



# RAPPORTO ATTIVITA' ACSI 2016

## 1. Introduzione

Per illustrare quale sia l'attività dell'Associazione consumatrici e consumatori della Svizzera italiana (ACSI) è utile ricordarne gli scopi, enunciati negli statuti. L'articolo 3 recita: *Nell'ambito e nel rispetto dei diritti fondamentali dei consumatori universalmente riconosciuti, gli scopi dell'ACSI sono:*

- a) *sensibilizzare, informare e formare i consumatori affinché possano effettuare scelte consapevoli e responsabili*
- b) *impegnarsi a agire a tutti i livelli nella difesa dei loro interessi*
- c) *perseguire obiettivi in accordo con i principi dello sviluppo sostenibile.*

## 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 "La borsa della spesa", periodico che prevede 8 edizioni all'anno di 32 pagine. La tiratura media è stata fissata a 8500 copie per contenere al massimo gli sprechi di carta.

Tra gli approfondimenti sui più svariati temi (prezzi, diritti dei pazienti e degli assicurati, alimentazione sana, energia, indebitamento, assicurazioni malattia, consumo responsabile, sviluppo sostenibile, ecc.), ricordiamo che anche all'inizio del 2016, è stata realizzata l'inchiesta "spesa": un confronto di prezzi tra 6 supermercati in Ticino e 2 in Italia. Nel corso dell'anno è continuata anche l'informazione sulla medicina inutile e dannosa con alcuni articoli, in particolare sui test alle intolleranze alimentari venduti in farmacia (3.16) e sulle prestazioni mediche inefficaci (4.16). È stato anche pubblicato il risultato del sondaggio sull'eccesso di cure (7.16).

Visto il grande interesse dei consumatori sulle tematiche che riguardano gli animali domestici e in particolare cani e gatti, abbiamo continuato a proporre l'apposita rubrica. Così è valso anche per le altre rubriche fisse della rivista Società, Doppioclick, Mete verdi, E-commerce, Paprika e Consumi nel mondo.

Come sempre è stato dato ampio spazio ai test comparativi realizzati in collaborazione con i colleghi della FRC - Fédération romande des consommateurs e l'organizzazione internazionale ICRT (International Consumer Research & Testing).

Nel 2016 l'ACSI ne ha realizzati alcuni in proprio: cioccolato al latte (1.16); clienti soddisfatti o rimborsati (5.16) e analisi di alcuni prodotti sulla base del semaforo degli alimenti (8.16). In collaborazione con FRC, abbiamo pubblicato pure un'analisi sulla pubblicità per bimbi e ragazzi, in particolare sugli Advergames (5.16).

## 2.2 Sito [www.acsi.ch](http://www.acsi.ch)

Anche nel 2016 il sito [www.acsi.ch](http://www.acsi.ch) è stato molto visitato. Secondo i dati di Google Analytics (programma che permette un'analisi scientifica e statistica degli utilizzatori del sito), dal 1° gennaio al 31 dicembre sono state effettuate 368'395 visualizzazioni di pagina; i nuovi visitatori del sito ACSI sono stati 175'266 (86,1%) mentre i visitatori "ritornati" corrispondono al 13,9% (più di 28mila).

Riconfermati i dati statistici precedenti relativi al sesso e all'età degli utilizzatori. Il 54.15% dei visitatori sono uomini; il 45.85% donne. Per quanto riguarda la fascia d'età, il 33.5% ha 25-34 anni; il 27.5% 18-24; il 15.5% 35-44; 12.5% 45-54; 5.5% 55-64; 5.5% più di 65.

Tra le voci più ricercate (nell'ordine): le consulenze ACSI, i Mercatini, informazioni su acquisti e contratti, la rivista (La borsa della spesa), le lettere tipo, le notizie ACSI e l'enciclopedia del consumatore.

Nel corso degli anni il sito si è arricchito di nuovi contenuti. Oggi conta oltre 2'500 pagine e contiene le prese di posizione dell'ACSI, articoli e notizie di attualità riguardanti il mondo dei consumi, l'edizione online della rivista "La borsa della spesa", uno spazio riservato alla valorizzazione dell'usato con il mercatino ACSI di Locarno e uno dedicato alla riparazione degli oggetti di casa, la bacheca di annunci "offro e cerco", nonché l'enciclopedia del consumatore, dove sono pubblicate e messe a disposizione libera degli utenti schede informative (ben 285) sui principali argomenti relativi al consumo.

