanso di problemi deve, come bene è stato spiegato nella vostra risposta, aggiungere e togliere quanto fa il caso. La gentile signora ha ragione di chiedere spiegazioni. Deve però sapere che un alimento non standardizzato è accettato e apprezzato da chi dietro il prodotto vede una storia, un mondo vivo che produce cibo vivo.

Angela Tognetti - Giubiasco

Vorrei portare qualche informazione in più alla risposta concernente lo yogurt e l'aggiunta di latte in polvere. Lo si fa, anche nella produzione casalinga, per ottenere un prodotto "ineccepibile". Gli yogurt bio con la Gemma tuttavia sono sempre prodotti con latte svizzero. Se viene aggiunto latte in polvere, anche questo deve essere svizzero.

Non sono, inoltre, ammessi ingredienti di origine agricola non biologici come non sono ammessi stabilizzanti nella massa dello yogurt, additivi come succo di barbabietola o succo d'uva concentrato per colorare gli yogurt. La pastorizzazione (anche l'evaporazione) e l'omogeneizzazione del latte vanno dichiarate nella lista degli ingredienti

Regula Matasci-Brüngger-Riazino

Ringraziamo Angela Tognetti e Regula Matasci per le importanti aggiunte che hanno voluto fare e lasciamo aperto il dibattito.

Le giuste Etichette di Daniela Lüthi

"Sani, saggi, sobri, solidali e talvolta spensierati consumi a tutti".

Si concludeva così la rubrica settimanale dedicata ai consumi ideata da Daniela Lüthi per la RTSI.

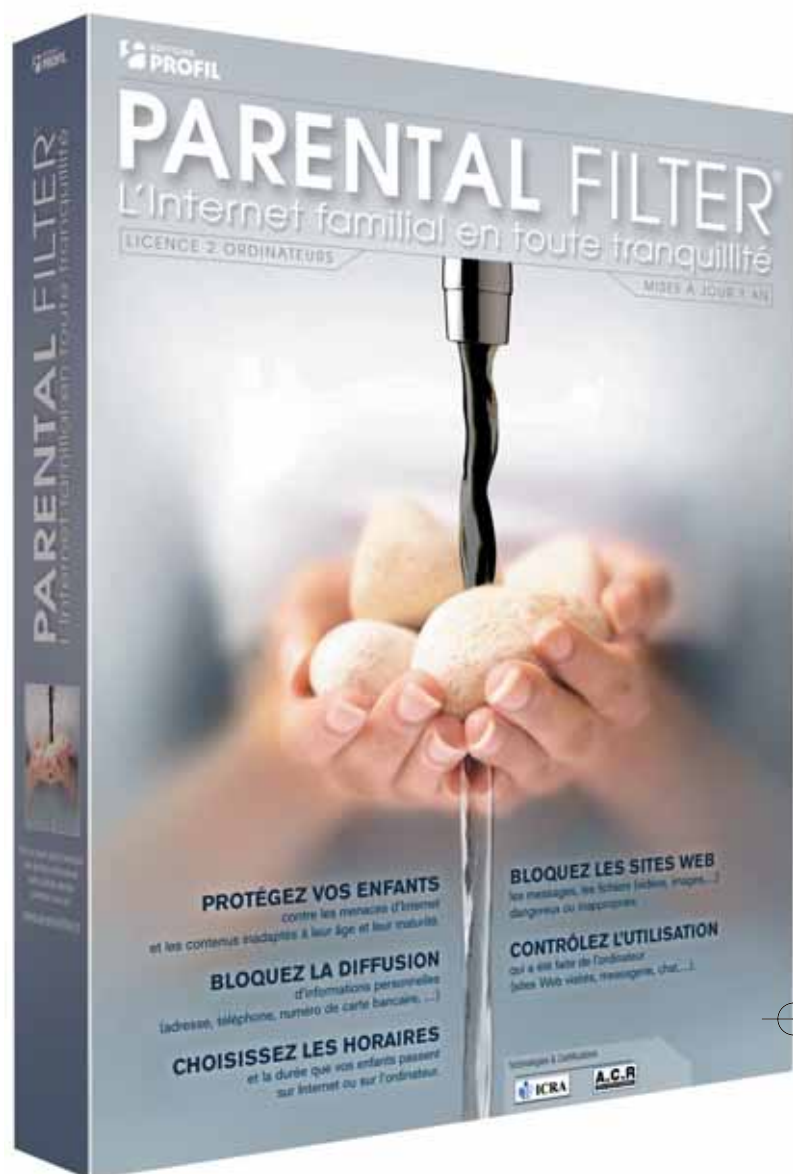


Dopo essere stata una delle prime tre "signorine buonasera" (aveva cominciato a 18 anni nel 1964), Daniela Lüthi (in una foto recente) aveva dedicato ai consumi gli ultimi anni della sua lunga e attiva carriera con un particolare interesse per il consumo sostenibile.

Era una grande sostenitrice e amica dell'ACSI ed è per questo che vogliamo ricordarla sulle pagine del nostro giornale ora che improvvisamente ci ha lasciato con aperti ancora tanti progetti di collaborazione come quello per la difesa dell'acqua bene di tutti in cui stava mettendo entusiasmo e energia.

Bambini e ragazzi in internet, meglio mettere appositi filtri

PARENTAL FILTER è uno dei programmi più completi. Una scelta interessante che consente anche una riflessione da parte dei genitori.



Internet: una porta aperta sul mondo con tutte le sue diversità e la sua ricchezza, ma anche con i suoi pericoli e la sua violenza. E proprio come accompagniamo un bambino, nei suoi primi anni, alla sicura scoperta di ciò che lo circonda, anche la scoperta del web dev'essere guidata con ocularità.

Contrariamente alla TV, in rete non esistono distinzioni d'orario tra i programmi per adulti e quelli per bambini. Per non parlare del rischio concreto del furto di dati: in effetti, il libero accesso alle pagine web e lo scambio di dati personali, i punti forti della rete, rappresentano anche delle minacce da non trascurare.

Demonizzare la rete, però, sarebbe un errore. Internet è anzitutto uno strumento per scoprire e imparare, capace d'incuriosire e meravigliare i nostri figli che, difatti, la considerano irrinunciabile.

Le associazioni dei consumatori hanno perciò valutato dei programmi sviluppati per aiutarci a tener d'occhio i nostri figli, quando siedono al computer, ponendo dei limiti alla loro curiosità.

E anche se molti bambini ne sanno più

dei loro genitori sull'uso del computer, non è necessario essere un hacker, perché l'essere umano, col suo buon senso, è più intelligente di un programma, che in nessun caso può sostituire l'attenzione e la capacità di riflessione di un genitore.

Un filtro, ma con zone grigie

Filtrare ciò che arriva dal web è un primo passo. Tuttavia, un programma completo di "parental control" offre anche altre funzioni, per esempio la possibilità di consentire la navigazione solo in determinati orari o di gestire i programmi utilizzati.

Prima di attivare il filtro bisogna però definire le necessità degli utenti. In effetti, i limiti imposti a un bambino non saranno certo gli stessi di quelli imposti a un adolescente.

Un problema per la navigazione è che la maggior parte dei produttori propone una "lista bianca" (siti ammessi, destinata ai ragazzi da 7 a 14 anni) o una "lista nera" (siti non ammessi, per adolescenti da 15 anni in poi). Tra le due liste ci sono però delle zone grigie, che riguardano i siti d'attualità o d'educazione sessuale. Qui spetta

Accompagnare

I pericoli di Internet si studiano anche a scuola. Ne parliamo con Patrick Duvanel ed Elizabeth Schaer Perrin, del progetto "Prevenzione ed Etica" del Service de l'enseignement obligatoire di Neuchâtel.

Quali sono i rischi per un bambino che naviga su Internet?

I bambini devono essere protetti ogni volta che rischiano di cader vittima della loro ingenuità. Il rischio principale è che rivelino dati personali (numero di cellulare, nome, cognome, indirizzo, ecc.). Bisogna inoltre assicurarsi che i bambini conoscano le questioni legali che riguardano certe possibilità e il loro utilizzo (per esempio: il blog).

E le conseguenze?

La peggior conseguenza è subire un trauma grave per la violenza di certe immagini. Un altro rischio è che ripropongano nei loro giochi certe foto o certe scene

Senza la vigilanza dei genitori, l'uso del computer e la navigazione in rete può portare alla deriva

dunque ai genitori decidere a quali informazioni possono accedere i loro rampolli. Ma anche se il filtro funziona bene, è sempre possibile che certi link o semplici clic sbagliati portino a visitare pagine web sensibili.

Certi programmi di parental control tengono un rapporto dei siti visitati che permette ai genitori di rendersi conto dei percorsi in rete dei loro figli. Attenzione: in caso di connessione wi-fi, nessun programma è in grado di controllare altri computer, per esempio un notebook portato dall'esterno. In questo caso, solo un filtro proposto dal provider Internet può ridurre i rischi.

Infine, i dati sensibili possono trovarsi direttamente nel vostro computer. Per esempio, coordinate bancarie, posta personale o film scaricati dalla rete. Anche questi dati devono essere protetti dalla curiosità infantile.

E, comunque, ricordiamoci sempre che queste "cinture di sicurezza" informatiche non potranno mai azzerare tutti i rischi.

TRADUZIONE TF

Soluzioni e limiti

Esistono diverse soluzioni di parental control.

Integrate nel sistema operativo

Le nuove versioni di Windows e Mac OS con parental control integrato sono senza dubbio le più facili da utilizzare e non comportano costi extra. Se pensate di acquistare o cambiare il computer, tenetelo presente.

Le loro interfacce permettono di creare diversi profili (adulto, adolescente, bambino) e di definire i programmi, le periferiche (webcam, chiavi USB, lettori CD-ROM, eccetera) e le cartelle accessibili a tutti. Inoltre, tengono un rapporto dei siti visitati e permettono di delimitare gli orari di navigazione in rete. Mac OS 10.5 guadagna un punto in più grazie alla funzione che limita il tempo massimo di connessione.

Software specifici

Sono programmi di parental control, che vanno installati e configurati. Ma non tutti si equivalgono. RADIANT NAOMI e MATHEMA non offrono alcuna possibilità di bloccare i forum e le chat. MATHEMA ha ottenuto risultati decisamente negativi: durante il test è stato possibile visionare contenuti pornografici. Per contro,

PARENTAL FILTER o CYBER PATROL permettono di gestire tutti gli aspetti della problematica e facilitano la creazione di profili degli utilizzatori.

Integrate nei programmi di sicurezza Internet

Queste soluzioni sono le meno soddisfacenti. Nella maggior parte dei casi, le funzioni di controllo sono sparse qua e là nel programma senza una reale interfaccia unica. Altro punto debole, nessuno dei filtri del test si è in grado di bloccare i forum.

Offerti dai provider Internet

Anche questi sistemi sono stati provati nel nostro laboratorio e i risultati sono deludenti (i risultati non figurano sulla tabella). Bluewin propone una versione adattata del pacchetto parental control di F-SECURE, con prestazioni simili e che va installato sul computer. Peggio ancora, SUNRISE, offre solo un filtro Internet, chiamato con qualche esagerazione parental control, che ha ottenuto cattivi risultati nelle prove. In ogni caso, malgrado i costi per nulla trascurabili di queste offerte (da 6.50 a 6.90 franchi al mese), nessuna si è rivelata una soluzione ideale.

e dialogare

viste in rete. Se una ragazza è utilizzata come un prodotto, bisognerà spiegare che nella vita vera le cose non funzionano così. Per quanto riguarda gli adolescenti, è importante affrontare con loro il problema della pornografia e indirizzarli verso buoni siti che trattino di salute e di sessualità. (Nota: certi siti di prevenzione e dialogo, come www.ciao.ch, vengono bloccati dai programmi di parental control. Da qui l'esigenza che i genitori valutino di persona i siti accessibili e non accessibili).

Che consigli date ai genitori?

Anzitutto, bisogna seguire i figli e parlare con loro. Prima inizia il dialogo e più facile è mantenerlo.

Peraltro, non bisogna mai dimenticare che un bambino che adesso utilizza un computer filtrato potrebbe un giorno ritrovarsi a utilizzare un computer senza filtri. A quel punto che cosa farà volontariamente o involontariamente? I bambini sono curiosi.

Consigli ACSI

- Sistemate il computer in un locale comune, in modo da tener d'occhio lo schermo.
- Non esagerate: un filtro ossessivo spingerà i figli a fare di tutto per aggirarlo.
- Per i più piccoli (meno di 7 anni), che non navigano da soli, un browser specifico come Easybits Magic desktop o Kidrocket Kid browser, dotati di lista dei siti ammessi, può bastare.
- Ecco qualche sito interessante sull'argomento:
 - www.skppsc.ch - Prevenzione svizzera dalla criminalità
Eccellente fonte che tratta di leggi, cyber dipendenza e cyber criminalità. Per adulti e bambini.
 - www.actioninnocence.org (vedi riquadro a pagina 9)
 - www.polizia.ti.ch - Il sito della polizia cantonale informa sui pericoli in rete e fornisce utili informazioni e strumenti.
 - www.kiloo.org - Gioco interattivo, di-

vertente ed educativo sui pericoli di Internet (in lingua francese). Peccato che i bambini non sono protetti dalla pubblicità della grande banca che sponsorizza il sito!

www.rpn.ch - Portale pedagogico di Neuchâtel, contiene numerose risorse per bambini e adulti (in lingua francese).
www.adonet.org/surf-safe.asp - Sito internet di Telefono SOS Infanzia.



Come si è svolto il test

Per il giudizio finale sono stati presi in considerazione più di cinquanta criteri.

Tra i più significativi, la possibilità d'inviare dati personali, la gestione della posta elettronica, forum e chat, e i rischi potenziali di disattivare il parental control.

Per valutare la qualità dei filtri, il laboratorio ha selezionato una cinquantina di siti sensibili (pornografia, incitamento alla violenza, ecc.).

I programmi di parental control sono quindi stati provati su questi siti, così come sulle parole chiave dei motori di ricerca più utilizzati in rete.

È stato rilevato anche il modo in cui è scattato il blocco (chiusura della finestra o messaggio specifico).

- + Molto buono
- Buono
- Soddisfacente
- ▲ Poco soddisfacente
- ▲ Insufficiente
- ✓ Sì
- ✗ No
- nd Non disponibile

| | | INTEGRATO AL SISTEMA OPERATIVO | | PROGRAMMI | | | |
|---|--|--------------------------------|------------------|-----------------|--------------|--------------------|---------------------|
| | | APPLE OSX | WINDOWS VISTA | PARENTAL FILTER | CYBER PATROL | OPTENET WEB FILTER | SAFEYES |
| | | Apple OSX 10.5 Leopard | Parental Control | Parental Filter | Surf Control | Web filter | Internet safety.com |
| Versione testata | | 10.5 | prima versione | V 1.5.8 | 7.6 | 9.6 | 5.0 |
| Versione demo disponibile | | ✗ | ✗ | 2 settimane | 2 settimane | 2 settimane | 2 settimane |
| Prezzo indicativo per scaricare da internet¹ | | incluso | incluso | 69.90 | 54.30 | 66.30 | 54.70 |
| Compatibile con | Windows 2000 | ✗ | ✗ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| | Windows XP | ✗ | ✗ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| | Windows Vista | ✗ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| | Linux Unix | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| | Mac OS | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✓ |
| Valutazione delle opzioni (21,7%) | Visibilità del blocco | + | + | ● | ● | ● | ● |
| | Resoconto navigazione | + | + | + | ● | ● | ● |
| | Sicurezza per il bambino | ● | ● | + | + | ● | + |
| | Creazione profili utilizzatore | ● | ● | + | + | ● | ● |
| | Controllo degli orari | + | ● | + | + | ● | ● |
| | Tempo max di connessione | + | ▲ | + | ● | + | ● |
| Vita privata (21,7%) | Blocco dei forum | + | + | ● | + | ● | nd |
| | Blocco del chat | + | + | ● | + | ● | ● |
| | Blocco di parole-chiave o dettagli bancari | nd | nd | + | + | nd | ▲ |
| Blocco dei siti (21,7%) | Proibito | ● | ● | ● | ▲ | + | ▲ |
| | Superblocco | + | ● | + | + | + | ● |
| Protezione contro la disattivazione del controllo (8,7%) - volontaria o involontaria | | + | + | + | + | + | + |
| Uso delle risorse del computer (13,4%) | | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Facilità nell'uso (4,3%) | | + | + | + | + | ● | ● |
| Polivalenza (8,7%) | | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| GIUDIZIO GLOBALE | | ● / ● | ● / ● | ● / + | ● | ● / ● | ● / ● |
| | | 67.62 | 61.16 | 77.00 | 73.39 | 61.97 | 57.99 |

1) prezzo in euro convertito in fr. al cambio di 1,67

Action Innocence

L'associazione Action Innocence, fondata a Ginevra nel 1999, sensibilizza genitori e figli sui rischi della pedofilia su Internet. A questo proposito, Action Innocence ha testato numerosi filtri web e propone anche degli opuscoli, dei giochi o dei corsi di formazione.

Inoltre, questa associazione sviluppa anche degli strumenti per aiutare la polizia svizzera e francofona a rintracciare i cyber-criminali.

I risultati dei test di Action Innocence possono differire dai nostri, perché cambiano gli aspetti considerati e il metro di valutazione, ma le conclusioni finali sui programmi sono identiche.

