

La borsa *della* spesa

# bas

Periodico  
dell'Associazione  
Consumatrici  
della Svizzera italiana

Anno XXXIII  
N. 4  
Giugno-Luglio 2007  
Fr. 5.-

**HAPPY HOUR:  
APERITIVI A CONFRONTO**

**TEST: VIDEOPROIETTORI  
IL CINEMA IN CASA**

**MASTERIZZARE E SCARICARE  
MUSICA E FILM**

**OCCHIO AI SOUVENIR  
GUIDA PER LE VACANZE**





### 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.



Associazione consumatrici della Svizzera italiana

PRESIDENTE:  
Mario Jäggi

SECRETARIA GENERALE:  
Laura Regazzoni Meli

SECRETARIA  
AMMINISTRATIVA:  
Fabrizia Sormani

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

Editoriale	Il bastone o la carota?	3
La Posta	SUV, non è questione di invidia	4
Sotto la lente	Aperitivi a confronto	6
Viaggi	I souvenir da evitare	8
Salute	Ora basta, voglio dimagrire	10
	Prodotti dimagranti online	12
	Bilance poco precise	13
Consumatori attenti	Tariffe FFS	14
	H&M, per favore un po' di decenza	14
Internet	Dossier - Scaricare e masterizzare musica e film	15
Test	Videoproiettori, il cinema in salotto	19
Test flash	JaMaDu la scimmietta più furba che bella	22
	Seggiolini auto per bimbi	22
Ambiente	Iniziativa "per un clima sano"	23
Società	Chi ha paura della class action?	25
Pubblicità	La calligrafa che strappava le spazzole	26
	Corpus Domini e mandala	26
Scheda	Quali scelte contano davvero per l'ambiente - La mobilità privata	27
Primo piano	Corretta indicazione dei prezzi: un diritto per i consumatori	29
Attualità	Dentisti: i pazienti rischiano di essere meno tutelati	30
	Il miele ticinese migliora	30

### 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:  
Laura Regazzoni Meli  
Tatiana Ferrari  
Silvano Toppi  
Giuseppe Valli

STAMPA:  
TBS, La Buona Stampa sa  
6963 Pregassona

TIRATURA: 9'500 copie

CARTA:  
Cyclus Print, riciclata  
bianca 80gm<sup>2</sup>

FOTO DI COPERTINA:  
Aperitivo (ACSI)



**Laura Bottani-Villa**  
redattrice responsabile  
La borsa della spesa  
bds@acsi.ch

## Il bastone o la carota?

JaMaDu è una simpatica scimmietta che Coop Svizzera ha scelto per propagandare una linea di prodotti alimentari destinata ai bambini tra 4 e 9 anni. Abbiamo deciso di parlarne perché questa apparentemente innocua strategia commerciale si presta a diverse considerazioni. Si tratta di una ventina di prodotti, principalmente frutta e verdura, latte e latticini che vorrebbero contribuire a un'alimentazione sana e equilibrata per questa fascia d'età. Ma quel sacchettino di plastica che contiene 70 grammi di carote tagliate è uno spaccato della nostra società, di noi consumatori e di noi genitori.

Escludiamo in partenza il discorso che ogni giorno centinaia di migliaia di bambini non hanno nemmeno l'acqua da bere, ma limitiamoci alla nostra realtà opulenta. In questa realtà opulenta bambini e adulti hanno bisogno di mettersi a dieta e quelle che dovrebbero essere delle buone indicazioni per una sana alimentazione si trasformano immediatamente in business (in questa BdS trovate un ampio servizio sull'argomento). Basta entrare in un supermercato e vedere gli spazi sempre più grandi che occupano gli alimenti light che, a detta degli esperti, nella maggior parte dei casi non presentano vantaggi rispetto agli altri alimenti se non per chi li vende, perché costano di più. Partiamo, dunque, dal prezzo, primo elemento "oggettivo" di valutazione per il consumatore: 100 grammi di carote costano 15 centesimi, 100 grammi di carote JaMaDu costano 2 franchi. Invece di dare una carota fresca ai nostri figli a un costo irrisorio siamo disposti a pagare 13 volte di più quella carota meno fresca, già appassita, meno ricca di vitamine. Senza contare che il sacchettino di plastica in cui è contenuta ha richiesto materie prime, energia, lavoro e va ad aggiungersi alla montagna di rifiuti che ci portiamo a casa ogni giorno. Perché? Per metterci a posto la coscienza senza fare il minimo sforzo educativo e delegare tutte le scelte di crescita al supermercato?