Sul sito è anche possibile confrontare i premi per l'assicurazione malattia di base grazie al link verso il calcolatore dell'Ufficio federale della sanità.

Il sito si è rivelato anche nel 2016 un buon veicolo per acquisire nuovi soci (182).

## 2.3 Facebook e YouTube

La pagina Facebook di ACSI nel 2016 è cresciuta di circa 850 like ("Mi piace"), essendo passata da circa 2600 (a inizio anno) a 3450 (a fine dicembre). Anche le interazioni tramite la pagina (commenti, richieste di informazioni e simili) sono in aumento, cosa che si spiega sia come conseguenza della sua maggiore notorietà sia come effetto statistico dell'aumento di like.

Per quanto riguarda gli utenti, la ripartizione rimane sostanzialmente invariata: circa 70% sono donne, 30% uomini, soprattutto nella fascia 25-54 (30% donne e rispettivamente poco più del 10% uomini). Lugano è sempre in testa (circa un quarto), seguita ora da Locarno, Bellinzona e Mendrisio. Fb di ACSI è seguito anche da oltre Gottardo.

L'ultimo Videoconsiglio ACSI sugli investimenti ("Dove finiscono i tuoi risparmi? Puoi deciderlo tu, così!") è stato pubblicato l'8 gennaio 2016, e ha avuto risultati notevoli. In totale, sulla pagina Fb, ha originato quasi 22'500 visualizzazioni. Sul canale Youtube di ACSI, molto meno affermato, le visualizzazioni del video sui risparmi sono state 560.

#### 2.4 Pubblicazioni

Nel 2016 non sono state realizzate pubblicazioni specifiche poiché si è deciso di privilegiare la diffusione di informazioni sul periodico La Borsa della spesa e via internet (sito, Facebook).

#### 2.5 Comunicati stampa

Per prendere posizione su temi d'attualità o per far conoscere la sua attività, l'ACSI emana diversi comunicati stampa. Nel 2016 ne sono stati diramati 27, compresi quelli diffusi dall'Alleanza delle organizzazioni dei consumatori, organizzazione di cui fa parte anche l'ACSI.

I comunicati stampa dell'ACSI possono essere consultati sul sito [www.acsi.ch](http://www.acsi.ch)

#### 2.6 Mass media

L'ACSI è chiamata a rispondere a numerose sollecitazioni dei mass-media sui problemi più diversi (casse malati, costi della salute, acquisti, contratti, alimentazione, telefonia, acquisti in internet...). Nel periodo considerato, rappresentanti dell'ACSI sono stati presenti "in voce" ben 68 volte nei media elettronici e sono stati intervistati 27 volte dai vari giornali. La redazione ha proseguito fino a giugno la sua collaborazione settimanale per la rubrica "Io sono qui" di Radio 3i.

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.

#### 2.7 Appuntamenti informativi, conferenze, corsi

L'ACSI è spesso chiamata a intervenire a serate informative o a animare corsi su diversi temi consumeristi. In particolare: Corsi "Mangiar bene spendendo poco" in collaborazione con ATTE (Lodrino 18.02, Malvaglia 24.02, Quartino 07.04, Morbio Sup. 11.04, Melide 26.04, Rivera 28.04), per migranti (Bellinzona 16.03 e 11.05) e alla Scuola professionale (Chiasso 25.02); intervento sugli imballaggi (Melano 18.02); animazioni "Io e il denaro" e "Consumo responsabile" in 3 scuole medie (Minusio 2x, Morbio Inf., Bellinzona), in 3 licei (Locarno 2x, Bellinzona, Lugano x3), al Centro giovanile di Mendrisio e all'istituto Canisio di Riva San Vitale; corso su casse malati e strumenti di credito (Bellinzona 05.03, Biasca 24.09, Massagno 22.10); Serata su giovani e denaro (Stabio 19.05); presentazione su spreco alimentare (Lugano 10.06); conferenza stampa su "fatto in casa" (Morcote 20.06); intervento a forum farmacisti (Lugano 16.09); EOC Health technology Assessment (Lugano 18.11); intervento Académie des dépendances (Monte Verità 27.11).