Prima di un acquisto chiedi i test all'acsi

| SPECIFICI | | | | | | INTEGRATO AL SOFTWARE DI SICUREZZA INTERNET | | | |
|----------------------|--------------------------|---------------|--------------------|----------------------|--------------|---|------------------------|-----------------------------|------------------------|
| NETNANNY | K9 WEB PROTECTION | TECH-MISSION | CYBER-SITTER | RADIANT NAOMI | MATHEMA | BIT-DEFENDER | F-SECURE | TREND MICRO | G DATA |
| Content watch | Blue coat web protection | Safe families | Solid oak software | Family safe Internet | Zot Family | Softwin Internet security | Internet security 2008 | PC cillin Internet security | Internet security 2007 |
| 5.6.0.37 | - | 2.1 Build 88 | 9.7.1.21 | 3.2.90 | 1.4.10.0 | 2008 | Internet security 2008 | 2007 15.30.1234 | 2007 1.0.0.2 |
| 2 settimane | × | × | × | × | 2 settimane | 30 giorni | 30 giorni | × | × |
| 42.70 | gratuito | gratuito | 42.70 | gratuito | 75.15 | 71.30 | 101.90 | 101.90 | 91.70 |
| <i>non precisato</i> | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| ✓ | ✓ | ✓ | non precisato | non precisato | ✓ | ✓ | ✓ | non precisato | ✓ |
| ✓ | ✓ | ✓ | × | × | × | × | × | × | × |
| × | × | × | × | × | × | × | × | × | × |
| ● | ● | ▲ | ● | ▲ | + | ● | ● | ● | ● |
| ● | ● | ● | ● | ▲ | ▲ | ● | ● | ● | ● |
| ● | ● | ● | ▲ | ▲ | ▲ | ● | ● | ▲ | ● |
| ● | ▲ | + | ▲ | ▲ | ▲ | ● | + | ▲ | + |
| ● | ▲ | ▲ | ▲ | ▲ | ▲ | ▲ | ▲ | ▲ | + |
| ● | ▲ | ▲ | ▲ | ▲ | ▲ | ▲ | ▲ | ▲ | + |
| ● | nd | nd | ● | nd | nd | ▲ | ▲ | ▲ | ▲ |
| ● | nd | nd | ● | nd | nd | ▲ | ▲ | ● | ▲ |
| nd | nd | nd | nd | nd | nd | + | nd | + | nd |
| ▲ | ● | ● | ▲ | ▲ | ▲ | ● | ▲ | ▲ | ▲ |
| ● | ● | ● | ▲ | ● | + | ● | + | + | ▲ |
| + | + | + | + | + | ▲ | + | + | + | + |
| ● | ● | ▲ | ● | ● | ▲ | ● | ● | ● | ● |
| ● | ● | ● | ● | ● | ▲ | ● | ● | ● | ● |
| ● | ● | ● | ● | ▲ | ● | ● | ● | ● | ● |
| ● | ● | ▲ / ● | ▲ | ▲ | ▲ / ▲ | ● / ● | ● | ▲ / ● | ▲ / ● |
| 53.19 | 51.79 | 42.01 | 33.53 | 32.33 | 23.45 | 64.68 | 51.93 | 37.07 | 35.64 |

Che cosa manca nelle etichette?

Che lingua parlano le etichette? Ci dicono tutto quello che dovremmo sapere? Oppure: che cosa legislatori e produttori vogliono che leggiamo? E noi le sappiamo interpretare?

Che il tuo alimento sia la tua prima medicina! Giusto, bravo dottor Ippocrate. Ma oggi sembra una vita impossibile.

Se con l'alimento si pretende di vendermi anche la salute? "Ricco in ferro", "ricco in calcio", "povero di materie grasse", "buono per la crescita", "rafforza il colesterolo buono"... Se con l'alimento mi si vende anche la chimica? Aromi, coloranti (da E100 a E180), conservanti (da E200 a E297), antiossidanti (E300), stabilizzanti (E576) esaltatori di sapidità (da E620 a E650), emulsionanti, agenti raddensanti, agenti di rivestimento... Ci sono le etichette che mi informano. Una litania. E come Europa (anche per la Svizzera), E come edibile (commestibile). Rassicuranti? Ma chi ci capisce, chi controlla, chi riesce a interpretare? Eppure devono esserci quelle

etichette. Anzi, cresce significativamente la necessità di volerne di più. Persino con finalità specifiche, come dimostrano due proposte d'attualità, l'una europea, che coinvolgerà anche la Svizzera, in difesa della salute; l'altra svizzera, che già si pretende impraticabile ma merita riflessione, per rendere più attento il consumatore all'ambiente.

Un'etichetta contro l'obesità

La Commissione europea ha proposto alla fine di gennaio di apporre sulle derrate alimentari e sulle bibite una etichetta che indichi sia il valore energetico del prodotto sia il paese d'origine. Scopo: meglio informare il consumatore e lottare contro l'obesità, ritenuta un flagello moderno. A quanto già figura ora sulle etichette dei prodotti (ingredienti, indirizzo del fabbri-

cante, date di fabbricazione, scadenza), dovrà essere aggiunta l'indicazione, in valore assoluto (per 100 grammi o 100 millilitri), del valore energetico, della presenza di glucidi, zucchero, lipidi, acidi grassi saturi e sale, "in maniera chiara e di lettura facile, che non si presti a confusione". Giustificazione politica: "nel nome degli obblighi della salute pubblica".

Resistenza economica scontata della Confederazione delle industrie alimentari. Troppa precipitazione: le cose richiedono tempo. Complicazione: si trasformano gli imballaggi in colonne di cifre a scapito di una informazione semplice, immediata, come pretendono i consumatori. Costi elevati, quindi, per imballaggi più voluminosi, anche a causa del corpo del carattere richiesto (superiore ai tre millimetri). Burocrazia inutile, infine, perché occorre precisare il paese d'origine del prodotto (esempio: burro italiano fabbricato con latte tedesco) mentre dovrebbe essere sufficiente l'ultimo luogo di fabbricazione.

La mossa europea assume e introduce un obbligo condivisibile, che coinvolgerà maggiormente anche le industrie alimentari svizzere (preoccupata la Nestlé). La politica chiama giustamente alle proprie responsabilità l'economia. Ogni obbligo di questo tipo comporta dei costi, che non dovrebbero essere caricati solamente sui consumatori. I quali devono comunque rendersi conto che ogni sicurezza alimentare in più può ridurre il potere d'acquisto ma forse è il solo modo per rendere ancora agibile il principio di Ippocrate, privilegiando la salute.

Un'etichetta contro il Co2

Un chilo di fragole importato con l'aereo da Israele genera 25 volte più Co2 (o danni per l'ambiente) dello stesso chilo prodotto in Vallese. Il non senso di questo tipo di economia (o di importazioni fuori stagione) dovrebbe saltare agli occhi anche ai più irrazionali consumatori. Purtroppo non è così. L'iscrizione sull'imballaggio di un bilancio ecologico di ogni prodotto alimenta-

Bisogna fare qualcosa per il clima Lo chiedono in 150'000

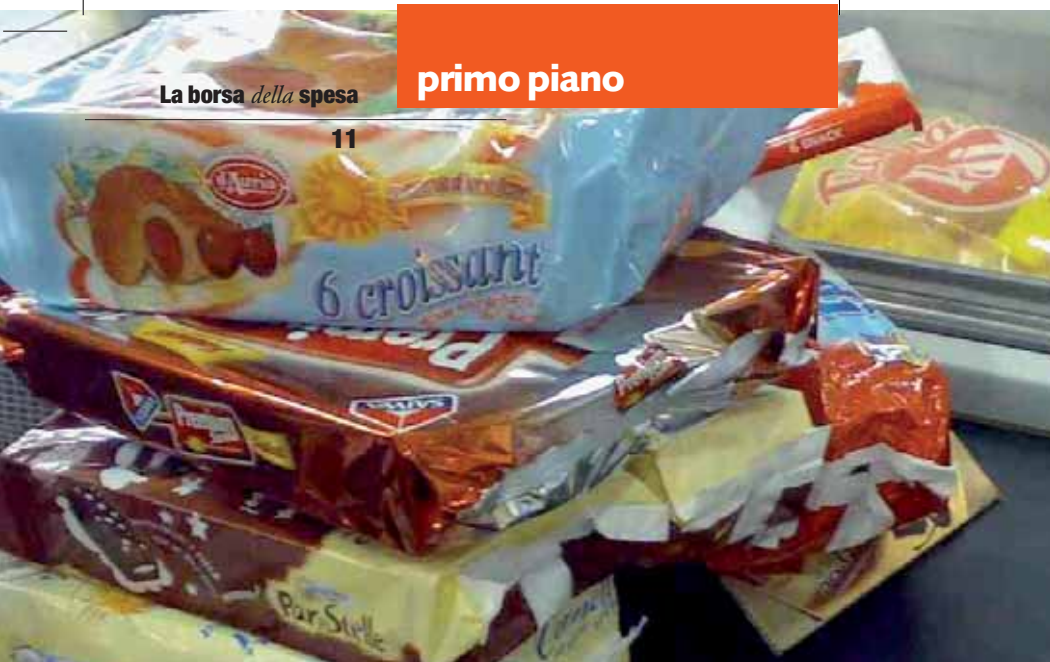
Cammelli al posto delle mucche: uno scenario climatico che ci si auspica non si verifichi mai. Così i promotori dell'"Iniziativa popolare per un clima sano" – promossa da una larga coalizione in cui figura anche l'ACSI – hanno consegnato lo scorso 29 febbraio alla Cancelleria federale a Berna oltre 150'000 firme (151'817). L'iniziativa chiede la riduzione dell'emissione di gas a effetto serra di almeno il 30% sul territorio federale entro l'anno 2020, rispetto alla situazione del 1990. Il numero elevato di firme raccolte nel breve periodo di sette mesi indica chiaramente che la popolazione ha molto a cuore la protezione del clima. Le cittadine e i cittadini svizzeri vogliono ora fatti concreti, per proteggere il clima, l'uomo e l'ambiente. Negli ultimi anni, il Consiglio federale e il Parlamento non hanno deliberato su alcun provvedimento adeguato in materia di protezione del clima. La Svizzera è ben lontana dagli obiettivi minimi di riduzione definiti dalla Legge sul CO2 e ratificati dal Protocollo di Kyoto. Con la presentazione dell'iniziativa, i promotori intendono indicare l'urgenza e la responsabilità di adottare provvedimenti in materia di protezione del clima ponendo l'accento sull'efficienza energetica, sulle nuove energie rinnovabili e introducendo l'imposta sulle emissioni di CO2 dei carburanti. Thomas Vellacott del WWF Svizzera e presidente dell'Associazione afferma in tal senso: "La Svizzera deve finalmente cogliere queste opportunità perché la protezione del clima è politica economica, elimina i costi derivanti dai danni, riduce il fabbisogno energetico, crea posti di lavoro ed agevola l'affermazione di nuove tecnologie".



La borsa della spesa

primo piano

11



re potrebbe permettere di rendersene conto e di risvegliare la ragione e di fare acquisti con cognizione di causa. E' d'altronde il principio fondamentale del mercato.

Una commissione parlamentare federale si è però rifiutata di rendere quest'iniziativa obbligatoria. Giustificazione politica, sposata alla opposizione economica: impraticabilità della proposta.

Primo, per la difficoltà nel calcolo delle emissioni di Co2: seguire un prodotto da Israele o dall'Argentina o dalla Nuova Zelanda sin dentro le celle frigorifere di un supermercato non è facile. Secondo, l'obbligatorietà dell'etichettatura è impossibile: lo Stato deve tener conto di tutti i suoi accordi commerciali con l'estero.

Alla prima obiezione si può rispondere: limitiamoci a imporre l'etichetta quando per il prodotto c'è stato un trasporto aereo, spesso superfluo, irrazionale, antieconomico. Oppure indichiamo con preciso-

ne il luogo di provenienza, come vogliono i contadini. Alla seconda: un'etichetta anche solo svizzera non viola nessun accordo commerciale con l'estero: è un'informazione più che lecita. E' vero che l'efficacia è scarsa per il nostro piccolo mercato, e ci vorrebbe la massa critica minima dell'Europa. E' vero che si dovrebbe agire direttamente sulla catena di produzione e di distribuzione.

La proposta, anche se contenuta, poteva comunque rendere più sensibili i consumatori nei confronti del fatto che quando consumano un prodotto consumano anche l'ambiente e che, purtroppo, i costi del consumo e della distruzione dell'ambiente non vengono mai addossati all'economia. Che li addossa invece allo stato (protestando per le imposte), al disfacimento della natura (protestando per le regole) alle generazioni future (ignorandole).

SILVANO TOPPI, ECONOMISTA

Con Libera Terra la pasta è più buona

A volte non si percepisce il valore di un marchio, per come siamo tra slogan pubblicitari e esigenze di etichettatura, come ben si percepisce leggendo l'analisi di Silvano Toppi in queste pagine. Ma è importante, anzi è indispensabile, se vogliamo esercitare il nostro potere di consumatori, capire il messaggio che un prodotto ci comunica. Alla Coop di Ponte Tresa Italia abbiamo trovato questa pasta che merita la nostra attenzione: è prodotta dalla cooperativa Libera Terra nata con lo scopo di creare attività sui territori confiscati alla mafia nel tentativo di affermare metodi di lavoro che coinvolgano i soggetti sani del territorio: il bene confiscato si trasforma così in una risorsa per lo sviluppo dell'intero circuito socio-economico. Ne sono coinvolti agricoltori biologici che forniscono la materia prima. Analogamente, sono interessate diverse strutture artigianali che effettuano la trasformazione dei prodotti.



Publicità, l'eterna lotta tra Davide e Golia

L'acqua di Vals, che ora appartiene alla Coca-Cola, a suon di milioni si è assicurata il titolo di acqua ufficiale di EURO 2008. Quante conferenze stampa o altre "povere" manifestazioni dovremmo organizzare per scoraggiare l'acquisto di acque in bottiglia, quando il battage a suo favore si avvale di mezzi ai quali mai potremo accedere? La società civile e il mondo politico, sebbene sostengano e proclamino la necessità di uno sviluppo sostenibile, continuano imperterriti a mettere a disposizione della pubblicità mezzi che sono di noi tutti (radio, televisione, stadi, strade, piazze ecc.) consentendo così di poter "convincere" e quindi di crescere commercialmente solo a chi ha i capitali per permetterselo. Come le multinazionali delle acque in bottiglia e di certe bevande che dello sviluppo sostenibile se ne fanno un baffo, con i loro trasporti inquinanti e le montagne di imballaggi vuoti che lasciano dietro di se. Basta che paghino e molto. Sono comunque investimenti redditizi. Grazie a questi, ci viene detto, potremo continuare a vedere lo show, il film preferito, la partita di livello internazionale. Con soldi che escono inevitabilmente dalle nostre tasche. E' corretto tutto ciò?

Va riconosciuto che i nostri media radiotelevisivi (e i giornali, ma qui siamo nel privato) concedono ragionevole spazio anche a chi si oppone a un certo tipo di sviluppo o a chi difende l'interesse generale. Ma l'impatto sul pubblico è ben diverso: cosa sono quei pochi minuti di intervista o di immagini trasmessi "una tantum" rispetto al passaggio martellante e ripetuto all'infinito in TV di un messaggio pubblicitario? Specie se accattivante, con immagini e personaggi seducenti, creato da professionisti della persuasione occulta. E che, non di rado, si spinge fino ai limiti dell'inganno. Ammettendo che radio e televisione pubbliche o private non possano rinunciare a questi proventi, l'interesse generale non andrebbe comunque prioritariamente difeso emanando norme che consentano di escludere la diffusione di messaggi pubblicitari per quei prodotti il cui consumo arrechi danno o generi costi sproporzionati alla collettività?

MARIO JÄGGLI, PRESIDENTE ACSI

Le piante verdi che purificano

Per respirare meglio mettete un po' di natura nei vostri interni

L'inquinamento dell'aria dell'ambiente esterno è molto più conosciuto di quello all'interno delle case e degli stabili. Eppure anche dentro le mura di casa la situazione non è proprio rallegrante. Qui siamo in balia dei COV (composti organici volatili, vedi riquadro a lato), sostanze inquinanti che emanano da colle di moquette, vernici, o materiali da costruzione e d'isolazione.

Di questi COV, a dire il vero, non si sente molto parlare, vengono alla ribalta di tanto in tanto quando, nel corso di qualche test o misurazione, le organizzazioni di protezione dei consumatori riscontrano eccessive emanazioni.

Certo è che quotidianamente trascorriamo più di 20 ore all'interno di edifici, tra casa, scuola o lavoro. E proprio per questo, nelle persone più sensibili queste sostanze tossiche, a volte cancerogene, possono essere responsabili di problemi respiratori, riniti o mal di testa.

Per sentirsi meglio si sente sovente il bisogno di una bella boccata d'aria fresca e di un po' di natura. Ma non è solo una questione istintiva. Vi sono ricercatori che sostengono l'effettiva efficacia delle piante come vere piccole fabbriche depuratrici in grado di ridurre (ma purtroppo non di eliminare) l'inquinamento interno.