Purtroppo però la considerazione più preoccupante e per certi versi anche più triste è che il marketing per bambini è diventato – prima negli Stati Uniti, ovviamente, ma ormai anche nel nostro paese – un business plurimiliardario. Infatti, non solo i bambini sono cambiati, ma è mutato soprattutto il loro potere d'acquisto e il loro ruolo all'interno del nucleo familiare. Non si accontentano più di una cosa sola ma le vogliono tutte e hanno molte più possibilità, economiche e psicologiche, per ottenerle: centinaia di aziende quindi non fanno altro che studiare come raggiungere l'obiettivo.

E, naturalmente in USA, hanno già coniato il termine che rappresenta il fenomeno. Si chiama "nag factor" cioè "il fattore assillo", quelle richieste insistenti, capricci, paragoni con gli altri bambini, che un piccolo ben condizionato dalla pubblicità fa ai suoi genitori, nonni, zii affinché acquistino per lui un determinato prodotto, gli consentano di vestire e comportarsi in un certo modo, di mangiare determinati alimenti. Una campagna pubblicitaria ben congeniata può mettere in crisi il rapporto genitore-bambino: il piccolo a cui si dice che una serie di prodotti sono 'per lui', considera 'cattivo' l'adulto che non soddisfa le sue 'legittime' richieste.

Se il messaggio che proviene dai media contrasta apertamente con la volontà dei genitori, questi dovranno fare un lavoro supplementare per convincere i figli a seguire la loro linea educativa; in caso contrario a avere la meglio saranno i messaggi pubblicitari, i nuovi educatori dei nostri ragazzi. Per ottenere i risultati, le grandi compagnie internazionali ingaggiano fior di esperti che mettono le loro conoscenze a disposizione dei pubblicitari: questi ultimi, collaborando con psicologi, sociologi, esperti di comunicazione, ecc. mettono poi a punto strategie che variano in rapporto all'età del 'target' e alle caratteristiche del prodotto. Con i più piccini, per esempio, funzionano gli animali...

# SUV, non è questione di invidia

*Mi ha molto disturbato il vostro editoriale "sosteniamo l'iniziativa anti-SUV". Sono stufo di questi continui stupidi proibizionismi che ledono la libertà dell'individuo, sono ridicoli e dettati dalla solita invidia verso chi può permettersi o desidera qualcosa di più. Queste macchine, inoltre, sono comode, sicure e ben costruite. Colgo quindi l'occasione per pregarvi, alla scadenza dell'abbonamento, di non inviarmi il vostro giornale con il quale spesso non sono assolutamente in sintonia. Gli allarmismi non mi sono mai piaciuti.*

L.T. dr.med. - Bellinzona

Per via dei gas-serra il clima potrebbe farcene vedere delle belle e forse ha già cominciato. Il Ticino soffoca negli scappamenti di un traffico che sta paralizzando se stesso. I medici, responsabilmente, denunciano preoccupati una crescita delle affezioni polmonari per via dell'ozono, degli ossidi di azoto e delle polveri fini prodotti dai veicoli a motore, tossici che siamo costretti a respirare. Ma tra i medici ce n'è uno che – sorvolando disinvolatamente sul fatto che se tutti circolassimo in un grosso SUV\*) queste emissioni crescerebbero oltre misura – sostiene che la "voglia" di vietarli sarebbe solo data da invidia per chi li possiede. Ma con

buona pace sua, Dottoressa, se si guardasse bene in giro si accorgerebbe che i SUV, ormai democratizzati, non sono nemmeno più uno status symbol. Restano solo arroganti e inquinanti.

Se è vero, come tutti proclamano, che dobbiamo ripensare (non eliminare!) la nostra mobilità privata, è bello vedere che giovani di partiti diversi si uniscono per fare quelle proposte concrete che tardano ad arrivare da parte di chi fa le scelte politiche che contano davvero per la salute e per l'ambiente (vedi scheda a pag. 27). E' per questo che l'ACSI ha deciso di sostenere l'iniziativa con le argomentazioni descritte nell'editoriale che l'ha fatta arrabbiare. Buona continuazione anche senza la nostra Borsa della Spesa.