### **3. Politica consumerista**

Anche nel 2016 la politica consumerista a favore dei consumatori è stata realizzata soprattutto in seno all'Alleanza delle organizzazioni dei consumatori che raggruppa ACSI,

FRC (Fédération romande des consommateurs) e SKS (Stiftung für Konsumentenschutz). La politica consumerista dell'ACSI è stata portata avanti anche attraverso la partecipazione a varie commissioni e gruppi di lavoro cantonali e nazionali, le prese di posizione su proposte messe in votazione popolare, la risposta a procedure di consultazione sui temi più disparati e i contatti e la collaborazione con vari enti e organizzazioni.

### 3.1 Alleanza

L'Alleanza permette di affrontare in modo unitario, e quindi più efficace, le grandi problematiche che toccano i consumatori svizzeri. Nel 2016 si è messo in particolare l'accento sui seguenti temi:

- **Lotta all'isola dei prezzi alti**

La Svizzera è l'isola dei prezzi alti. Le aziende straniere approfittano dell'alto potere di acquisto dei consumatori svizzeri. L'Alleanza si è impegnata moltissimo per mettere fine a questa discriminazione. Il Parlamento finora ha respinto oppure rallentato quei provvedimenti che potrebbero permettere di cambiare questo stato di cose. Per questo motivo l'Alleanza e altri partner hanno lanciato l'iniziativa popolare «Stop all'Isola dei prezzi elevati – Per prezzi equi».

- **Pratiche commerciali sleali**

E' proseguita anche nel 2016 la lotta contro le pratiche abusive contemplate nell'articolo 3 della Legge contro la concorrenza sleale che sono frequentemente denunciate dai consumatori. Anche lo scorso anno la pratica più in voga è stata il mancato rispetto dell'asterisco sugli elenchi telefonici soprattutto da parte di call center che propongono consulenze assicurative ma anche di venditori di mobili, vini o prodotti per la salute.

- **Dieseldgate**

Lo scandalo legato al gruppo Volkswagen ha occupato buona parte del 2016 dell'Alleanza. La questione è ancora lungi dall'essere chiusa, pur se ha già insegnato che i consumatori svizzeri non hanno mezzi davvero efficaci per difendersi fintanto che la legislazione elvetica continuerà a non prevedere la possibilità di intentare cause collettive (le cosiddette «class action»).

- **Vittoria contro le chiamate pubblicitarie indesiderate**

Nel 2016 l'Alleanza ha registrato un successo importante: i principali operatori della rete telefonica fissa (Swisscom, Sunrise e UPC) si sono impegnati a trovare una soluzione contro le chiamate commerciali indesiderate. Swisscom ha già mantenuto la promessa nel mese di novembre, annunciando che i suoi clienti che utilizzano la telefonia fissa possono bloccare in entrata le chiamate pubblicitarie e commerciali. Si tratta di una vittoria significativa che ricompensa il lavoro svolto per diversi anni dalla nostra Alleanza.

- **Billag e restituzione dell'IVA**

Da anni la Billag fatturava ai consumatori il canone radiotelevisivo aggiungendo alla somma dovuta un'IVA al 2,5%, prassi che nell'aprile del 2015 è stata giudicata illegittima dal Tribunale federale. Malgrado la sentenza dell'Alta corte, i consumatori non hanno ottenuto automaticamente dalla Billag la restituzione delle somme pagate in eccesso: per questo motivo l'Alleanza ha deciso di portare la questione davanti alla giustizia. Oltre 4'800 nuclei famigliari hanno

aderito alla nostra piattaforma e l'Alleanza ha deciso di avviare una causa-pilota davanti al Tribunale amministrativo federale con quattro ricorrenti, i quali esigono dalla Billag la restituzione dell'IVA incassata in maniera illegittima. Stiamo aspettando il giudizio del Tribunale amministrativo federale che si è già espresso, accogliendolo, sul ricorso di un singolo cittadino ma non ancora su quelli inoltrati dall'Alleanza.