Da una ventina d'anni il dr. William Wolverton, specialista statunitense delle



Chlorophytum comosum (Falangio)
Campione tra tutte le piante, neutralizza l'86% della formaldeide e il 90% del monossido di carbonio in 24 ore. Rende l'aria meno allergenica.



Dracaena o Dracena
È una vera macchina depurativa: neutralizza il 79% del benzene in una giornata e elimina anche tricloretilene e formaldeide.



Edera
Questo sempreverde elimina il 90% del benzene contenuto in un locale. È ideale per spazi poco riscaldati.

scienze dell'ambiente al servizio della NASA, conduce ricerche sull'uso delle piante per purificare l'aria all'interno di ambienti prettamente spaziali; ma se le piante possono depurare l'aria di una stazione spaziale lo possono certamente fare anche a casa nostra.

Come funziona?

Il principio del disinquinamento si fonda sullo scambio gassoso. Le particelle inquinanti sono assorbite dalle foglie e i microorganismi viventi nelle radici li convertono in prodotti organici che utilizzano per

nutrire la pianta. Grazie al processo di "traspirazione" la pianta emette in seguito del vapore acqueo e contribuisce così a migliorare il tasso di umidità dell'aria interna e lo stesso tasso di ossigeno. Più la pianta è di grandi dimensioni più è grande la superficie del fogliame e più è importante questo scambio gassoso.

Tuttavia un solo tipo di pianta non è in grado di eliminare tutti i tipi di elementi inquinanti. L'ideale è dunque optare per la quantità e la diversità delle piante.

Occorre inoltre osservare che, contrariamente a quanto si ritiene comunemente,

I principali agenti inquinanti degli interni

Formaldeide (formol):

è presente nelle schiume d'isolazione, in alcune colle e in certi materiali agglomerati. È cancerogeno.

Benzene:

è usato come solvente negli inchiostri, nelle vernici, nei pesticidi, nelle materie plastiche... Lo si trova anche nei gas di scarico e nel fumo delle sigarette. È cancerogeno.

Tricloretilene:

è usato come solvente nei prodotti per sgrassare e per la pulizia a secco dei vestiti. È tossico e irritante per la pelle e le mucose. Probabilmente cancerogeno.

Pentaclorofenolo:

usato come fungicida per la protezione del legno e nel trattamento della pasta di carta. È cancerogeno.

Ammoniaca:

è presente nei prodotti sgrassanti industriali e in taluni prodotti di pulizia.

Monossido di carbonio:

gas tossico e inodore che si sprigiona dagli impianti di riscaldamento a combustione, a gas e per riscaldare l'acqua; è presente anche nel fumo di tabacco e nei gas di scarico.



L'aria di casa



Filodendro

Assorbe la formaldeide e il pentaclorofenolo che si trova nei prodotti di trattamento del legno. Sviluppava parecchio vapore acqueo.



Ficus

Assorbe il 90% della formaldeide contenuta nell'aria. Ma attenzione: presso alcune persone può provocare allergie e causare intolleranza al lattice.



Azalea

imbattibile per neutralizzare l'ammoniaca.

non vi sono controindicazioni al fatto di avere delle piante anche in camera da letto poiché esse producono una quantità di ossigeno molto più importante del gas carbonico che emettono. Una pianta emette comunque meno anidride carbonica del partner che dorme accanto a voi o del micio che passa la notte sul vostro piumone.

Oltre a tutto ciò, bisogna infine pur riconoscere che le piante verdi in una casa o in un ufficio creano di solito ambienti molto più gradevoli.

Fonte: FRC Magazine

Consigli ACSI

- Moltiplicate le specie di piante poiché la loro azione è complementare.
- Evitate di concentrarle in un angolo della stanza; collocatele piuttosto in piccoli gruppi in più punti.
- Preferite i vasi in terra cotta.
- Aerate i locali almeno 10 min. al giorno.
- Evitate le candele profumate, i bastoncini d'incenso e i profumi d'ambiente che, tra l'altro, rilasciano nell'aria benzene e formaldeide.

I COV si aggirano tra di noi

L'acronimo COV sta per "composti organici volatili" (dall'inglese "volatile organic compounds"). Si tratta di sostanze utilizzate come solventi in molti settori e contenute in diversi prodotti quali colori, lacche, detersivi, prodotti per la cura del corpo e propellenti per bombole spray.

Se liberati nell'aria, possono avere effetti nocivi tanto per l'uomo quanto per l'ambiente. In particolare costituiscono i cosiddetti inquinanti precursori per la formazione dell'ozono troposferico, che si crea appunto in presenza dei COV e degli ossidi di azoto (NOX), come pure per effetto della luce solare. Soprattutto durante i mesi estivi il fenomeno si impone alla ribalta della cronaca con il nome di smog estivo.

I COV possono provenire anche da fonti naturali, segnatamente dai boschi nelle regioni rurali, che però non ricoprono un ruolo preponderante per la formazione dell'ozono negli agglomerati svizzeri: le emissioni naturali sono infatti di molto inferiori a quelle antropogene, ossia prodotte dall'uomo.

Fonte: Ufficio federale dell'ambiente, www.bafu.admin.ch/voc/index.html?lang=it



PAPRIKA

Facciamo un giro nelle capitali. A Parigi bevi Mecca-Cola, imitazione franco-islamica della Coca-Cola. Asterix, eroe gallico, s'è fatto hamburger "MacDonald's born in Usa, made in France", leggo nella Metropolitana. Pure a Berna ci hanno provato con un simbolo nazionale, l'Emmental. A Londra finisci nei fast-food tandoori dei rivali indiani e pachistani di McDonald's. A Berlino ti invitano negli Einstein-café, contrappunti presuntuosi alla Starbucks americana, la catena di "coffee" che da Seattle ha invaso il mondo con il motto "a third place", un terzo posto tra casa e ufficio. La trovi clonata persino a Bombay con i caffè Barista.

Esempi di "ibridazione". La chiamano così. Vuol essere un valore. Le culture si incontrano, si mescolano, si localizzano. Ci spiegano: noi arriviamo con le nostre marche universali e i nostri prodotti mondializzati; voi li assimilate, li trasformate, li ibridate. Si creano nuove culture della diversità, che continuano a riflettere le vostre identità (Mecca, Asterix, Emmental, ali di pollo tandoori, caffè, tè?). Voi ci assomigliate di più, noi vi assomigliamo di più. C'è forse di meglio e a minor prezzo per l'umanità?

Mi chiedo: non è che finiamo tutti per somigliare a uno solo? I falsi Cola, nonostante la Mecca, sono altrettanto efficaci del vero Coca a diffondere la cultura ch'esso rappresenta. Una ipocrisia.

I fast-foot tandoori evitano il marchio americano ma ne sposano la filosofia, quella della fretta e dell'ingozzamento. Una finzione. La cultura indiana del tè e dei suoi rituali familiari sono spiazzati dallo stile Starbucks. Un'estinzione.

Mi ricorda la parabola delle lepri e del pitone, raccontata da un missionario. "Certo, dicono le lepri, si potrebbe pensare che la nostra cugina sia stata mangiata, ma guardate come il serpente si è disteso, come la sua forma assomigli più a quella di una lepre che a quella di un pitone. Si può perlomeno dire che la lepre ha cambiato il serpente almeno quanto il serpente ha cambiato la lepre!". Passa una settimana: la lepre è scomparsa e il pitone, soffiando giosamente le lodi dell'ibridazione, sta cercando una nuova preda.

Per le **tasse** i partner registrati sono parificati ai coniugi

In base alla nuova Legge federale sull'unione domestica registrata, a partire da questa dichiarazione delle imposte tutte le disposizioni fiscali valide per i coniugi si applicano anche ai partner registrati (cumulo dei redditi e della sostanza, dichiarazione d'imposta congiunta, responsabilità solidale per i pagamenti, ecc.). La dichiarazione fiscale 2007 riserva però anche altre variazioni rispetto alla precedente dichiarazione: ve le elenchiamo.

Quella dell'equiparazione delle coppie registrate è una delle poche novità introdotte nella dichiarazione fiscale per l'anno 2007. Un adeguamento che si è dovuto introdurre in seguito alla nuova Legge federale sull'unione domestica registrata e alle relative modifiche della Legge sull'armonizzazione delle imposte dirette cantonali e comunali. Per cui d'ora innanzi i partner registrati sono fiscalmente equiparati alle coppie sposate.

Un'altra novità riguarda i dipendenti (anche se, a dire il vero, è più di competenza del datore di lavoro), ed è costituita dall'entrata in vigore del nuovo certificato di salario che i datori di lavoro dovranno obbligatoriamente utilizzare per attestare i salari del 2007. Il nuovo certificato di salario può essere scaricato dal sito www.ti.ch/fisco dove è possibile trovare anche un programma per la sua compilazione elettronica, le relative istruzioni e altri utili riferimenti che ne facilitano la compilazione.

Per il resto occorre segnalare che, per compensare gli effetti della progressione a freddo sono state adeguate le aliquote dell'imposta sul reddito e le deduzioni. Occorrerà dunque tenere presente che le deduzioni massime consentite (per persone a carico, per figli agli studi, per doppio reddito se entrambi i coniugi lavorano, ecc.) subiranno una variazione. Chi non compila an-

cora la dichiarazione delle tasse col computer (vedi a lato), deve dunque prestare attenzione a non trascrivere pari pari tutti i dati della precedente tassazione poiché alcuni di essi possono avere subito una variazione.

Termine di consegna

Chi non chiede la proroga deve far giungere la propria dichiarazione fiscale all'Ufficio circondariale di tassazione entro la fine del mese di aprile. Raccogliete dunque per tempo la documentazione necessaria e, se avete un computer, organizzatevi per compilare la dichiarazione in forma elettronica: guadagnerete del tempo.

Risparmiare sulle tasse con l'ACSI

I soci e le socie dell'ACSI che oltre a pagare la quota annua (fr. 40.-) effettuano anche donazioni in denaro possono dedurle nella dichiarazione delle tasse. Per l'attività che svolge e i servizi alla popolazione, l'associazione è infatti riconosciuta dal cantone come "ente di pubblica utilità": in quanto tale le donazioni effettuate possono essere dedotte nella dichiarazione alla specifica voce "liberalità enti di pubblica utilità". Ma attenzione: è deducibile solo l'ammontare oltre i 40 franchi della quota sociale.

Un sentito grazie a tutti i nostri sostenitori.

Le tasse col computer: provare per credere

La possibilità di compilare la dichiarazione delle imposte col computer è stata introdotta per la prima volta con la dichiarazione dei redditi 2003 e attualmente circa il 40% dei contribuenti utilizza l'apposito programma per effettuare l'annuale operazione. I vantaggi della compilazione elettronica delle imposte sono infatti molteplici: guida il cittadino nella compilazione dei moduli, lo aiuta a procedere più razionalmente, effettua calcoli e riporti in automatico e assicura un'assistenza mirata. Il programma evita inoltre il lavoro di trascrizione dei dati che non cambiano e consente una presentazione più chiara e pulita dei moduli fiscali. Il tutto senza contare che la dichiarazione elettronica agevola e snellisce il lavoro dei tassatori.

Dove trovo il programma?

Potete scaricarlo direttamente dal sito www.ti.ch/fisco o richiederlo gratuitamente nella versione CD.

I CD possono essere richiesti agli Uffici circondariali di tassazione, come pure alle Cancellerie comunali dei comuni con più di 1000 abitanti e nei principali centri amministrativi del Cantone e agli sportelli della Banca Stato.

Progressione a freddo e... partner registrati?

Progressione a freddo: si parla di progressione a freddo quando il contribuente raggiunge un livello di progressione più elevato solo perché il suo reddito è aumentato a seguito del rincaro. In termini reali, il contribuente deve quindi sopportare un maggior onere fiscale, sebbene il reddito reale sia rimasto invariato.

Unione domestica registrata: la Legge federale sull'unione domestica registrata di coppie omosessuali (in vigore dal 01.01.2007) prevede che due persone, dello stesso sesso, possono registrare ufficialmente la loro unione unendosi così in una comunione di vita. Dal profilo giuridico è stato creato un nuovo stato civile (quello del partner registrato) che, in virtù della nuova legge, ha gli stessi effetti del matrimonio in ambito fiscale ma anche in quello successorio, del diritto degli stranieri, come pure del diritto delle assicurazioni sociali e della previdenza professionale.





dossier

Perché non vogliamo l'acqua in bottiglia

Il consumo di acqua in bottiglia non si giustifica né per ragioni nutrizionali né per ragioni igieniche né per ragioni economiche. L'acqua del rubinetto costa da 250 a 500 volte meno di quella in bottiglia!

Che cos'è un'acqua minerale naturale? Altro non è che l'acqua pura di una sorgente o di una falda con caratteristiche costanti nel tempo quali la temperatura e la composizione e che va captata con modalità particolarmente accurate. Niente di più.

E' per questa ragione che – fatta eccezione per quelle a elevato contenuto di sali – la maggior parte delle acque minerali in commercio non si distingue in nulla da quelle distribuite dai nostri acquedotti. Più corretto sarebbe chiamarle semplicemente "acqua in bottiglia". Se poi non sono gassate, per via dei lunghi soggiorni a temperatura ambiente vengono colonizzate da germi – peraltro assolutamente inoffensivi – a livelli che superano di centinaia fino a migliaia di volte quelli dell'acqua di rubinetto e che stanno a indicare scarsa freschezza.

Quanto alla "vera" minerale, quella ricca di sali, i nutrizionisti ne sconsigliano un uso eccessivo. Tutti i sali di cui il nostro organismo ha bisogno già li assumiamo con il cibo.

Il consumo di acqua in bottiglia non è pertanto giustificato né per ragioni nutrizionali né per ragioni igieniche. A meno

che la si beva per il piacere delle "bollicine".

In Svizzera si consumano annualmente 127 litri di acqua in bottiglia pro capite, senza quella consumata negli esercizi pubblici che rappresenterebbe circa un 50% in più. Per il solo Ticino questo corrisponde a 39 milioni di litri all'anno, l'equivalente del contenuto di 15 piscine olimpioniche. Il suo prezzo medio è attualmente attorno ai 50 centesimi al litro mentre il prezzo dell'acqua di rubinetto si situa tra i 0.1 e i 0.2 centesimi: da 250 a 500 volte meno.

Una famiglia di 4 consumatori di sola acqua in bottiglia che "ritornasse" a quella di rubinetto risparmierebbe circa 500 franchi l'anno e eviterebbe il trasporto dal negozio a casa di poco meno di 670 bottiglie, per un peso totale di 1000 kg.

Altri calcolano che il risparmio si situerebbe sui 1'000 franchi annui. Con tutti i vantaggi d'ordine ambientale che ne derivano (trasporto, inquinamento, rifiuti, consumo energetico).

Altra scelta opportuna, pranzando o cenando al ristorante, sarebbe quella di ordinare una caraffa d'acqua di rubinetto invece della solita acqua in bottiglia: se ne ha diritto per legge!

Si calcola che il 10% del suo prezzo vada in pubblicità. Si tratta di decine di milioni per la sola Svizzera che noi paghiamo per farci convincere di quella maggior purezza e salubrità che l'acqua in bottiglia in realtà non ha. Contro questo enorme potere "persuasivo" le aziende distributrici possono fare ben poco. Sta a noi acquistare in modo ragionato e responsabile.

L'acqua, dopo l'aria e prima ancora del cibo, è uno dei fattori indispensabili alla nostra sopravvivenza. Acquistarla e berla in bottiglia quando si sono fatti enormi sacrifici per averla direttamente nelle nostre case, abbondante, fresca, di ottima qualità e a buon prezzo, è insensato quanto lo sarebbe in montagna il respirare aria in bombole.

Lo sviluppo che il commercio dell'acqua minerale sta vivendo in questi anni è l'antitesi di quello sviluppo sostenibile che tutti affermano di volere e che dovrebbe tendere a conciliare gli aspetti economici con quelli ambientali e sociali: qui si tratta solo e unicamente di business.

HANNO COLLABORATO A QUESTO DOSSIER LEDA SOLDATI E MARIO JÄGLLI

Bottiglia o rubinetto? Come rispondono i ticinesi



I ticinesi scelgono l'acqua con le bollicine o preferiscono quella del rubinetto? Perché i ticinesi bevono acqua minerale e a quali criteri si affidano per la scelta? La BdS lo ha chiesto a un campione di oltre 100 consumatori e consumatrici. Dai risultati emerge una certa diffidenza nei confronti dell'acqua del rubinetto ma anche pregiudizi.

In Svizzera, il consumo di acqua del rubinetto è da 90 a 1000 volte più ecologico dell'acqua minerale.

Eppure le importazioni di acqua minerale sono triplicate nell'ultimo decennio e oggi coprono un terzo del fabbisogno di acqua potabile in Svizzera. Un dato particolarmente preoccupante se si considera il fatto che, mentre il consumo dell'acqua potabile è in leggera diminuzione dalla fine degli anni Ottanta, quello dell'acqua minerale non ha fatto che progredire in Svizzera. Basti pensare che nel 2006 Nestlé Waters – l'unità della multinazionale svizzera che si occupa del commercio delle acque minerali naturali e che possiede 80 marche prodotte in oltre cento paesi – ha registrato una cifra d'affari di 9,6 miliardi di franchi, un decimo dell'intera cifra d'affari del gruppo (98,5 miliardi di franchi).