\*) SUV = Sport and Utility Vehicle = grossi fuoristrada (gipponi)

## Perché non scegliamo l'auto come un paio di scarpe?

Completiamo la risposta alla lettrice, con quanto dichiara nel suo ultimo editoriale, il direttore di Infovel, Raffaele Domeniconi (23. 5. 07). "Quando ci serve un paio di scarpe, andiamo in negozio, guardiamo i modelli relativi all'uso che intendiamo farne, le proviamo e poi decidiamo se acquistarle o no. Scarpe da montagna, da passeggio, eleganti, casual: ognuno di noi è in grado di scegliere la scarpa giusta per l'occasione giusta. (...) E in ogni caso le prendiamo del nostro numero! E quelle speciali che utilizziamo raramente, come i pattini o le scarpe da bowling, le nolegghiamo quando ci servono... Con le scarpe funziona, sappiamo abbinare il gusto personale alla funzionalità in modo razionale. Ma perché con l'automobile non funziona? Se dovessimo scegliere le scarpe come scegliamo le auto, quante signore in tailleur e stivaloni numero 62 e quanti signori in giacca e cravatta con scarponi da spedizione himalayana incontreremmo in via Nassa? E allora, se sono single perché devo prendere una monovolume da 7 posti? E che cosa me ne faccio di un grintoso fuoristrada se non ho nemmeno la casa in montagna? (e anche se ce l'ho in fin dei conti la strada è asfaltata, il servizio sgombero neve è ottimo, se mai dovesse nevicare)?" ...

# Poco sicure per gli altri automobilisti e i pedoni

I SUV – che uno è liberissimo di acquistare e che non saranno certo sequestrati a chi li possiede – sono di fatto i porta-bandiera di un processo di regresso tecnologico che sta portando a una perdita di efficienza energetica nel trasporto privato su gomma. L'aumento della stazza media, si legge nella documentazione di Legambiente, minaccia infatti di vanificare tutte le conquiste fatte dalla ricerca per ottenere motori più efficienti. I 10 SUV più venduti hanno consumi urbani del 60-70% superiori rispetto a quelli delle 10 auto più vendute tout court.

### Bambini più a rischio

Secondo l'Ufficio prevenzione incidenti (UPI) i bambini sono particolarmente minacciati dai SUV. La diffusione di questi modelli non è dunque grave solo dal punto di vista ambientale ma anche dal punto di vista della sicurezza stradale. (Fonte ATA 1/2007)

### Stazza pachidermica

Gravi inefficienze anche per quanto riguarda gli ingombri: 4.50 - 4.80 metri di lunghezza in media con picchi di 5 metri, per larghezze che in media si aggirano intorno ai 1.9 metri, rappresentano stazze pachidermiche che non solo recano disturbo agli altri ma che procurano grave impaccio agli stessi conducenti. Tanto più se consideriamo che i possessori di SUV sono per lo più abitanti di città che mai useranno l'auto per andare su percorsi accidentati. Prova ne è che solo una minoranza dei SUV in vendita sono dotati di ridotte, le marce adatte alla guida fuoristrada. Spesso chi acquista un SUV lo fa perché crede che siano auto molto sicure. Ma non sempre è così. Il baricentro è molto alto e dà una forte instabilità alla vettura. Questa instabilità si traduce anche in un forte pericolo di ribaltamento: per un SUV le probabilità di ribaltarsi in caso di incidente che coinvolge un solo veicolo sono quasi tre volte più alte che per una normale autovettura. Gli spazi di frenata in media sono notevolmente più lunghi

che nelle normali automobili a causa della possente massa inerziale.

### L'effetto schiacciasassi

I SUV sono auto molto pericolose anche per chi si trova nelle vicinanze. Il peso, la rigidità del telaio e l'altezza di queste auto ne fanno dei mezzi estremamente pericolosi per berline e utilitarie, per i pedoni e per i ciclisti. Troppo spesso chi compra un SUV dimentica che la (presunta) sicurezza aggiuntiva di chi vi sta a bordo va a discapito di quella altrui, ossia dei pedoni, dei ciclisti e di tutti quegli automobilisti che non sono disposti (o in grado) di spendere migliaia di euro per queste specie di carri armati. Alto il pericolo anche nel caso di scontri frontali: l'altezza e la massa del SUV innescano l'effetto schiacciasassi, il SUV monta sul cofano dell'auto normale, schiacciandolo e entrando con il muso nel parabrezza. Un altro problema è quello della scarsa visibilità rispetto a quello che succede in basso: passanti e soprattutto bambini rischiano di rimanere fuori dal campo visivo del guidatore di SUV.