- **Sharing economy**

L'Alleanza è impegnata anche sul fronte dei dibattiti che si stanno profilando sulla sharing economy, ossia l'economia della condivisione o delle piattaforme (airbnb, huber, ...). L'Alleanza ha espresso chiaramente il suo obiettivo: la protezione e i diritti dei consumatori non devono essere indeboliti con il pretesto che le nuove imprese non devono sottostare alle stesse regole oppure che le nuove tecnologie li rendono superati.

- **Combattere la sovramedicalizzazione**

Nel 2016 l'Alleanza ha proseguito la sua battaglia contro la sovramedicalizzazione e la medicina inutile. Sono stati dati consigli ai consumatori e agli assicurati per un ricorso ragionato e ragionevole alle prestazioni di cura e raccomandazioni ai fornitori affinché dialoghino con i loro pazienti e applichino procedure appropriate. In questo ambito è stato lanciato un sondaggio online sui siti di ACSI, FRC e SKS per poter conoscere le opinioni e le reazioni dei consumatori di fronte all'offerta medica e alla sua efficacia. A livello cantonale, l'ACSI partecipa a un progetto pilota dell'EOC con l'obiettivo di proporre cure più adeguate, coinvolgendo meglio i pazienti.

- **Modelli alternativi nell'assicurazione malattia**

Per pagare premi meno elevati, il 65% degli assicurati, sceglie modelli alternativi per l'assicurazione malattia di base. La varietà delle condizioni generali di assicurazione costituisce una vera e propria giungla, incomprensibile e costellata di tranelli nei quali si perdono non solo gli assicurati ma anche i fornitori di cure. Lo scorso anno l'Alleanza ha informato i consumatori e è intervenuta presso il consigliere federale Alain Berset, tutti i parlamentari, l'Ufficio federale della sanità pubblica e gli assicuratori chiedendo loro di impegnarsi affinché siano offerte condizioni contrattuali minime rispettate da tutti i modelli alternativi. Tenendo conto di queste rivendicazioni espresse dall'Alleanza sono state presentate due mozioni. Il tema sarà quindi discusso in parlamento e l'Alleanza continuerà a occuparsene.

Per presentare alla stampa il bilancio dell'attività 2016 e il programma 2017 è stata organizzata una conferenza stampa a Berna (12.12) che ha avuto un buon seguito sui media nazionali.

Numerosi i comunicati stampa diffusi in comune dalle tre associazioni, così come i contatti con parlamentari, autorità e aziende.

Dalla creazione dell'Alleanza, i 3 segretari generali (che ne costituiscono il Comitato) si sono incontrati regolarmente per definire i temi prioritari e le modalità di collaborazione. Nel 2016 i rappresentanti dell'ACSI hanno partecipato alle 2 assemblee ordinarie dell'Alleanza.

### 3.2 Partecipazione a commissioni e gruppi di lavoro

A livello nazionale i rappresentanti dell'ACSI hanno partecipato attivamente alla Commissione federale del consumo e all'Alleanza delle ONG attive nell'alimentazione, il movimento e il peso sano; a livello cantonale al gruppo Rete sanitaria, al gruppo etico-giuridico per la sanità elettronica, alla commissione di vigilanza sanitaria, al GOSA - Gruppo operativo salute e ambiente, al gruppo per la lotta all'indebitamento, al consiglio regionale della CORSI, alla commissione di certificazione per corsi di formazione EduQua e alla commissione delle cure palliative.

### 3.3 Consultazioni popolari

A livello federale:

- l'ACSI ha invitato a sostenere l'iniziativa "Contro la speculazione sulle derrate alimentari" (respinta dal 59,9% dei votanti) e a respingere il raddoppio del Gottardo (accolto dal 57% della popolazione) in votazione il 28.02.2016;
- l'ACSI ha invitato a respingere l'iniziativa "A favore del servizio pubblico" (67,6% di no) e quella "Per un equo finanziamento dei trasporti (70,8% di no) in votazione il 05.06.2016;
- l'ACSI ha invitato ad accogliere l'iniziativa "Per un'economia verde" (respinta dal 63,6% dei votanti) il 25.9.2016;
- l'ACSI ha pure invitato a sostenere l'iniziativa "Per l'uscita pianificata dal nucleare" (respinta dal 54,2% dei votanti) il 27.11.2016;