Attualmente, le importazioni di acqua in bottiglia sono tre volte superiori rispetto a dieci anni fa e coprono quasi un terzo del consumo. Ogni abitante in Svizzera beve, quindi, in media 130 litri di acqua minerale all'anno.

Ma perché i ticinesi bevono acqua in bottiglia? La BdS ha svolto un'inchiesta per scoprirlo, all'ingresso di tre supermercati del Luganese e ha coinvolto 112 consumatori, ai quali è stato chiesto innanzitutto quale acqua bevono regolarmente.

Come è ben visibile nelle tabelline sottostanti, il 40% di bevitori di acque minerali secondo noi è enorme!

Ai 45 consumatori di acqua in bottiglia è stato successivamente chiesto di indicare la motivazione che li spinge a scegliere l'acqua in bottiglia piuttosto che quella del rubinetto e quali criteri stanno alla base di questa scelta.

Mancanza di fiducia

Il grado di fiducia del 62% dei "nostri" consumatori di acqua minerale verso l'acqua di rubinetto è appena un po' più basso di quello espresso in generale dagli italiani (pubblicato recentemente sul Magazine del 6 dicembre 2007 del Corriere della sera) che si situa attorno al 65%, mentre in Svizzera va dall'81% al 98% (dati SSIGA, Società Svizzera dell'Industria del Gas e delle Acque cui abbiamo fatto capo per queste informazioni).

A parte alcune risposte curiose, tipo "la bevo in bottiglia perché sono di Hong Kong" oppure "perché l'acqua di rubinetto mi fa venire il mal di gola", "perché contiene gli ormoni", "perché l'acqua di lago è pesante" che già la dicono lunga sul fatto che sull'acqua potabile circolano idee molto confuse e soprattutto piene di pregiudizi, l'atteggiamento diffidente dei consumatori

Quale acqua beve regolarmente?

| | |
|-------------------------------|-----|
| Acqua di rubinetto | 40% |
| Acqua in bottiglia (minerale) | 40% |
| - gassata | 65% |
| - liscia | 35% |
| - entrambe | 20% |

Per chi acquista acqua minerale in bottiglia

Che criterio di acquisto usa?

| | |
|--------------------------|-----|
| Scelgo a caso | 39% |
| Marca | 34% |
| Prezzo | 20% |
| Per paese di provenienza | 7% |

Per quale ragione beve acqua minerale?

| | |
|---------------------|-----|
| Bollicine | 45% |
| Sicurezza - fiducia | 29% |
| Migliore | 18% |
| Abitudine | 8% |

Considera l'impatto ambientale del suo acquisto?

| | |
|------------------|-----|
| Mai considerato | 75% |
| Sono consapevole | 25% |

Si fida dell'acqua di rubinetto?

| | |
|--|-----|
| Si | 62% |
| No, in generale | 21% |
| Non di quella che arriva a casa mia (ruggine, cloro) | 17% |

ticinesi di acqua in bottiglia potrebbe derivare dall'impressione che i casi di mala gestione di certi acquedotti italiani, dei quali abbiamo notizia dai media di quel paese, siano fatti correnti anche da noi.

A nostro giudizio, quindi, per incoraggiare il consumo di acqua di rubinetto va assolutamente migliorata l'informazione da parte delle aziende distributrici e delle autorità. Se davvero l'acqua svizzera è di buona qualità non c'è motivo per non berla.

Quanto inquinamento e quanti trasporti assurdi

Quanto petrolio c'è in una bottiglia d'acqua? Sembra una domanda assurda se non fosse vero. Dalla materia prima per produrre le bottiglie in pet, all'imbottigliamento, al carburante per il trasporto nei centri di vendita, alla benzina delle nostre automobili per l'acquisto e il trasferimento a casa, allo smaltimento. Una lista infinita e insensata quando abbiamo a portata di mano e quasi gratis un prodotto uguale se non migliore.



Fonte SSIGA, Società Svizzera dell'Industria del Gas e delle Acque – www.trinkwasser.ch

Bere acqua minerale non ha senso neppure dal punto di vista ecologico: dall'imbottigliamento all'imballaggio fino agli innumerevoli percorsi che una bottiglia fa, è enorme l'energia che viene sprecata, con i conseguenti costi ambientali.

Solo in Svizzera si calcola che l'importazione di acqua imbottigliata genera un traffico attraverso le Alpi stimato in 12'000 viaggi in camion all'anno. E questo nonostante la Svizzera disponga di acqua minerale e acqua potabile in grandi quantità. L'87% del trasporto di acqua minerale avviene su strada. Al suo arrivo sulla tavola del consumatore, per esempio, una bottiglia di San Pellegrino ha percorso inutilmente oltre 600 chilometri di strada.

Per non parlare della plastica necessaria per le bottiglie: l'industria dell'acqua utilizza 15 tonnellate di plastica all'anno! La produzione di un chilogrammo di PET

richiede 17,5 chilogrammi di acqua e rilascia in atmosfera 40 grammi di idrocarburi, 25 grammi di ossidi di zolfo, 18 grammi di monossido di carbonio e 2,3 chilogrammi di anidride carbonica. Ma anche i procedimenti di refrigerazione e la messa in bottiglia si rivelano particolarmente nocivi per la natura.

Nella tabella che trovate in questa pagina abbiamo messo in evidenza il confronto del fabbisogno energetico per la produzione, il trasporto, la messa in commercio, delle varie acque minerali in bottiglia rispetto a quelle del rubinetto (dati SSIGA 2006). Come è facilmente visibile il rapporto è di 1000 a 1, naturalmente in favore dell'acqua del rubinetto!

E una montagna di rifiuti

Non si può prescindere, inoltre, dal problema dello smaltimento delle centinaia di migliaia di bottiglie vuote.

Una semplice stima dei rifiuti da riciclare annualmente dovuti al consumo di acqua in bottiglia in Ticino, per un consumo annuo pro capite di 127 litri, può essere riassunta così:

- quantitativo consumato nelle economie domestiche: 39'000'000 litri/anno, equivalente al carico di 1'100 camion da 40 tonnellate
 - bottiglie di vetro da riciclare: 8'700'000 pezzi equivalenti a 4'300 t di vetro (33% di vetro riciclato in Ticino)
 - bottiglie in PET da riciclare: 21'100'000 pezzi equivalenti a 840 t di PET.
- Queste cifre impressionanti dovrebbero bastare per convincerci a compiere un gesto molto semplice: imbocchiamo l'acqua!

Impatto ambientale delle acque in bottiglia (minerali)

| 1 litro di acqua | Petrolio necessario (produzione, trasporto, ecc.) in decilitri | In più rispetto all'acqua del rubinetto(*) |
|----------------------------|--|--|
| minerale estera (UE) | 3.1 | 1000 |
| minerale svizzera | 1.5 | 500 |
| dei distributori (bocconi) | 1.0 | 333 |
| di rubinetto gasata | 0.5 | 163 |
| di rubinetto | 0.003 | 1 |

(*) la proporzione è identica anche quanto a produzione di CO2 (effetto serra)

Il logo della campagna in favore dell'acqua del rubinetto promossa in Italia da Altreconomia.



Per chi non rinuncia alle **bollicine**

Avete deciso di cambiare abitudini risparmiando così soldi e energia? Oppure siete stufi di trasportare pesanti bottiglie di acqua minerale dal supermercato fino a casa? Ma non volete per questo rinunciare alle vostre amate bollicine?

La soluzione può essere il gasatore, un apparecchio che rende effervescente l'acqua di rubinetto arricchendola con l'anidride carbonica contenuta in apposite cartucce. Il gasatore funziona senza corrente elettrica.

I vantaggi offerti sono un gusto migliore dell'acqua e una maggiore sicurezza contro le sostanze contaminanti, grazie all'aggiunta di anidride carbonica. L'unica condizione è usare acqua fredda, eventualmente raffreddata in frigorifero prima dell'uso.

Il prezzo medio di un gasatore (ne esistono in commercio alcune marche) è di circa 100 franchi, ma chi non ha fretta può aspettare un'azione (i supermercati talvolta le propongono), e spendere qualche decina di franchi in meno.

La confezione normalmente comprende:

- 1 apparecchio
- 1 cilindro (cioè una bombola piena)
- 2 bottiglie da 1 litro

Una bombola serve per 50 - 60 litri. Quando la bombola (considerata in affitto) è vuota si riporta e se ne riprende una piena, per il prezzo di circa 17 franchi.

Si possono anche prendere (considerate in affitto) ulteriori bombole cariche per 48 franchi, acquistabili separatamente. Le apposite bottiglie, in vendita anche separatamente, costano sui 10 franchi l'una.

Senza calcolare l'ammortamento (che si considera realizzato sull'arco di 1 anno), il prezzo al litro è di 30-35 centesimi.

Poiché l'anidride carbonica immessa nelle bottiglie ha un potere inibitore sullo sviluppo di batteri, è importante verificare la potenza del gasatore al momento dell'acquisto (elevato livello di gasatura).

Un altro elemento importante è l'igiene durante l'imbottigliamento: in particolare la temperatura dell'acqua da rendere effervescente deve essere il più bassa possibile al fine di impedire lo sviluppo di sostanze contaminanti. Conservare l'acqua addizionata in frigorifero, consumarla preferibilmente in giornata.

Filtrare l'acqua in casa è inutile

L'ostilità, spesso ingiustificata, nei confronti del calcare può essere superata grazie a un impianto di decalcificazione casalingo nei casi in cui si ritiene che l'acqua sia troppo dura. Tuttavia nella maggior parte dei casi questi costosi apparecchi non sono necessari e danneggiano l'ambiente. Esistono due diversi tipi di impianti di decalcificazione nelle installazioni casalinghe: quelli chimici (scambiatori di ioni) e quelli fisici. L'efficacia dell'impianto dipende fortemente dalla manutenzione, se non viene effettuata regolarmente l'impianto di decalcificazione può diventare un vero e proprio covo di batteri e causare seri problemi igienici. L'efficacia degli impianti di decalcificazione che lavorano secondo un principio fisico viene messa in dubbio anche dal Laboratorio Federale di Prova dei Materiali e di Ricerca (LPMR). Per questo motivo è consigliabile garantirsi adeguatamente in sede contrattuale se si desidera installare un apparecchio di questo tipo.

L'unico dispositivo che vale la pena installare sul rubinetto è quello che serve a risparmiare acqua, specialmente quella calda, quindi ha una funzione di risparmio energetico..

Per un'acqua del rubinetto perfetta

Per bere un'acqua di ottima qualità basta seguire alcune semplici regole.

- Far sempre scorrere l'acqua prima di berla – soprattutto se il rubinetto non è stato utilizzato per diverso tempo, come la mattina presto. In questo modo si elimina l'acqua stagnante nei rubinetti e nelle tubature.
- Dopo le vacanze, quando si riapre una casa dopo molto tempo oppure quando le tubazioni sono nuove (edifici nuovi) è consigliabile sciacquare abbondantemente i rubinetti anche per evitare accumuli di calcare.
- Per evitare le incrostazioni di calcare è pure opportuno ridurre la temperatura dell'acqua calda a 60°.

Quali minerali per un'acqua di qualità

Cosa cercare sull'etichetta

Spesso sulle etichette delle acque minerali vengono elencati dieci o più minerali. Questo eccesso di informazioni invece di informare i consumatori li confonde. Premettiamo che un'alimentazione equilibrata fornisce abbondantemente tutti i minerali di cui abbiamo bisogno e che solo il calcio (Ca), il magnesio (Mg) e il fluoruro (F) sono presenti nelle acque minerali in quantità tali da avere un effetto positivo sulla salute. Se si vuole che l'acqua minerale fornisca effettivamente un contributo per una alimentazione sana, essa deve, dunque, contenere soprattutto i seguenti minerali:

✓ **Calcio:** è necessario al corpo per la struttura delle ossa e dei denti, nonché per la coagulazione del sangue e l'attività muscolare. Il fabbisogno giornaliero è di circa 800 mg. Ricchi di calcio sono anche i latticini, i cavoli, i legumi e le mandorle.

✓ **Magnesio:** il nostro corpo ha bisogno di magnesio per formare le ossa e molti enzimi (proteine). Il magnesio evita i crampi muscolari e protegge dall'infarto cardiaco. Gli adulti hanno un fabbisogno giornaliero di circa 500 mg. Il magnesio è presente inoltre nei cereali, nelle noci e nei legumi.

✓ **Fluoro:** soprattutto nei giovani il fluoro ha un effetto anticarie e protegge quindi i denti. Il fabbisogno giornaliero è di circa 1 mg.

✓ **Solfato:** stimola le vie biliari e l'attività intestinale. Esso può quindi aiutare la digestione e in elevate concentrazioni avere un effetto lassativo. Chi ha la tendenza ad avere disturbi intestinali dovrebbe quindi bere acqua ricca di solfato con moderazione!

Naturalmente deve anche essere indicato il contenuto di anidride carbonica (assente, poca o molta).

Da evitare sono anche le acque minerali in bottiglia sulle cui etichette è indicato esclusivamente il contenuto complessivo di minerali. Il dato sul contenuto complessivo di minerali di per sé non dice nulla di significativo, esso potrebbe ad esempio essere elevato solo a causa di un indesiderato elevato contenuto di sodio. Avrebbe senso invece indicare solo i più importanti minerali con l'avvertenza che elevati contenuti di calcio e magnesio sono nutrizionalmente importanti.

• Se volete avere informazioni sull'acqua di casa vostra chiedetele all'azienda dell'acqua potabile che la fornisce.

Al ristorante chiedete l'acqua del rubinetto!

Al ristorante abbiamo diritto di chiedere e di ricevere solo acqua del rubinetto: l'ACSI vi consiglia vivamente di farlo. Nell'art. 61, cpv 2 della legge sugli esercizi pubblici sta scritto testualmente: "Quando vengono serviti pasti principali il gerente deve fornire gratuitamente l'acqua; egli deve inoltre fornire, a pagamento, l'acqua minerale in grandi imballaggi." Ma cosa ci vuole? Basta aprire il rubinetto e riempire la caraffa. Lo abbiamo ribadito anche nella BdS dello scorso dicembre rispondendo a una lettera di protesta di una consumatrice di Pregassona che si era vista rifiutare da un ristorante del Mendrisiotto una caraffa d'acqua durante una cena. In Francia, in tantissimi ristoranti, la caraffa d'acqua è servita ancora prima che il cliente ordini il menu. Un gesto di cortesia e di attenzione.

Questa pratica è diffusa anche in Grecia e, come potete leggere nell'articolo qui sotto che abbiamo tratto da LeMonde, anche a San Francisco qualcosa si muove.

Cosa consigliamo alle consumatrici e ai consumatori? Chiedete al ristorante una caraffa d'acqua del rubinetto: insistete, ne avete diritto.

Anche in Ticino qualcuno si muove

Raffaele Bortolotti, gerente del ristorante L'Incontro nella zona di Grancia ha deciso di eliminare dalla lista

delle bevande l'acqua in bottiglia, puntando tutto sull'acqua del rubinetto che offre anche in forma gassata, al prezzo di 2 franchi, in quantità illimitata.

Un'iniziativa degna di nota (come detto all'inizio, tuttavia, la legge prevede che l'acqua del rubinetto venga servita gratuitamente) anche perché, prima di tutto al ristorante ci si sente in imbarazzo quando si chiede acqua del rubinetto: si viene guardati male e si fa anche la figura di essere dei tirchioni. Insomma, una situazione sgradevole. A quanto pare, diversi ristoratori hanno già preso contatto con Raffaele Bortolotti

per sentire e vedere come funziona e hanno espresso il desiderio di continuare su questa strada. Raffaele Bortolotti afferma pure di aver preso contatti per creare un marchio TICINO sulle caraffe d'acqua ticinese.

A nostra conoscenza, anche il ristorante vegetariano "Il guardiano del farro" di Cadenazzo offre acqua di rubinetto.

Segnalateci chi non ve la serve!

Segnalateci eventualmente altri ristoranti sensibili a questo aspetto del consumo di acqua. Ma soprattutto segnalateci chi si rifiuta di servirvi acqua del rubinetto!

Anche San Francisco dichiara **guerra** all'acqua in bottiglia

Chez Panisse, uno dei ristoranti più noti della zona di San Francisco, in California, tutto è caro tranne l'acqua, che è gratuita, anche quella gassata. Da qualche mese non si vende più acqua in bottiglia. I camerieri distribuiscono delle caraffe di acqua del rubinetto, passata attraverso un sistema di filtraggio e di gassificazione. "Abbiamo sempre privilegiato i prodotti bio provenienti dalle aziende locali e sostenuto iniziative di sviluppo agricolo durevole", spiega Mike Kossa-Rienzi, direttore generale della casa. E sottolinea che l'iniziativa procura una grossa perdita di guadagno: "Un ristorante che gira bene può vendere 25'000 bottiglie di acqua minerale all'anno. Le acquista a 1,50 dollari al pezzo e

le rivende a 5-6 dollari, il che equivale a un guadagno netto di circa 100'000 dollari.

Questo nuovo atteggiamento cittadino è nell'aria da tempo e alcuni ristoranti di lusso della regione hanno seguito l'esempio di Chez Panisse. San Francisco è diventata il centro di una campagna condotta da diverse associazioni ecologiste che considerano l'acqua in bottiglia come uno spreco: fabbricazione di miliardi di bottiglie in plastica, trasporto di acqua per migliaia di chilometri, smaltimento o incinerazione delle bottiglie vuote, cosa che contribuisce a aggravare l'inquinamento e il riscaldamento del pianeta. Recentemente, diverse marche, in particolare Aquafina e Dasani, le più vendute negli Stati Uniti, hanno dovuto riconoscere

pubblicamente che le loro fabbriche di imbottigliamento erano alimentate di fatto dalle reti municipali di distribuzione dell'acqua". Dopo anni di lotte, gli ecologisti hanno ottenuto una prima vittoria. Nel luglio 2007, il sindaco di San Francisco ha firmato un'ordinanza che proibisce ai servizi municipali di utilizzare denaro pubblico per acquistare bottiglie d'acqua: prima infatti erano distribuite gratuitamente sia agli impiegati sia al pubblico in occasione di avvenimenti organizzati dal municipio.

Negli Stati Uniti, le principali marche di acqua in bottiglia appartengono a tre multinazionali, Nestlé, Pepsi-Cola e Coca-Cola.

(FONTE: LEMONDE, NOV. 2007)



Quanto ci costa l'acqua potabile?

L'80% degli svizzeri non sa quanto costa l'acqua potabile e pochissime sono le persone che hanno un'idea precisa sulla provenienza e la qualità dell'acqua potabile utilizzata o sull'approvvigionamento idrico. Forse perché per il nostro utilizzo quotidiano di acqua – per il quale paghiamo 26 centesimi al giorno a testa – non dobbiamo andare a rifornirci al pozzo del paese come fanno tuttora migliaia di abitanti della terra.



L'acqua potabile in Svizzera costa mediamente 1.60 franchi al metro cubo (1000 litri) che significa solo 26 centesimi per persona al giorno. Il prezzo dell'acqua deve essere "conforme ai costi". Ciò significa che le spese sostenute dalle aziende idriche devono essere coperte dai ricavi derivanti dalla vendita dell'acqua. Le aziende idriche sono aziende complesse con una costosa infrastruttura composta da edifici, impianti per il prelievo dell'acqua, serbatoi e una fitta rete di tubazioni sotterranee. Gli impianti devono essere gestiti, tenuti in buono stato, sostituiti e ampliati e per farlo è necessario personale specializzato. Inoltre devono essere svolti periodicamente controlli sulla qualità. I costi dell'approvvigionamento idrico sono distribuiti sui consumatori di acqua tenendo conto della loro diversa tipologia. Le aziende idriche devono essere dimensionate in base al picco di consumo giornaliero. Dato che l'infrastruttura, soprattutto la rete di tubazioni, produce forti costi (nelle città la costruzione di un metro

di tubazioni costa 1'000 franchi e anche più), i costi fissi delle aziende idriche sono molto elevati e in gran parte indipendenti dal consumo di acqua. Essi dipendono invece dal picco di consumo atteso. Il cliente paga quindi una quota per l'utilizzo dell'infrastruttura in base al suo picco di consumo prodotto. Il resto dei costi è invece coperto dal prezzo per la quantità di acqua consumata. Il risultato per una famiglia di 3 persone è dato da questo calcolo: il prezzo medio dell'acqua in Svizzera è di fr. 1.60 per 1'000 litri (1m³) e in una famiglia si consumano mediamente 160 litri di acqua potabile a testa al giorno. Da ciò risulta un costo giornaliero di fr. 0.26 a persona o di circa 0.80 franchi per una famiglia di 3 persone. Da un'indagine Demoscope del 2001, tuttavia, risulta che l'80% degli svizzeri ignora il suo prezzo.

Nella foto in alto: in India (1.3 miliardi di abitanti) è normale rifornirsi di acqua alle pompe dislocate lungo le strade o al centro dei villaggi.

Così si usa correttamente acqua

L'acqua potabile in Svizzera è per il momento disponibile in quantità pressoché illimitata a ogni ora del giorno e della notte. Dato che costa molto poco, tendiamo a dimenticare troppo facilmente il suo vero valore. Consumandola in modo attento e consapevole, possiamo risparmiare acqua, senza per questo dover rinunciare al nostro abituale comfort. Seguendo questi consigli è possibile raggiungere l'obiettivo.

1. Rubinetti che perdono

Far riparare immediatamente le cassette del WC e i rubinetti che perdono.

2. Scarico del WC

Per sciacquare il WC in molti casi è sufficiente solo una parte del contenuto della cassetta. Le nuove cassette permettono una scelta della quantità di acqua.

3. Tecnica nuova

Le rubinetterie moderne, come i miscelatori monoleva o le batterie di miscelazione a regolazione termostatica, consumano meno acqua dei comuni rubinetti a due manopole.

4. Igiene

Non far scorrere inutilmente l'acqua mentre si lavano i denti o si fa la barba. Aprire il rubinetto dell'acqua solo quando è veramente necessario e poi richiuderlo subito. La Svizzera è in generale nella comoda consistenza di avere quantità di acqua più che sufficienti. E' giusto, tuttavia, che la nostra acqua non venga sprecata.

5. Lavastoviglie e lavatrici

Far partire le lavastoviglie e le lavatrici solo quando sono piene. Al momento dell'acquisto fare attenzione che abbiano un consumo di acqua particolarmente basso.

6. Fare la doccia!

Fare la doccia anziché il bagno. Per un bagno sono necessari circa 140 litri, per una doccia circa 40 litri. Risparmiando acqua calda, inoltre, non si riduce solo il consumo di acqua ma anche quello di energia.

7. Lavaggio dell'automobile

Non lavare l'automobile utilizzando la canna bensì con un secchio e una spugna.

8. Irrigazione del giardino

Il giardino deve essere irrigato solo quando è veramente necessario.

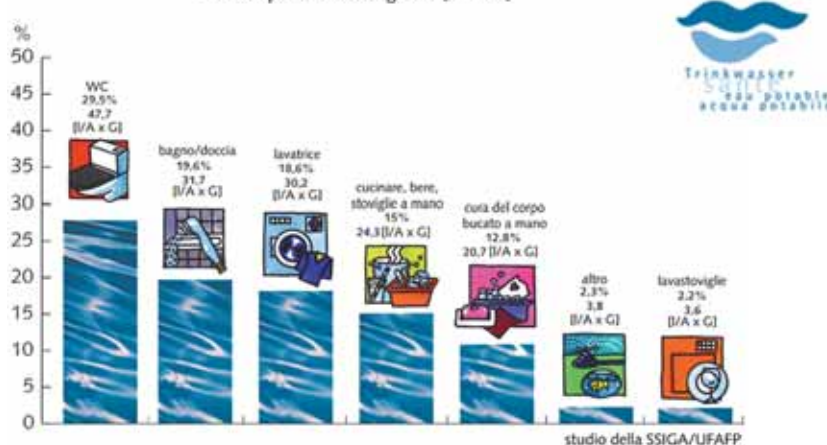
9. Botti per la raccolta dell'acqua piovana

Per l'irrigazione del giardino può essere utilizzata l'acqua di grondaia raccolta in appositi contenitori.

10. Innaffiare le piante

Le piante devono essere innaffiate a temperature relativamente basse, non quindi di giorno sotto i raggi del sole, bensì la sera. Usare l'acqua ma mai sprecarla!

Consumo di acqua nelle case private
162 litri per abitante al giorno [l/A x G]



Fonte SSIGA, Società Svizzera dell'Industria del Gas e delle Acque – www.trinkwasser.ch

Carta **Maestro**, pagamento con sovrattassa... è corretto?

“Pago con la carta Maestro e mi vengono addebitati due franchi di commissione: è corretto”? Ebbene sì, potrebbe capitare, al pari di quanto può capitare con i pagamenti tramite carta di credito dopo che, nel 2006, è stata abrogata la cosiddetta Clausola di non discriminazione.

La domanda ci è stata sottoposta da un lettore che ha effettuato degli acquisti per fr. 16 presso il negozio di un distributore di benzina a Balerna e che si è visto addebitare fr. 2 di commissione per aver pagato con la carta Maestro.

Ora, questa tessera è una carta di debito e non una carta di credito. A fine 2006, in seguito all'intervento della Comco (Commissione della concorrenza), per quest'ultimo tipo di carta era stato raggiunto un accordo tra le imprese attive nel settore per cui veniva diminuita la commissione di interscambio tra gli enti che emettono carte di credito e le imprese che si occupano del rimborso del credito ai commercianti, ma soprattutto veniva abrogata la clausola di non discriminazione. In base a questa clausola ai commercianti non era consentito, fino a quel momento, recuperare i costi derivanti dall'uso delle carte di credito o di accordare ribassi alla clientela che paga in

contanti. Dunque, attualmente i commercianti possono caricare sul cliente che paga senza contanti i costi delle commissioni che sono loro addebitate da parte delle società che gestiscono il traffico di pagamenti; o, analogamente, i commercianti possono applicare un prezzo diverso al cliente che paga in contanti.

Questo aggiustamento del sistema, voluto per creare maggiore concorrenza nel settore, era stato annunciato a grandi lettere per le carte di credito (vedi BdS 1.06). In realtà, nello stesso pacchetto, sono state incluse anche le carte debito (Maestro).

Occorre però rilevare che la commis-

sione a carico del commerciante per le transazioni con carte di debito non sono una percentuale dell'ammontare della fattura, come per le carte di credito, ma - come spiega Bernhard Wenger di Telekurs, una delle tre ditte che in Svizzera si occupano di rimborsare il commerciante - si tratta al massimo 30 centesimi per transazione.

Una commissione di 2 franchi su un acquisto di 16 (pari al 12,5%) sembrerebbe dunque un tantino esagerata!

Consiglio ACSI

- In casi di questo tipo segnalate prontamente il fatto al servizio che ha emesso la vostra carta (di credito o di debito).

- Il cliente deve essere informato dell'esistenza della commissione prima della transazione in modo che possa eventualmente scegliere un altro sistema di pagamento.

- Un sistema molto trasparente lo abbiamo sperimentato in Danimarca. Sul conto finale (al ristorante o in negozio) viene indicata la somma se si paga cash in moneta locale e il corrispettivo in euro, nonché i rispettivi totali se si intende pagare con carta di credito Visa o Mastercard, oppure con Diners o ancora con American express (l'applicazione di commissioni diverse a dipendenza della carta usata non dà la stessa somma finale). Niente male davvero.

Carta di debito

Una volta era chiamata carta EC, ora si chiama Maestro. Essa consente di fare acquisti senza contanti non solo in Svizzera ma in tutto il mondo, ma è ideale soprattutto per gli acquisti quotidiani. A differenza della carta di credito, l'importo dovuto per il pagamento con Carta Maestro è addebitato direttamente sul conto.

Per pagamenti con la carta di credito invece l'importo dovuto viene fatturato alla fine del mese.

Yellownet, più trasparenza coi tassi di cambio

Un versamento in euro da convertire in franchi: è questa l'operazione che D.C. ha voluto effettuare tramite Yellownet di Postfinance. Se non che - si lamenta il cliente di Postfinance - durante l'operazione non è stata richiesta alcuna conferma, non è stato evidenziato il tasso di cambio, e senza alcun preavviso, l'operazione - risultata poi irreversibile - è stata completata. Invano, aggiunge D.C., ho poi cercato di annullare l'operazione. "Questo modo di procedere - ha sostenuto in una lettera indirizzata alla Postfinance - rende impossibile ogni tipo di controllo del detentore del conto e ogni transazione di questa natura avviene alla cieca, senza la possibilità di verificare il tasso di cambio e dare il proprio consenso, o dissenso".

Le transazioni in valuta estera sono ef-

fettuate da Postfinance in base ai corsi di cambio del giorno. Ma per sapere qual è il cambio di quel giorno occorre informarsi andandolo a cercare all'interno del sito www.postfinance.ch. "I responsabili delle prestazioni e-finance - assicura il gigante Giallo nella replica alle lamentele del cliente - valuteranno la possibilità di introdurre un accesso più diretto alla panoramica dei corsi di cambio". Per quel che riguarda le operazioni svolte con e-finance di Yellownet aggiunge che "Postfinance conta sulla precisione e sulla responsabilità degli utenti, per cui il sistema esegue le transazioni secondo i dati da loro immessi". La necessità di garantire processi rapidi di invio fa infine sì che ogni ordine dato sia considerato come definitivo.

In breve: il cliente che effettua la tran-

sazione con cambio di valuta online, effettua l'operazione senza alcuna indicazione sul tasso di cambio col quale sta operando (a meno che non si sia informato prima). E la cosa si presenta poco trasparente.

L'intervento dell'ACSI presso la Postfinance ha avuto l'esito auspicato.

"Ultimamente - ci scrive il portavoce di Postfinance, Marc Andrey - si è osservato un aumento dei trasferimenti svolti tra conti in valute differenti, per cui Postfinance considera opportuno un adattamento del sistema". Entro la fine dell'anno, Postfinance prevede di sviluppare le applicazioni e-finance nel senso che, prima dell'esecuzione di un trasferimento, il sistema indicherà il corso di cambio applicato. Che è proprio quello che si voleva ottenere!

Vaccinazione contro il papilloma virus

Ha suscitato alcune reazioni di protesta il breve comunicato apparso sulla BdS di gennaio, in cui abbiamo annunciato come buona notizia la campagna di vaccinazione destinata alle le ragazze contro il papilloma virus che anche il cantone Ticino intende intraprendere nell'ambito della più vasta campagna nazionale contro il virus che causa, tra l'altro, il tumore al collo dell'utero. Pubblichiamo in questa pagina una delle lettere che abbiamo ricevuto e che tocca a grandi linee i punti messi in evidenza anche da altre consumatrici. Poiché non abbiamo le competenze scientifiche specifiche per rispondere, abbiamo chiesto al medico cantonale di precisare gli aspetti ritenuti più controversi da parte di coloro che osteggiano questa vaccinazione. Nel frattempo il Ministero della salute italiano sta diffondendo alla televisione spot pubblicitari di sensibilizzazione destinati alle giovani donne.

Nel suo comunicato il Dipartimento della sanità e socialità informa la popolazione ticinese sul programma cantonale di vaccinazione contro il virus papilloma umano (HPV) che "sarebbe" responsabile del cancro del collo dell'utero nella donna e di altre malattie. Il dipartimento dice però anche che la maggior parte delle persone è un giorno o l'altro portatrice del virus HPV, senza sviluppare nessuna malattia. Prima perplessità quindi. Una campagna su larga scala corrisponde davvero a una necessità a livello di salute pubblica? Dubito anche che la notizia del vaccino HPV sia una buona notizia, per i seguenti motivi. Molti scienziati, tra cui Peter Duesberg e Jody Schwartz, biologi della University of California di Berkeley, ritengono che un'anomala proliferazione cellulare sia causata non da virus ma da agenti cancerogeni presenti nelle sigarette, inquinanti ambientali, alimentari, residui chimici, farmaci, radiazioni, ecc. che a lungo andare alterano il buon equilibrio del nostro corpo, il "terreno" che cerca di reagire con la proliferazione cellulare; La Alliance for Human Research Production sostiene che nelle prove cliniche il vaccino non si è dimostrato sicuro né efficace: come potrebbe esserlo se colpisce il bersaglio sbagliato? Tanti testi riferiscono di disordini provocati dalle vaccinazioni al sistema immunitario e che possono apparire anche dopo decenni (mi riferisco alle malattie autoimmuni). Le ricerche sulla nuova vaccinazione HPV sono durate soltanto 4 anni, la sicurezza a lungo termine non può essere garantita. Sembra d'altronde che il vaccino contenga alluminio, sostanza che può provocare anche a breve termine seri effetti collaterali: infiammazione, dolori articolari e muscolari, mal di testa, febbre, nausea, vertigini, vomito, diarrea, gastroenterite, stanchezza, asma, broncospasmi, ecc. Auguriamoci di non vedere problemi più seri tra 20 anni... Mi sembra lecito chiederci se esporre un'ampia fascia della popolazione giovane ai rischi collegati a questa vaccinazione sia giustificato. E sono incline a pensare che l'unico effetto positivo desiderato con questa nuova aggressione al sistema immunitario potrebbe essere... il guadagno della ditta produttrice, stimato a circa 2,8-3,2 milioni di dollari.

Nicole Sordat

Le obiezioni riguardano anche il fatto che siano sempre le donne a subire e non si faccia una sufficiente prevenzione e sensibilizzazione anche nel mondo maschile.



Il medico cantonale aggiunto che abbiamo interpellato ci ha confermato che la campagna di vaccinazione prevista in Ticino a partire dall'anno scolastico 2008-2009 si inserirà in un piano di sensibilizzazione più ampio (vedi riquadro). Le vaccinazioni, inoltre, hanno lo scopo, di produrre nel corso degli anni una progressiva immunizzazione della popolazione giovane adulta esposta al rischio di infezione. La posta in gioco è molto alta: di cancro all'utero si muore.

Il vaccino nell'ambito di una campagna di prevenzione

PAP-test

Gli HPV (16 e 18) sono responsabili del 70% dei tumori del collo dell'utero. Il PAP-test deve essere mantenuto per trovare precocemente il 30% dei tumori (non imputabili all'HPV).