A livello cantonale:

- si è lasciata libertà di voto sulla "Legge sull'apertura dei negozi" (accolta dal popolo ticinese con il 59.2% di voti) in votazione il 28.02.2016;
- l'ACSI ha invitato a sostenere la "Legge sui trasporti pubblici (accolta dal 50.7% dei votanti), ad accogliere la "Legge sull'Ente Ospedaliero Cantonale (respinta con 54.6% di no) e a respingere l'iniziativa popolare "Giù le mani dagli ospedali (51.3% di no).

### 3.4 Procedure di consultazione

A livello federale: ordinanza sull'energia, LAMal (17.03), ordinanza sulle prescrizioni tecniche (17.03), legge sulle telecomunicazioni (30.03), revisione del diritto d'autore (31.03), compensazione rischi LAMal (31.03), contributi per la prevenzione (07.06), ordinanze sulle derrate alimentari Largo (08.06), ordinanze sull'energia e sull'approvvigionamento elettrico (24.08), sostanze esplosive (20.09), modifica ordinanze sui farmaci (06.10), piano d'azione prodotti fitosanitari (28.10), legge federale sul contratto d'assicurazione (02.11), legge sul CO2 (02.12),

A livello cantonale: varie convenzioni tariffarie nel settore sanitario, misure anti-inquinamento (30.08), 2a consultazione decreto anti-inquinamento (02.11);

### 3.5 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, dettate spesso dall'attualità e sempre più frequentemente in collaborazione con l'Alleanza. In particolare:

- Ha lanciato il progetto **Caffè Riparazione** organizzando ben 18 eventi (3 a Mendrisio, 5 a Lugano in collaborazione con l'Ospedale del giocattolo, 3 a Pregassona, Minusio, Cugnasco, Chiasso, Bellinzona, Tesserete, Muralto, Pedriate). I Caffè riparazione permettono l'incontro fra riparatori (professionisti e/o volontari) e consumatori che desiderano far riparare un oggetto per prolungarne la vita. La tipologia degli oggetti che si possono riparare varia a dipendenza delle competenze dei riparatori presenti e spazia su numerosi settori: elettrodomestici, elettronica, informatica, telefonia, sartoria, orologeria, giocattoli, biciclette, falegnameria. Questo progetto, che ha dimensione svizzera e europea, si inserisce nella filosofia dell'ACSI da sempre sensibile alla lotta allo spreco. Per spiegare il funzionamento del progetto è stata creata una sezione apposita sul sito [acsi.ch](http://acsi.ch) che contiene la lista dei riparatori suddivisi per zona e settore di competenza.
- Messo a disposizione una lettera modello per permettere agli eredi di richiedere la restituzione del premio di cassa malati (pagato anticipatamente) per il periodo posteriore al decesso.
- Lanciato il progetto "**Negozi a misura di tutti**". Il progetto ha preso avvio con una riflessione sull'accessibilità e l'adeguatezza dei punti di vendita per le persone anziane, ma anche per altri consumatori in difficoltà, quali disabili, donne incinte, bambini, genitori con carrozzelle o passeggini. Il progetto, che intende coinvolgere attivamente i distributori, vuole promuovere cambiamenti concreti nei punti di vendita per renderli adeguati alle condizioni dei consumatori più fragili.
- Realizzato e distribuito a tutti soci tramite La borsa della spesa "**Il semaforo degli alimenti**", una tessera formato carta di credito per valutare se un determinato alimento lavorato contiene pochi o troppi grassi, zuccheri e sale. La tessera ha suscitato grande interesse ed è stata molto richiesta.
- Messo a disposizione degli assicurati una lettera tipo per richiedere la restituzione delle riserve eccessive accumulate da alcune casse malati.
- Messo a disposizione dei clienti della palestra Keep Fit una lettera modello per far valere i propri diritti nell'ambito della procedura di fallimento.
- In occasione del 15 marzo (giornata mondiale dei diritti dei consumatori) l'ACSI e l'Alleanza hanno lanciato un appello alle catene di fast food e self service (grandi distributori di carne e pollame) affinché si assumano maggiori responsabilità nella lotta alla resistenza agli antibiotici. L'Alleanza ha nuovamente chiesto alle autorità federali di rafforzare l'attuale legislazione troppo minimalista.