Campagne di prevenzione

Da un lato vi è la campagna, che si fa nel contesto dell'HIV da 20 anni, per la promozione dell'uso del preservativo, d'altra vi è la campagna per promuovere il nuovo vaccino. Questa campagna sarà accompagnata anche da informazioni sulle altre malattie sessualmente trasmissibili e le possibilità /necessità di proteggersi. È importante dire che il preservativo non protegge al 100% dagli HPV, soprattutto non protegge contro gli HPV 6 e 11, che sono causa del 90% delle verruche genitali.

Costi

Il vaccino contro i papilloma virus (HPV) 16,18,6 e 11 ha, dal punto di vista economico, dimostrato un buon rapporto costo/beneficio e non è soggetto a franchigia.

Vaccino per le donne ?

Il vaccino non è stato sviluppato solamente per le donne, ma sono soprattutto le donne che sviluppano conseguenze gravi da questa infezione. In futuro probabilmente anche gli uomini saranno vaccinati.

I vaccini in generale

I vaccini sono stati uno dei più grandi progressi della nostra epoca e, diversamente da quanto accade in diversi paesi del mondo, siamo particolarmente felici di poterne garantire l'accesso a tutta la popolazione.

DANUTA REINHOLZ MEDICO CANTONALE AGGIUNTO

Schede realizzate
in collaborazione
con l'Ufficio di
promozione
e di valutazione
sanitaria,
DSS-Dipartimento
sanità e socialità
6500 Bellinzona

2.08

Per mancanza di movimento ogni anno spendiamo **2.4 miliardi** di franchi!

Nel nostro paese l'inattività fisica provoca ogni anno almeno 2'900 decessi prematuri, 2,1 milioni di casi di malattie e costi di trattamento diretti pari a 2,4 miliardi di franchi. Muoversi e incontrare altre persone significa non solo contribuire a gettare le basi e mantenere vivo il tessuto sociale di una comunità ma può contribuire a migliorare la salute e quindi contenere la spesa sanitaria che grava sempre più sul bilancio dei consumatori.

Nella battaglia per il controllo del peso e per la salute in genere, si è dedicata molta attenzione, negli anni passati, alle diete, al tipo e alla quantità di cibi e di bevande. Non si era data sufficiente importanza alla quantità di energia che si brucia con l'attività fisica. I due fattori in realtà sono strettamente correlati.

Grazie al trasporto motorizzato, all'automazione e alle apparecchiature che permettono un risparmio di manodopera, i progressi tecnologici hanno determinato, per la maggior parte delle persone, una riduzione delle occasioni di dispendio energetico. Per non parlare del cibo: il massimo della fatica che facciamo per procurarcelo è recarci in auto nel supermercato più vicino... Eppure, le abitudini di movimento, ossia modalità, caratteristiche e ritmi dell'attività o dell'inattività fisica, sono rilevanti.

Conseguenze economiche

Secondo le stime, ogni anno l'inattività fisica in Svizzera causa circa 2900 decessi prematuri, 2,1 milioni di casi di malattie e costi di trattamento diretto pari a 2,4 miliardi di franchi. A questi si aggiungono i costi indiretti, come per esempio la perdita di produttività. Queste valutazioni si fondano su uno studio di impatto economico svolto nel 2001 e sui dati emersi nell'Indagine sulla salute in Svizzera 2002. Ma, aggiungiamo noi, questi dati nulla dicono sulla perdita di benessere che non è monetizzabile ma che pesa, e come, sulla qualità di vita individuale.

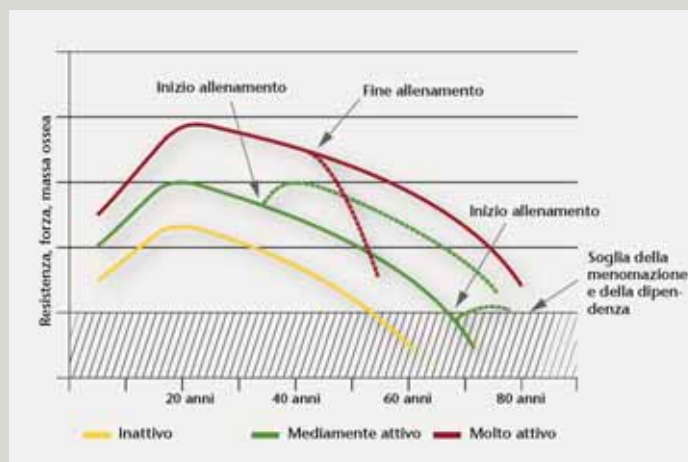
Conseguenze sociali

Oltre ai dati economici vanno considerati anche i costi sociali dell'inattività. Una società viva e dinamica presuppone che i cittadini siano mobili, che abbiano possibilità di uscire e incontrarsi per le strade, nelle piazze, andando al lavoro, a fare la spesa. In questo modo, anche le fasce di popolazione meno privilegiate possono partecipare alla vita sociale.

Ritrovarsi e praticare un'attività fisica insieme offre spazi di benessere al corpo e allo spirito e ci fa scoprire il piacere del comunicare. Il capitale umano di una società non può che impoverirsi se lo spazio di movimento dell'individuo è ristretto. È anche questo il messaggio contenuto nel documento di base "Attività fisica e salute" pubblicato dall'Ufficio federale dello sport (UFSP), per invitare la popolazione a fare movimento.

Non è mai troppo tardi per cominciare

Qualsiasi passo che allontani dall'inattività, per quanto piccolo, è importante e fa bene alla salute. Non è mai troppo tardi per iniziare una vita attiva! Persino l'anziano che conduce una vita sedentaria può fare molto per migliorare la sua salute, il suo rendimento e il suo benessere generale attraverso una regolare attività fisica nella vita quotidiana. La ricerca scientifica recente ha dimostrato che sport e movimento non hanno un «effetto deposito» per la salute. Ciò significa che il trentenne che pratica uno sport di resistenza, giunto a 50 anni non beneficerà di alcun vantaggio se nel frattempo è diventato inattivo. Il discorso è diametralmente opposto riguardo alla salute delle ossa. La mancanza di uno sviluppo osseo idoneo nell'infanzia è solo parzialmente compensabile in età avanzata. Perciò è determinante la quantità di attività fisica che si svolge in età giovanile. Allenando forza e equilibrio è possibile in seguito ad ogni età di ridurre il rischio di cadute e fratture ossee, anche in presenza di osteoporosi.



Salute e rendimento con l'avanzare dell'età - Durante tutta la vita, le persone attive hanno un migliore rendimento fisico e godono di una migliore salute. Iniziando un regolare esercizio fisico, gli inattivi possono avvicinarsi al livello di salute di chi fa vita attiva.

Fai abbastanza movimento? Sei giovane, maschio, benestante e svizzero tedesco

Sono diversi i fattori che influenzano le nostre abitudini di movimento. Alcuni sono immutabili, come l'età o il sesso. Altri, come la personalità e l'ambiente sociale, possono essere influenzati in maniera positiva grazie a interventi specifici come le campagne di informazione e sensibilizzazione che Confederazione e Cantoni hanno deciso di promuovere.

Fattori immutabili

I provvedimenti mirati a promuovere il movimento non possono influenzare direttamente fattori come:

- ✓ la predisposizione genetica
- ✓ l'età e il sesso
- ✓ l'appartenenza a un gruppo culturale
- ✓ la condizione sociale (in termini di formazione o reddito).

Dalle indagini sulla salute emerge che:

- ✓ i giovani fanno più movimento delle persone anziane
- ✓ gli uomini sono più attivi delle donne
- ✓ gli svizzeri tedeschi praticano più esercizio fisico
- ✓ le persone con un reddito medio o alto hanno una vita più attiva di quella condotta da chi ha un reddito basso.

Per avere un impatto efficace, la promozione del movimento deve quindi rivolgersi specialmente alle fasce di popolazione tendenzialmente inattive proponendo programmi mirati e una vasta gamma di offerte di attività fisica.

Fattori variabili

La letteratura scientifica mostra che molti fattori determinanti per le nostre abitudini di movimento possono essere influenzati direttamente da provvedimenti specifici legati alla personalità, all'ambiente sociale e alle circostanze di vita.

Personalità

Le abitudini nei confronti dell'esercizio fisico dipendono dal nostro atteggiamento personale e dalla motivazione a tale proposito. Sono rilevanti però anche le aspettative positive o negative che nutriamo come pure le nostre capacità e abilità.

Ambiente sociale

È molto positivo se in famiglia si trovano buoni esempi da seguire. Anche gli amici, il gruppo o delle iniziative aziendali possono incoraggiare a fare movimento. Gli elementi fondamentali sono però la quantità e il tipo di offerte di sport organizzato sia

in seno a una associazione sportiva, a una struttura privata o alle lezioni di educazione fisica a scuola.

Ambienti di vita

Negli ultimi decenni le scelte urbanistiche, purtroppo, hanno privilegiato strutture residenziali con spazi abitativi e produttivi che non solo non incoraggiano ma non permettono attività fisiche quotidiane.

L'uso dell'auto privata a scapito dei mezzi pubblici, del traffico pedonale o delle piste ciclabili ha condizionato pesantemente le nostre abitudini di movimento. Basti pensare all'ascensore: quanti di noi vanno dal garage direttamente alla porta di casa o al supermercato. Se poi aggiungiamo i danni alla salute provocati da gas inquinanti e polveri fini, c'è poco da stare allegri! Ed è proprio il caso di darsi finalmente una mossa.

Non occorre spendere troppo per passare dal farsi male al farsi bene

Un movimento regolare è, dunque, un rimedio miracoloso! Molte attività si possono inserire senza problemi nella vita quotidiana senza iscriversi a palestre o comprare attrezzature. Per esempio, camminare a passo sostenuto o andare in bicicletta, ma anche fare le scale o ballare. L'unica condizione per ottenere un effetto sulla salute è che si tratti di un'attività fisica nella quale il polso acceleri e il respiro s'ingrossi almeno un po' e questo possibilmente con una frequenza giornaliera (l'ideale sarebbe tre volte 10 minuti oppure 30 minuti continuati).

Una mezz'ora di movimento al giorno con respiro leggermente accelerato può migliorare in modo considerevole la salute. I livelli successivi aumentano il beneficio. Ad esempio, la resistenza può essere migliorata con almeno tre allenamenti settimanali di 20 - 60 minuti di jogging, bicicletta o simili. La forza e la mobilità possono essere allenate 2 volte la settimana con esercizi adeguati o in un centro fitness. Le persone allenate traggono ulteriori vantaggi per la salute dalla regolare attività sportiva.

Le raccomandazioni per un movimento salutare possono essere sintetizzate nella "piramide del movimento" qui riprodotta.



La piramide del movimento: raccomandazioni per adulti - Basta mezz'ora di movimento al giorno con respirazione leggermente accelerata per migliorare notevolmente la salute di donne e uomini di ogni età. I livelli successivi garantiscono ulteriori benefici.

Impiegare personale di pulizia a casa è ora più semplice

Per lottare contro il lavoro nero, dal 1° gennaio 2008 il datore di lavoro può contare su una procedura semplificata per il conteggio degli oneri sociali.

Dal 1° gennaio di quest'anno è in vigore la nuova legge contro il lavoro nero che prevede una semplificazione della procedura di riconoscimento degli oneri sociali per chi assume personale occupato a ore, con contratti di breve durata o di poca entità (salariale). In questo modo i datori di lavoro non sarebbero più scoraggiati dall'iter burocratico ordinario che fino alla fine del 2007 rappresentava l'unica via per regolarizzare il personale occupato per brevi periodi o per poche ore, personale che, sovente, finiva per essere impiegato "in nero".

Tra il personale che rientra nella categoria citata sopra figura in primo luogo il personale delle economie domestiche (tipico è il caso del personale delle pulizie). Tra l'altro, tra tutte le categorie di dipendenti, quella che si occupa dell'aiuto domestico è l'unica ad essere soggetta al prelevamento dei contributi sociali obbligatori anche in caso di guadagni di poco conto o di attività svolta in modo accessorio. Altre categorie di dipendenti che svolgono attività (principale o accessoria) per cui sono remunerati meno di 2200 fr. all'anno non sono obbli-



gatoriamente assoggettati alle detrazioni dei contributi sociali di legge. Tuttavia se il/la dipendente lo richiede esplicitamente, il datore di lavoro è tenuto a procedere alla regolare denuncia alla cassa AVS e pagare la propria parte di contributi.

Possono chiedere la procedura semplificata tutti i datori di lavoro con una massa salariale globale entro i 53'040 fr. all'anno con salari, per singolo dipendente, che non superano i 19'890 fr./anno (equivalente alla soglia d'entrata del 2° pilastro).

Avete intenzione di assumere del personale domestico e richiedere la procedura semplificata per il conteggio degli oneri sociali e delle imposte?

Ecco come funziona:

- All'inizio del rapporto di lavoro (e comunque entro 30 giorni) dovete annunciare il vostro personale alla cassa di compensazione AVS e chiedere l'ammissione alla procedura semplificata. Potete scaricare il relativo formulario dal sito www.iasticino.ch oppure richiederlo all'agenzia comunale AVS. Se non avete mai occupato personale o non siete ancora affiliati a una cassa di compensazione, la cassa competente è quella cantonale.

- Come datore di lavoro dovete anche annunciare alla cassa di compensazione presso quale assicurazione avete concluso o intendete concludere un contratto per l'assicurazione obbligatoria contro gli infortuni (il premio dell'assicurazione contro gli infortuni professionali è a carico del datore di lavoro).

- Sul conteggio mensile del vostro personale dovete detrarre i contributi sociali AVS-AI (6,05%) e l'imposta alla fonte pari al 5% (0,5% per l'imposta federale diretta e 4,5% imposta cantonale e comunale).

- Entro il 30 gennaio di ogni anno dovete inviare alla cassa di compensazione il conteggio globale dell'anno civile trascorso; questa emetterà la relativa fattura da saldare entro 30 giorni.

In pratica cosa dovrete versare alla Cassa? I contributi sociali già trattenuti al dipendente (6,05% del salario lordo), la vostra quota parte (stessa percentuale, per un totale del 12,1%) e l'imposta alla fonte trattenuta nel corso dell'anno (5% del salario).

- Il/la dipendente assunto con questa procedura non dovrà più dichiarare il salario al fisco: riceverà un certificato, da allegare alla dichiarazione fiscale, che attesta il versamento dell'imposta alla fonte.

- Ulteriori informazioni presso:

- l'Istituto delle assicurazioni sociali, tel 091 821 91 11, ias@ias.ti.ch;

- le Casse di compensazione AVS (vedi ultima pagina dell'elenco telefonico o il sito www-avs-ai.ch) o le agenzie AVS.

Swisscom meno tempo per pagare le fatture

Da più parti ci sono giunte proteste per il cambiamento dei termini per il saldo delle fatture delle bollette telefoniche (per telefono fisso e mobile) di Swisscom. In buona sostanza fino a pochi mesi fa Swisscom indicava sulla fattura del telefono che bisognava saldare "entro 30 giorni" mentre ora viene indicata la data entro la quale la fattura deve essere pagata (che di regola corrisponde con la data della fine del mese nel quale si riceve la fattura).

La tendenza - che non è solo di Swisscom - è quella di accorciare i tempi per il pagamento. Il problema che ovviamente si pone - ed è quello di cui si lamentano i consumatori che si sono rivolti all'ACSI - è che se tra l'allestimento della fattura, la spedizione e la ricezione della stessa da parte del cliente passa una settimana o più, a

quest'ultimo restano pochi giorni per pagare entro i termini indicati. Swisscom giustifica questa sua decisione con la necessità "di ottimizzare i processi finanziari e di adeguarsi agli standard tipici del settore delle telecomunicazioni".

L'ACSI comprende che la nuova prassi possa causare dei disagi e ritiene pure che la clientela avrebbe potuto essere informata meglio e non solo per il tramite del foglio informativo-pubblicitario inviato di regola con la fattura. Sta di fatto però che il termine di 30 giorni per saldare la fattura non è un diritto del consumatore: quando la prestazione è stata fornita - come è il caso del telefono che si paga dopo avere usufruito del servizio - la controparte (nel caso la Swisscom) può richiederne il pagamento anche subito.

assemblea 2008



Assemblea generale ACSI 2008

Sabato 5 aprile, ore 15.30

Sala Consiglio comunale, Mendrisio

Programma: ore 15.30

Inizio dei lavori assembleari

1. Nomina presidente del giorno e scrutatrici/scrutatori
2. Approvazione verbale assemblea 2007
3. Rapporti d'attività 2007
4. Rapporto della cassiera e dei revisori dei conti
5. Revisione statuti: proposta di cambiamento del nome dell'associazione da "Associazione consumatrici della Svizzera italiana" a "Associazione consumatori della Svizzera italiana" (art. 1)
6. Dimissioni e nomine statutarie
7. Eventuali

Ore 16.45

Conferenza del meteorologo Marco Gaia: "I cambiamenti climatici, una scomoda verità anche per il Ticino?"

Definizione di alcune raccomandazioni pratiche per ridurre le emissioni di CO2 sulle quali l'ACSI intende mettere l'accento nella sua attività futura.

Ore 18.15

Aperitivo offerto

Vi ricordiamo che sono soci dell'Acsi tutti coloro che ricevono il periodico "La borsa della spesa". Non mancate: la vostra partecipazione è importante!

Un cordiale arrivederci a Mendrisio.

Mario Jäggi, presidente ACSI

Per chi usa i mezzi pubblici (treno)

• da Airolo

partenza 13.03 arrivo Bellinzona 13.58

partenza 14.15 arrivo Mendrisio 15.13

• da Locarno

partenza 13.53 arrivo Giubiasco 14.14

partenza 14.18 arrivo Mendrisio 15.13

• da Bellinzona

partenza 14.15 arrivo 15.13

• da Lugano

partenza 14.54 arrivo 15.13

• da Chiasso

partenza 15.05 arrivo 15.13

Dalla stazione circa 5 minuti a piedi.

Chi avesse problemi si annunci al segretariato dell'ACSI.

Consumatrici o consumatori?

Dopo 34 anni di esistenza l'ACSI avrà un nuovo nome? Lo deciderà il prossimo 5 aprile l'assemblea dell'associazione chiamata a esprimersi sull'opportunità di cambiare il nome da "Associazione consumatrici della Svizzera italiana" a "Associazione consumatori della Svizzera italiana". Il comitato allargato dell'associazione si è pronunciato a larghissima maggioranza per il cambiamento (16 voti favorevoli, 1 contrario, 1 astenuto).

La proposta di cambiare il nome era già stata discussa nel 1994: allora, con appena 5 voti di scarto, l'assemblea aveva deciso di mantenere il nome al femminile.

Oggi il tema viene riproposto essenzialmente per tre ragioni:

- l'etichetta non corrisponde al contenuto: tutti siamo consumatori e anche fra i soci e nei comitati dell'ACSI figurano sempre più uomini. Nella lingua italiana è il maschile a comprendere il femminile e non viceversa.
- la denominazione al femminile rischia di escludere una parte di potenziali soci, soprattutto fra gli uomini giovani forse portati a pensare che una associazione di consumatrici non li concerna, non si occupi di temi e problemi che li riguardano.
- a livello svizzero le associazioni che erano nate al femminile (Fédération romande des consommatrices e Konsumentinnen Forum) sono da tempo passate alla denominazione maschile.

Il cambiamento del nome andrebbe quindi visto soprattutto nell'ottica di eliminare qualsiasi possibile ostacolo all'acquisizione di nuovi soci, nuove forze di cui l'associazione ha estremo bisogno. Il cambiamento non deve assolutamente essere interpretato come una mancato riconoscimento all'opera delle fondatrici che, per dirla con le parole usate dal presidente Mario Jäggi al momento delle sua elezione, con lungimiranza hanno saputo creare "il prodotto femminile collettivo più riuscito, più noto, più forte ed apprezzato della Svizzera italiana".

Rapporto d'attività ACSI 2007: Tutto quanto facciamo per i consumatori

1. Introduzione - Per illustrare quale sia l'attività dell'Associazione consumatrici della Svizzera italiana (ACSI) è utile ricordarne lo scopo, enunciato negli statuti. L'articolo 3 recita: "Scopo dell'associazione è riunire le consumatrici e i consumatori della Svizzera italiana per sensibilizzarle/i, informarle/i e formarle/i alla tutela dei loro interessi".

2. Informazione - Uno dei compiti principali dell'ACSI è quindi l'INFORMAZIONE. Compito che risponde a un preciso bisogno dei consumatori. L'ACSI ha fatto fronte a questo compito statutario attraverso diversi canali.

2.1 La Borsa della spesa - Il principale mezzo informativo dell'ACSI è il suo periodico La Borsa della spesa, che lo scorso anno è uscito (nel nuovo grande formato introdotto a ottobre 2006) con 8 edizioni di 32 pagine. La tiratura è stata di 9'500 copie, di cui la maggior parte distribuita alle socie e ai soci. Come da diversi anni a questa parte è proseguita la pubblicazione di schede informative che permettono di approfondire un argomento nel corso di un intero anno: nel 2007 le schede sono state dedicate al tema "Quali scelte contano davvero per l'ambiente?" e sono state realizzate sulla base di uno studio pubblicato dall'Ufficio federale dell'ambiente non disponibile in italiano. Sono inoltre stati pubblicati dossier approfonditi sui seguenti temi: "Rapporto fra consumatori e agricoltura", "Additivi alimentari", "Scaricare e masterizzare musica e film". Nel corso del 2007 è stata dedicata particolare attenzione alla realizzazione di inchieste di carattere locale: confronto di prezzi fra supermercati (compresi due punti vendita oltre frontiera), happy hour: aperitivi a confronto, pizze a confronto nella Svizzera italiana, fiori a confronto nella Svizzera italiana, confronto prezzo dei libri, carrozzerie: un danno, tanti prezzi. Come sempre è stato dato ampio spazio ai test comparativi realizzati dai colleghi della Fédération romande des consommateurs o dall'organizzazione internazionale ICRT (International Consumer Research & Testing).

2.2 www.acsi.ch - Dal 1999, accanto al periodico La Borsa della spesa, è attivo il sito internet www.acsi.ch con pagine d'attualità costantemente aggiornate, informazioni e recapiti riguardanti l'attività dell'associazione e l'enciclopedia del consumatore con circa 180 voci in grado di fornire informazioni pratiche e consigli utili sui più svariati temi concernenti il mondo dei consumi. Fra le pagine più consultate figurano quelle riguardanti le "lettere tipo", i test, La Borsa della spesa, i mercatini dell'usato e l'Enciclopedia del consumatore. Nel 2007 sono state visitate mediamente 47'577 pagine al mese. Il sito si è rivelato anche nel 2007 un buon veicolo per acquisire nuovi soci (207)

2.3 Pubblicazioni - In ottobre è stata pubblicata la seconda edizione della "Guida ai consumi responsabili" frutto della collaborazione fra ACSI, Alliance Sud, Agenda 21 e il Gruppo cantonale per lo sviluppo sostenibile (GrussTi). La guida fornisce consigli utili sui comportamenti da adottare per consumare in modo più consapevole cercando di mettere in pratica i principi dello sviluppo sostenibile. Anche nel 2007 è proseguita la collaborazione con il WWF per la pubblicazione di due guide intitolate "Souvenir" e "Stop Standby". Le guide (formato carta di credito e allegate ai numeri di giugno e settembre della Borsa della spesa) vogliono essere un aiuto per orientare le consumatrici e i consumatori nelle loro scelte. Fra le pubblicazioni citiamo pure la versione completa offerta su www.acsi.ch dello studio "I marchi alimentari", realizzato da WWF, ACSI e Vier Pfoten di cui era stata pubblicata una sintesi nel numero di dicembre 2006 della Borsa della spesa.

2.4 Comunicati stampa - Per prendere posizione su temi d'attualità o per far conoscere la sua attività l'ACSI emana numerosi comunicati stampa sui temi più disparati. Nel 2007 ne sono stati diramati 26, tra i quali 7 frutto della collaborazione con le altre organizzazioni consumeriste svizzere.

I comunicati stampa dell'ACSI possono essere consultati sul sito www.acsi.ch

2.5 Mass media - L'ACSI è chiamata a rispondere a numerose sollecitazioni dei mass-media sui problemi più svariati (contratti, acquisti, costi della salute, sicurezza alimentare, telefonia, viaggi, prezzi...). Nel periodo considerato, rappresentanti dell'ACSI sono stati presenti "in voce" ben 48 volte nei media elettronici e sono stati intervistati 6 volte dai vari giornali. A ciò si aggiungono numerosissimi contatti con giornalisti che richiedono informazioni per la stesura di vari articoli e l'allestimento di servizi radiofonici o televisivi.

2.6 Manifestazioni informative, conferenze, corsi - L'ACSI è spesso chiamata a intervenire a serate informative o a animare corsi su diversi temi consumeristi. In particolare: conferenza sugli alimenti per l'associazione degli audiosi (14.01.07), corsi sul budget domestico per disoccupati o stranieri (24.04.07, 10.05.07 e 20.10.07), animazioni sulla gestione del denaro alle scuole medie di Bellinzona (12.02.07 e 01.03.07), Gordola (17.04.07) e Pregassona (03.05.07), intervento sui consumi responsabili al Liceo Mendrisio (27.03.07), alla Scuola Media Tesserete (03.05.07) e alla Scuola Media di Gravesano (15.06.07), conferenza sulla riduzione dei rifiuti alla fonte a Monte Carasso (13.06.07), intervento a Forum sulla medicina preventiva (05.09.07), Intervento a Forum sulla carta sanitaria (12.09.07).

2.7 Altro - Da anni la redazione della BdS aggiorna settimanalmente la pagina di teletext che contiene informazioni su vari temi consumeristi. Nel corso del 2007 è stata perfezionata la precedente collaborazione e la redazione della BdS si impegna a fornire a Swiss TXT una volta la settimana una pagina di 1'500 caratteri su un tema specifica dedicata ai consumatori. I testi sono pubblicati nel quadro della rubrica Ladies, alla pagina 550 del Teletext. Teletext, conta più di 1 milione di utenti al giorno. Si tratta dunque di una piattaforma di primissimo piano per la comunicazione commerciale e i servizi d'informazione.

Per promuovere l'ACSI e per coinvolgere in modo dinamico i consumatori e farli diventare parte attiva nei confronti del mercato l'ACSI ha lanciato un concorso. Lo scopo è quello di promuovere segnalazioni di pratiche commerciali o situazioni a danno del consumatore affinché l'ACSI possa intervenire per risolverli in modo mirato e consono al suo mandato. In palio premi per un ammontare di 3500 franchi. Previsto anche un riconoscimento per aziende "amiche del consumatore" e che si impegnano a risolvere in tempi brevi gli abusi o gli eventuali danni arrecati. La giuria del premio è presieduta da Greta Gysin, studente e deputata in Gran Consiglio. Ne fanno parte anche Mario Jäggi, presidente ACSI, Lorenzo Quadri, giornalista e deputato in GC, Paolo Riva, giornalista, Francesca Sala, assistente di direzione Migros Ticino.

3. Politica consumerista - Nel 2007 è stata intensa anche l'attività che tocca la politica consumerista dell'associazione. In particolare attraverso la partecipazione a varie commissioni, il sostegno a proposte messe in consultazione popolare, la risposta a procedure di consultazione sui temi più disparati e la collaborazione con le altre organizzazioni consumeriste svizzere. Insieme alle altre organizzazioni consumeriste l'ACSI ha in particolare messo l'accento sui seguenti temi: introduzione del principio del Cassis de Dijon (eliminazione degli ostacoli tecnici al commercio), sicurezza dei prodotti, legge sui diritti d'autore, tassa sui lettori MP3 (contro la quale è stato inoltrato un ricorso al Tribunale federale, purtroppo respinto), allergeni, convenience foods, revisione diritto dei brevetti, prezzo medicinali, vendite telefoniche, vendita biglietti Eurofoot 2008, appartamenti in multiproprietà.

3.1 Partecipazione a commissioni e gruppi di lavoro - A livello nazionale i rappresentanti dell'ACSI hanno partecipato attivamente alla Commissione federale del consumo, alla Commissione paritetica delle lavanderie, al grup-

po di lavoro Werkstatt Ernährung & Gentechnologie, al Comitato della ZEW; a livello cantonale alla Conferenza agroalimentare, al gruppo di lavoro Inforiuti, al GOSA, Gruppo operativo salute e ambiente, al gruppo di lavoro cantonale per una "Campagna informativa sui telefonini", alla Commissione di certificazione per corsi di formazione Eduqua, nonché agli Uffici di conciliazione per le controversie fra consumatori finali e fornitori.

3.2 Consultazioni popolari - Nel 2007 l'ACSI si è impegnata molto attivamente a favore dell'iniziativa federale "per una cassa malati unica e sociale", in votazione l'11 marzo e bocciata da popolo e cantoni. A livello cantonale l'ACSI ha sostenuto attivamente il referendum "Via la Superstrada dal Piano" contro il credito di progettazione per il nuovo collegamento stradale con il Locarnese denominato Variante 95, referendum accolto in votazione popolare il 30 settembre. L'impegno su questi due temi ha comportato la partecipazione a numerose riunioni, a conferenze stampa e dibattiti, nonché la stesura di articoli e comunicati stampa.

3.3 Procedure di consultazione

A livello federale - Piano d'azione polveri fini (30.01.07), Progetto di concentrazione Migos-Denner (27.04.07), Ordinanza protezione dei dati (18.05.07), revisione IVA (31.07.07), Diritto derrate alimentari (15.08.07), Revisione legge federale sui brevetti (25.06.07), Progetto di concentrazione Coop-Fust (05.07.07), Disposizioni d'esecuzione della legge sull'agricoltura (07.09.07), Ordinanza sull'energia elettrica (12.10.07), Progetto concentrazione Coop-Carrefour (27.11.07)

A livello cantonale - Numerose convenzioni tariffarie in ambito sanitario.

3.4 Azioni e campagne - L'ACSI cerca di far sentire la voce dei consumatori e di difendere i loro interessi anche attraverso l'organizzazione di azioni specifiche. Nel 2007 l'ACSI si è fatta promotrice di:

- un invito agli assicurati a richiedere alla propria cassa malati i soldi versati all'organizzazione mantello Santésuisse per finanziare la propaganda contro l'introduzione della cassa malati unica e sociale (votazione federale del 11 marzo 2007)

- il sostegno all'azione per computer prodotti con dignità intitolata "High Tech – No Rights?" (Alta tecnologia – nessun diritto?) promossa dalle organizzazioni Pane per tutti, Sacrificio quaresimale e Essere solidali. I consumatori erano invitati a esprimere la richiesta di migliori condizioni di lavoro attraverso una cartolina da spedire ai produttori di PC inserita nella BdS n. 2

- in occasione della giornata internazionale dei diritti dei consumatori (15 marzo) l'ACSI ha lanciato insieme alla FRC una petizione contro gli abusi nelle vendite telefoniche. La petizione ha raccolto 43'000 firme è stata consegnata il 4 settembre al responsabile del dipartimento federale di giustizia e polizia

- l'invito a sostenere la raccolta di firme per l'iniziativa "Per veicoli a misura d'uomo" lanciata dai giovani Verdi quale contributo concreto alla riduzione delle emissioni di CO2

- l'invito a sostenere la raccolta di firme per l'iniziativa "Per un clima sano" che ha l'obiettivo di ridurre drasticamente le emissioni di gas a effetto ser-

ra. I formulari per la raccolta sono stati pubblicati sulla Borsa della spesa.

- il sostegno alla petizione lanciata dal portale www.allo.ch per una riduzione delle tariffe per il roaming internazionale che vengono fatturate quando si telefona con il cellulare da una rete straniera.

- nel numero di dicembre è stato introdotto in tutte le copie della Borsa della spesa il nuovo adesivo "Niente pubblicità – Meno rifiuti", un omaggio che l'ACSI ha voluto fare ai suoi soci allo scopo di ridurre gli invii pubblicitari non indirizzati che invadono quotidianamente le cassette della posta.

3.5 Altro - Fra gli impegni regolari dell'ACSI figurano pure:

- contatti con altre organizzazioni di consumatori a livello svizzero e in genere con associazioni ticinesi e svizzere che trattano temi legati ai consumi (difesa del servizio pubblico, vendita, protezione dell'ambiente, traffico, agricoltura, salute, tecnologie genetiche, elettrosmog, commercio equo, anziani...).

- i contatti con funzionari e autorità che trattano temi legati al consumo (laboratorio cantonale, sezione sanitaria, ufficio cantonale dell'assicurazione malattia, veterinario cantonale, medico cantonale, farmacista cantonale, dipartimento del territorio, amministrazione contribuzioni, ...). Da segnalare in particolare l'incontro dei presidenti delle 4 organizzazioni consumériste svizzere con la consigliera federale Doris Leuthard (02.07.07) e l'incontro con la consigliera di stato Laura Sadis (22.11.07).

4. Servizi

L'ACSI gestisce il servizio di consulenza Infoconsumi, un servizio di documentazione, 4 mercatini dell'usato e l'azione "scambio dell'usato" in numerosi comuni del cantone.

4.1 Infoconsumi - Il 2007 è stato caratterizzato da una profonda riorganizzazione dei servizi di consulenza. I servizi di consulenza su acquisti e contratti, sulle casse malati, sull'alimentazione e sulla contabilità domestica sono stati tutti raggruppati in "Infoconsumi". Per migliorare il servizio ai soci da settembre è stata introdotta un'ora di consulenza telefonica giornaliera. Tutti i giorni dalle 10.30 alle 11.30 il servizio risponde a domande legate ad acquisti, contratti, fatture, qualità dei prodotti, reclami, garanzie, casse malati, budget familiare, alimentazione e tutto quanto riguarda i consumi.

Per garantire questo migliore contatto è stato necessario coinvolgere (accanto alle volontarie) la segretaria amministrativa e introdurre un nuovo sistema telefonico a segreteria vocale con selezione dei numeri corrispondenti al servizio che si desidera raggiungere.

Oltre alla presenza giornaliera, il servizio Infoconsumi è pure a disposizione tutti i lunedì dalle 14 alle 17 per problemi di acquisti e contratti e il primo e terzo giovedì del mese dalle 14.30 alle 17.30 per richieste concernenti l'alimentazione.

Nel corso del 2007 sono state fornite circa 1200 consulenze (telefoniche, per e-mail o durante incontri presso la sede dell'ACSI) concernenti acquisti e contratti. Fra i temi su cui il servizio è stato più sollecitato: problemi legati alla telefonia fissa e mobile e ai collegamenti internet, ai corsi di formazione, ai viaggi, ai trattamenti di cura del corpo, al servizio dopo vendita, ai concorsi-bidone.