### 3.6 Collaborazioni

E' proseguita anche nel 2016 la collaborazione con il DSS, nel quadro del Programma cantonale di prevenzione e promozione della salute.

Durante tutto il 2016, su mandato del DSS, l'ACSI ha garantito una consulenza approfondita sulle casse malati ai beneficiari di prestazioni sociali.

E' proseguita anche la collaborazione con il Piano cantonale di lotta all'indebitamento eccessivo denominato "Il franco in tasca".

### 3.7 Altro

Fra gli impegni regolari dell'ACSI figurano pure:

- contatti con associazioni ticinesi e svizzere che affrontano temi legati ai consumi (difesa del servizio pubblico, vendita, protezione dell'ambiente, traffico, agricoltura, salute, commercio equo, anziani...).

- contatti con funzionari e autorità che trattano temi legati al consumo (Laboratorio cantonale, Ufficio di sanità, Servizio di promozione e di valutazione sanitaria, Area di gestione sanitaria, Ufficio del medico cantonale, Farmacista cantonale, Ente smaltimento rifiuti, Dipartimento del territorio, Amministrazione contribuzioni, Swisscom, Posta...).

## 4. Servizi

L'ACSI gestisce il servizio di consulenza Infoconsumi, un servizio di documentazione, 3 mercatini dell'usato e l'azione "scambio dell'usato" in numerosi comuni del cantone.

### 4.1 Infoconsumi

Il servizio di consulenza telefonica ha risposto tutti i giorni feriali dalle 9.00 alle 10.30 a domande legate ad acquisti, contratti, fatture, qualità dei prodotti, reclami, garanzie, casse malati, diritti dei pazienti (richiesta della cartella sanitaria, errori di fatturazione, errori medici.), budget familiare, e tutto quanto riguarda i consumi. In totale sono stati trattati 2553 casi, Per ciò che concerne le casse malati precisiamo che, grazie a un accordo con il DSS, il servizio di consulenza è aperto anche ai non soci.

- Nel corso del 2016 sono state fornite 2125 consulenze (telefoniche, per e-mail, corrispondenza o durante incontri presso la sede dell'ACSI) concernenti acquisti e contratti. Fra i temi su cui il servizio è stato più sollecitato possiamo elencare: le telefonate commerciali nonostante l'asterisco, i problemi legati alla telefonia fissa e mobile, i contratti telefonici non richiesti, la merce indesiderata o acquistata su siti di dubbia affidabilità, le spese esorbitanti aggiunte dalle ditte di incasso, gli acquisti tramite Internet, le garanzie, il servizio dopo vendita, la validità dei buoni.
- Sono inoltre state fornite 428 consulenze concernenti temi legati alle casse malati, alle assicurazioni complementari, alla fatturazione di prestazioni sanitarie (mediche e dentistiche in particolare) e ai diritti dei pazienti.
- Le richieste concernenti informazioni e consigli su come si tiene la contabilità domestica e sulle principali voci di spese sono state una decina.

### 4.2 Centro documentazione

Il Centro di documentazione legge, classifica, archivia articoli e test comparativi pubblicati su riviste specializzate svizzere 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 2016 le richieste sono state una ventina.

### 4.3 MACSI

Nell'anno appena trascorso la situazione dei Mercatini dell'usato MACSI è stata difficile, complici le molteplici offerte dei grandi magazzini, la meteo (poca neve) e gli scambi diretti su internet. I MACSI sono confrontati con uno squilibrio tra chi porta merce da vendere e chi acquista e quindi con una critica contrazione delle vendite. Questa situazione ha portato alla chiusura nel corso del 2016 dei MACSI di Balerna e di Massagno. Attualmente è attivo unicamente il MACSI di Locarno.



#### 4.4 Scambio dell'usato

L'azione "Scambio dell'usato" è un servizio dell'ACSI collaudato e apprezzato dalla popolazione dei Comuni che l'hanno introdotto.