Sono inoltre state fornite circa 300 consulenze concernenti temi legati alle casse malati e alla fatturazione di prestazioni sanitaria (mediche e dentistiche in particolare).

Le domande riguardanti l'alimentazione (problemi che riguardano i cibi, la loro conservazione, il loro impiego, la loro cottura, ecc., come pure gli aspetti legati all'igiene e al commercio) sono state un centinaio.

Le richieste concernenti di informazioni e consigli su come si tiene la contabilità domestica e sulle principali voci di spese sono state una cinquantina. La richiesta di allestire (nel rispetto della massima discrezione) un budget personalizzato appena 2. Malgrado sia unico nel suo genere questo servizio è purtroppo poco utilizzato.

4.2 Centro documentazione - Il Centro di documentazione legge, classifica, archivia articoli e test comparativi pubblicati su riviste specializzate sviz-

Finanze

I conti ACSI 07 chiudono con un deficit di fr. 1'672. Nello schema è evidenziata la suddivisione percentuale fra le voci di entrate e uscite.

| Entrate | fr. 438'389.- | Uscite | fr. 440'061 |
|----------------|---------------|---------------------------|-------------|
| Tasse sociali | 70% | BdS e sito | 50% |
| Sussidio fed. | 14% | Segretariato e Amministr. | 39% |
| Sussidio cant. | 11% | Altro | 11% |
| Diversi | 5% | | |

zere e straniere. Oltre a fornire documentazione aggiornata alla redazione e al segretariato è a disposizione di tutti i consumatori (soci/e e no) che desiderano informazioni su un determinato prodotto o servizio, (meglio se prima di effettuare l'acquisto o di firmare un contratto). Nel 2007 le richieste sono circa 150.

4.3 MACSI - Come ogni anno anche nel 2007 è stata vivace l'attività dei 4 mercatini dell'usato MACSI che, grazie al notevole impegno delle volontarie, permettono di reimmettere nel circuito di vendita articoli d'abbigliamento, attrezzature per la prima infanzia e attrezzature sportive per tutta la famiglia (e questa è una novità), giochi e articoli per il tempo libero. Lo scopo primario dei mercatini resta la lotta contro lo spreco ma la loro presenza sul territorio ne fa il punto di contatto più diretto che l'ACSI ha con la popolazione. Attraverso i MACSI è quindi possibile captare gli umori di consumatrici e consumatori, rispondere a richieste di informazione, mettere in contatto consumatrici e consumatori con il segretariato dell'associazione. Oltre alla normale attività, nel 2007 sono state messe le basi per l'introduzione di una contabilità uniforme.

4.4 Scambio dell'usato - Nel 2007 è stata molto intensa l'attività in favore dell'azione di sensibilizzazione "Scambio dell'usato" che intende prolungare la vita di una parte dei cosiddetti "rifiuti ingombranti": mobili e oggetti di vario tipo che sono spesso ancora in buono stato e possono essere utilizzati da altre persone, famiglie o associazioni umanitarie. Attualmente questa azione viene svolta regolarmente in 25 comuni. Le attività di "scambio dell'usato" sono una presenza apprezzata sul territorio e costituiscono un servizio gratuito ai comuni. La piazza di Giubiasco funge da comune-modello per chi vuole vedere come funziona il sistema (ogni primo giovedì del mese). In autunno è stato organizzato un incontro fra tutti i volontari per fare il punto sulla situazione.

5. Organi ACSI

5.1 Comitato esecutivo

Secondo gli statuti dell'ACSI il Comitato Esecutivo (CE) ha quale compiti prioritari l'esecuzione delle decisioni prese dal comitato allargato e dall'assemblea, la supervisione sull'attività del segretariato e sulla gestione finanziaria dell'associazione. Nel 2007 si è riunito 6 volte.

5.2 Comitato allargato

Secondo gli statuti dell'ACSI il Comitato allargato (CA) ha quale compiti prioritari la promozione di iniziative atte a raggiungere gli scopi sociali e la definizione e la diffusione delle prese di posizione pubbliche. Nel 2006 si è riunito 5 volte.

5.3 Assemblea generale

Durante l'assemblea generale 2007 il presidente Mario Jägglì ha messo l'accento sulla scarsa sensibilità che il mondo politico riserva alle rivendicazioni delle associazioni dei consumatori e sulla necessità di continuare a lottare contro l'alto livello dei prezzi che si registra in Svizzera. L'assemblea ha approvato alcune modifiche minori degli statuti dell'associazione (in particolare la riduzione del numero minimo di riunioni dei comitati).

6. Collaboratori e logistica - L'attività del segretariato è garantita da una segretaria generale al 60%, da una segretaria amministrativa al 65% e coadiuvata dall'impegno di numerose volontarie, in particolare le membre del Comitato esecutivo, soprattutto per ciò che concerne i contatti con autorità e altre organizzazioni e la presenza nelle commissioni.

Borsa della spesa, sito e teletex sono gestiti dalla redazione composta da una redattrice responsabile impiegata al 60% e da una redattrice al 50% che si avvalgono pure di alcuni collaboratori esterni.

I servizi di consulenza sono gestiti grazie a una stretta collaborazione fra segretariato e personale volontario (4 persone) e si avvalgono delle consulenze di un'avvocata.

Il servizio di documentazione è gestito da 1 volontaria.

I Mercatini ACSI sono gestiti da una quarantina di volontarie

Conto d'esercizio 2007

| | Costi | Ricavi |
|---|------------|-----------------|
| Borsa della Spesa e sito | 222'060.42 | |
| Stipendi segretariato | 123'229.04 | |
| Tasse ccp e pvr | 4'899.73 | |
| Manutenzione e pulizia | 3'961.73 | |
| Assicurazioni | 886.00 | |
| Ammortamenti | 5'854.50 | |
| Spese amministrative (cancelleria, spese postali, giornali, quote associative telefono, promozione, pubblicazioni ACSI, ecc.) | 33'071.75 | |
| Rimborsi trasferte, giornate di studio, onorari, gettoni di presenza, ecc. | 44'132.75 | |
| Costi diversi | 1'965.29 | |
| Tasse sociali e abbonamenti | | 307'803.40 |
| Sussidi | | 113'209.00 |
| Ricavi diversi (pubblicazioni, interessi attivi, ecc.) | | 17'376.50 |
| | 440'061.21 | 438'388.90 |
| Saldo passivo esercizio 2007 | | 1'672.31 |
| | 440'061.21 | 440'061.21 |

Bilancio al 31 dicembre 2007

| | Attivi | Passivi |
|---------------------------------|------------|------------|
| Cassa | 470.25 | |
| Conto corrente postale | 125'431.97 | |
| Banca dello Stato | 71'715.57 | |
| Banca Coop | 61'440.80 | |
| Debitori | 523.25 | |
| Transitori attivi | 17'574.10 | |
| Mobilio e attrezzature | 10'660.00 | |
| Creditori | | 14'985.90 |
| Accantonamenti diversi e rischi | | 26'090.25 |
| Transitori passivi | | 208'485.50 |
| Situazione patrimoniale | | 39'926.60 |
| | 287'815.94 | 289'488.25 |
| Saldo passivo esercizio 2007 | 1'672.31 | |
| | 289'488.25 | 289'488.25 |
| Conti d'ordine (Mercatini Acsi) | 46'888.61 | 46'888.61 |

Le azioni scambio dell'usato sono assicurate da una settantina di volontarie e volontari.

A conclusione sottolineiamo l'apporto essenziale del volontariato: senza il contributo delle numerose volontarie e volontari che ruotano attorno all'ACSI molte delle attività che caratterizzano l'Associazione, e che costituiscono un servizio al quale consumatrici e consumatori possono rivolgersi, non sarebbero possibili.

7. Soci

A fine dicembre 2007 i soci paganti dell'ACSI erano 7'577. A questi vanno aggiunti 260 soci per i quali non viene riscossa la tassa sociale (volontarie, mass-media,...) per un totale di 7'837 soci.

Lugano, marzo 2008

Mario Jägglì
presidente

Laura Regazzoni Meli
segretaria generale

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 8.30-10.30

La borsa della spesa

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

www.acsi.ch**Infoconsumi acsi**

infoconsumi@acsi.ch
da lunedì a venerdì 10.30-11.30
091 922 97 55
lunedì 14.00-17.00
091 923 53 23

Consulenza casse malati

Consigli pratici e documentazione
091 922 97 55
da lunedì a venerdì 10.30-11.30

Alimentazione

Consigli pratici e documentazione
da lunedì a venerdì 10.30-11.30
091 922 97 55
1° e 3° giovedì del mese 14.30-17.30
091 923 53 23

Contabilità domestica

da lunedì a venerdì 10.30-11.30
091 922 97 55

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 è aperto durante la settimana delle vacanze autunnali mentre negli altri periodi di vacanze scolastiche è aperto il venerdì dalle 14 alle 17 (solo vendita). Aperture straordinarie sono segnalate tramite la stampa.

La caccia alle stelle delude i consumatori



La caccia alle stelle è terminata con la distribuzione degli ultimi apparecchi l'8 marzo scorso, ma ancora prima di finire questa nuova campagna di raccolta di bollini di Coop ha fatto discutere. E lo ha fatto intanto per il prezzo con il quale questi apparecchi della nota marca svizzera sono stati venduti, prezzi ai quali dovevano essere aggiunti un certo numero di bollini. Per il pezzo più prestigioso, il robot da cucina (che impasta, frulla, macina e grattugia a diverse velocità) occorreva consegnare 80 bollini (accumulati con spese per un totale di 800 franchi) e sborsare 199 franchi. Il prezzo d'acquisto del medesimo apparecchio, senza bollini - indicava Coop nella sua offerta ai clienti - è di 399 franchi. Il risparmio sbandierato era dunque di 200 franchi tondi.

Piccolo particolare che si tende sempre a trascurare in queste occasioni: per poter avere il robot al prezzo della campagna bollini bisognava però spendere almeno 800 franchi nei negozi Coop da ottobre dello scorso anno a febbraio di quest'anno.

Ma perché ha fatto discutere anche questa campagna? Perché anche con la riduzione di prezzo (grazie ai bollini) il prezzo non sembra così stracciato come è stato promosso. La marca è svizzera, senza dubbio, ma gli apparecchi promossi con la campagna bollini non fanno parte dell'usuale

assortimento della ditta Kuhn Rikon (nel sito ufficiale della ditta non vi è traccia del robot multifunzionale in questione) e sono stati fabbricati in Cina in occasione della promozione "bollini" del grande magazzino.

In quest'ottica i quasi 400 franchi indicati come prezzo d'acquisto del prodotto senza l'ausilio dei bollini sembrano davvero eccessivi: anche se l'indicazione della casa madre contribuisce a dare peso al prezzo. Ma anche il prezzo promozionale è stato messo in discussione da alcuni lettori che hanno confrontato prezzi e prestazioni di analoghi apparecchi sul mercato.

Altre segnalazioni ci sono giunte in merito al bollitore, che, stando alle rispettive esperienze, rilascerebbe un cattivo odore.

Il parere dell'ACSI

L'ACSI è sempre stata critica su questi sistemi di raccolta di bollini da usare per l'acquisto di prodotti. Invece di bollini, punti e carte fedeltà preferiremmo sconti sui prodotti.

Nell'acquisto di prodotti col sistema di raccolta dei bollini la scelta dei prodotti è limitata a quelli offerti dal promotore e non sempre il prezzo - pur sbandierato come grande occasione - è, in definitiva, vantaggioso.

Il consiglio è quello di non farsi incantare da questo tipo di promozioni: valutate prima se avete veramente bisogno di quest'apparecchio, e poi non dimenticate di confrontare prezzi e prestazioni di prodotti analoghi sul mercato.

Ma che pubblicità è quella del Carrefour?

"Sul prospetto di vi sono le arance in azione a fr. 1,90 al chilo. Vado in negozio a comprarle: nel reparto frutta vi sono bene in vista delle retine di arance da 2 kg senza indicazione di prezzo sul prodotto. Le compero pensando di pagare fr. 3,80. Alla cassa scopro invece che costano fr. 4,90. Al mio reclamo mi dicono che si tratta di 2 prodotti diversi...". La stessa persona, C.B. di Pregassona, poco tempo dopo, fa un'analogha constatazione: "sul prospetto vi sono le mele Gala a fr. 2,90/kg, ma in negozio sono vendute a fr. 4,20/kg".

Comprendiamo bene l'irritazione del consumatore e questa non è l'unica segnalazione che ci giunge il relazione alle promozioni di Carrefour. Di fronte a situazioni di questo tipo il consiglio è quello di controllare sempre, alla cassa, che il prezzo sia quello promosso: in caso di differenze bisogna reclamare subito. Situazioni di questo tipo, se non dovute ad errore umano o di stampa, possono essere definite "specchietti per le allodole": una volta che il cliente entra in negozio comunque qualcosa rischia di comperare! Potrebbe però anche capitare che il cliente, deluso e irritato, nel negozio non ci entri più.

pubblicazioni

desidero ricevere:

- | | | |
|--|-------|--------|
| <input type="checkbox"/> Schede: mangiare bene per vivere bene | 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 _____

Inviare l'intera pagina a: ACSI, Stabile amministrativo, CP 165, 6932 Breganzona

test

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

La borsa della spesa

| | |
|------------------------------------|---------|
| Lettori MP3 con video | Gen. 08 |
| App. foto reflex digitali | Dic. 07 |
| Sci slalom e multicondition | Nov. 07 |
| Croccantini per cani | Set. 07 |
| Mascara waterproof | Ago. 07 |
| Videoproiettori | Giu. 07 |
| 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 |
| Case farmaceutiche | Mag. 06 |
| Software per immagini digitali | Mar. 06 |

FRC Magazine, Losanna

| | |
|--------------------------------|---------|
| Telefonini semplici | Mar. 08 |
| Lampadine risparmio energetico | Feb. 08 |
| Smartphone | Dic. 07 |
| Tinture per capelli | Nov. 07 |
| Auricolari Bluetooth | Ott. 07 |
| Videocamere | Lug. 07 |
| App. foto ultracompatte | Giu. 07 |
| Bilance pesa-persone | Mag. 07 |
| Seggiolini per bicicletta | Apr. 07 |
| Programmi antivirus | Mar. 07 |

Altro Consumo, Milano

| | |
|--------------------------------------|---------|
| Monitor TFT da 20" | Feb. 08 |
| Lettori DVD HD | Feb. 08 |
| Telefonini GSM e UMTS | Gen. 08 |
| Rasoi elettrici | Dic. 07 |
| Automobili ecologiche | Nov. 07 |
| Lavastoviglie | Nov. 07 |
| Videocamere digitali | Nov. 07 |
| Televisori schermo piatto | Nov. 07 |
| Olio extravergine | Ott. 07 |
| Seggiolini auto per bambini | Giu. 07 |
| Aspirapolvere | Giu. 07 |
| Condizionatori a parete | Mag. 07 |
| Ferri stiro con caldaia separata | Mag. 07 |
| Stampanti laser e getto d'inchiostro | Apr. 07 |
| Stampanti multifunzionali | Mar. 07 |
| Trapani ad accumulatore | Feb. 07 |

Test, Berlino

| | |
|--------------------------|---------|
| Stampanti e scanner | Mar. 08 |
| Apparecchi foto digitali | Mar. 08 |
| Pneumatici estivi | Mar. 08 |
| Caschi sci e snowboard | Gen. 08 |
| Lettori DVD portatili | Gen. 08 |
| Navigatori GPS | Dic. 07 |
| Macchine caffè espresso | Dic. 07 |
| Frigoriferi piccoli | Nov. 07 |
| Materassi | Ott. 07 |
| Lavatrici | Set. 07 |
| Seggiolini per bambini | Ago. 07 |
| Minitelvisori portatili | Lug. 07 |
| Termopompa | Giu. 07 |
| Pulitori a vapore | Apr. 07 |

diventa socio/a

data _____

cognome _____

nome _____

via e numero _____

nap _____

località _____

- Desidero aderire all'ACSI per il 2008 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 2008 con abbonamento a La borsa della spesa al prezzo di 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).

10

buone ragioni per diventare socio/a

- 1) l'associazione tutela i miei diritti di consumatore e di utente
- 2) l'associazione rappresenta molte persone, quindi viene più facilmente ascoltata
- 3) l'associazione è composta da persone esperte che forniscono consulenze qualificate
- 4) l'associazione si attiva per l'emanazione e la modifica di leggi e provvedimenti a favore del consumatore
- 5) con la rivista dell'associazione, la Borsa della Spesa, sono informato sul mondo dei consumi, sulle novità del settore, sulle nuove tendenze e sul consumo critico
- 6) l'associazione ha un sito libero, utile strumento di consultazione e formazione www.acsi.ch
- 7) l'associazione, con i suoi mercatini e con lo scambio dell'usato contribuisce a lottare contro gli sprechi e a ridurre i rifiuti
- 8) se l'associazione ha molti soci e socie, è più forte e tanti problemi dei consumatori potrebbero non presentarsi
- 9) l'associazioni promuove campagne di informazione che vengono riprese da giornali e media
- 10) l'associazione collabora con lo Stato, le aziende e le altre parti sociali per creare migliori condizioni di vita per tutti i cittadini



Associazione consumatrici della Svizzera italiana