Scopo dell'azione è di evitare un anticipato smaltimento e allungare la vita ad oggetti ancora in buono stato che i cittadini consegnano nelle piazze di raccolta ingombranti: mobili, apparecchi elettrici ed oggetti di vario tipo che possono ancora essere utili e al servizio di altre persone, famiglie o associazioni di aiuto ai meno fortunati. Nel 2016 questa azione è stata svolta regolarmente in 18 comuni.

Le attività di "scambio dell'usato" sono gestite interamente da volontari ACSI coordinati da un responsabile. Con la loro presenza essi offrono un servizio gratuito ai Comuni ed ai loro abitanti.

La piazza di Giubiasco funge da comune-modello per chi vuole vedere come funziona il sistema (ogni primo giovedì del mese, salvo gennaio).

### 5. Organi ACSI

#### 5.1 Comitato direttivo

Secondo gli statuti dell'ACSI il Comitato direttivo (CD) ha quali compiti prioritari la promozione di iniziative volte a raggiungere gli scopi sociali, la definizione e la diffusione di prese di posizione pubbliche, l'esecuzione delle decisioni prese dall'assemblea e la supervisione sull'attività del segretariato e della redazione e sulla gestione finanziaria dell'associazione. Nel 2016 si è riunito 7 volte.

#### 5.2 Assemblea generale

L'assemblea generale si è svolta il 16 aprile a Bellinzona. Dopo il lavori assembleari è stato organizzato un Caffè Riparazione, la nuova iniziativa dell'ACSI per lottare contro lo spreco e prolungare la vita degli oggetti.

### 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 del presidente e dei membri del Comitato direttivo, soprattutto per ciò che concerne i contatti con autorità e altre organizzazioni e la presenza nelle commissioni.

Borsa della spesa, sito, pagina Facebook e video sono gestiti dalla **redazione** composta, a partire dal primo luglio, da una redattrice responsabile impiegata all'80% e da un redattore al 60%. La redazione si avvale pure di alcuni collaboratori esterni.

Il servizio di consulenza **Infoconsumi** è gestito da 2 collaboratrici impiegate rispettivamente al 50% e al 18% e si avvale delle consulenze di un'avvocata.

Il servizio di **documentazione** è gestito da 1 volontaria.

I **Mercatini ACSI** sono gestiti da una quarantina di volontarie, ridotte a una decina alla fine dell'anno.

Le azioni **Scambio dell'usato** sono assicurate da un'ottantina di volontarie e volontari.

Sottolineiamo l'apporto essenziale del **volontariato**: senza il contributo delle numerose volontarie e volontari che ruotano attorno all'ACSI alcune delle attività che caratterizzano l'Associazione non sarebbero possibili. Nel 2016 le ore di volontariato per le varie attività

possono essere stimate a 5'000 per un valore di almeno 100'000 franchi (base di calcolo 20 fr./h).

Per ciò che concerne la logistica da segnalare il trasloco dalla sede di Breganzona alla sede di Pregassona avvenuto il 1° aprile. La sede dell'ACSI si trova sempre in locali di proprietà della città di Lugano ma, a differenza che in passato, viene richiesto il pagamento dell'affitto.

## 7. Soci

A fine dicembre 2016 i soci paganti dell'ACSI erano 7'396 (con una diminuzione di 113 soci rispetto a fine 2015).

A questi vanno aggiunti 264 soci per i quali non è stata riscossa la tassa sociale (abbonamenti promozionali, mass-media vari e volontari) per un totale di 7'660 soci.

## 8. Finanze

I conti ACSI 2016 chiudono con un attivo di Fr. 1'424.18. Nello schema viene evidenziata la suddivisione percentuale fra le varie voci di entrate e uscite.

<u>Entrate</u>	fr. 711'157.53	<u>Uscite</u>	fr. 709'733.35
tasse sociali	42,5 %	BdS e sito	39 %
versamenti da sostenitori	3 %	segretariato e	
sussidio federale	20,5 %	amministrazione	33,5%
sussidio cantonale	11 %	altro	27,5%
diversi	23 %		

Lugano, marzo 2017

Antoine Casabianca  
presidente

Laura Regazzoni Meli  
segretaria generale

*A. Casabianca*

*L. Regazzoni Meli*