## Intrappolata nel park & ride FFS

*Dovendo partire in treno per la Svizzera interna, metto l'automobile al "park-ride FFS sud" della Stazione di Lugano, acquisto il biglietto e pago il posteggio alla tariffa speciale fr. 8.- riservata ai clienti FFS. Torno verso le 21 del giorno dopo e al posteggio mi accorgo di aver perso il ticket. Essendo le biglietterie chiuse già dalle 19.00, preoccupata premo a più riprese il tasto del citofono dell'automatichino che distribuisce i tickets. Ma contrariamente a quanto succede negli autosili cittadini nessuno risponde. Con sollievo vedo che è indicato un numero telefonico a cui rivolgersi in caso di problemi. Provo a chiamare: con mia grande sorpresa l'addetto mi informa che per venire a "liberarmi" è prevista una tassa di intervento di fr. 70.- Possibile che non vi siano soluzioni più ragionevoli? Morale: tenetevi ben stretti i vostri tickets.*

**Z.J. - Carona**

Prima di tutto ha già dell'incredibile il fatto che dalle 19 alla stazione ferroviaria di una città come Lugano non vi sia più nessuno. Il negozio, in compenso, è aperto fino a tarda ora. Possibile che non vi sia una soluzione meno costosa per il povero cliente (che ha già pagato in anticipo il parcheggio) per uscire, per esempio un accordo con il nego-

## Conviene assicurare carte di credito e di identità?

*Alcuni giorni orsono ho ricevuto dal TCS la proposta di "assicurare" il blocco immediato e rimborso spese di sostituzione per tutte le carte di credito mie e dei membri della mia famiglia per Fr. 28.- all'anno. Trovo che, per il prezzo offerto, sia molto rassicurante il fatto che se mi viene rubato il portamonete con tutte le carte possa bloccarle e rifarle con una telefonata. Siccome devo dare al TCS tutti i dati (numero di carte e soprattutto di conti bancari) delle mie carte che voglio proteggere (carte di credito, identità e passaporto) vi chiedo se ci si può fidare e se è una cosa seria. Prima di spedire i dati completi al TCS vorrei sentire un vostro parere in merito.*

**S.I. - email**

La decisione sull'accettare o meno la proposta del TCS dipende in primo luogo dal valore che lei attribuisce alla protezione dei suoi dati personali e, naturalmente, dalla serietà della ditta a cui li comunica. La comodità di poter bloccare tutti i suoi conti e tutte le sue carte di credito con un'unica telefonata in caso di furto ha in effetti quale contropartita negativa la comunicazione a terzi di molti dati "sensibili" e delicati. Il TCS dovrebbe poter garantire la necessaria affidabilità. Non si può tuttavia escludere in modo assoluto che qualcuno non faccia un uso abusivo dei suoi dati.



In genere l'ACSI raccomanda la massima prudenza nella divulgazione di dati personali e consiglia di limitare la diffusione ai casi di reale necessità.

## A proposito di "rendita a vita"

In relazione all'articolo "Una rendita mensile di 3500 franchi? E chi la rifiuta?" pubblicato sulla Bds 3.07 la ditta Reader's Digest ci ha comunicato che il primo premio – la rendita mensile a vita di fr. 3466 – è stato assegnato a una signora della Baviera (Germania) la quale ha tuttavia "deciso di non percepire la somma vinta sotto forma di rendita, bensì di riceverla in un'unica soluzione". Ne prendiamo atto.

L'ACSI invita comunque sempre consumatrici e consumatori ad essere prudenti in caso di sollecitazioni a partecipare a concorsi, estrazioni, ecc. e ricorda che concorsi con obbligo di acquisto non sono ammessi dalla legge.

# Variante '95, 16'000 firme contro

C'è soddisfazione anche nell'ACSI – che ha sostenuto con convinzione il referendum contro il credito di progettazione di 4,7 milioni di franchi destinato alla nuova superstrada A2-A13 – per il risultato della rac-

colta di firme. Sono quasi 16'000, infatti, i ticinesi che hanno firmato il referendum (esattamente 15'750: più del doppio delle firme necessarie). Tutto il cantone si è mobilitato per dare un segnale forte all'autori-

tà politica, in particolare i locarnesi. Il referendum era stato promosso da una trentina di associazioni, tra cui l'ACSI, preoccupate per il futuro del Piano di Magadino, importante area agricola e di svago che sarebbe definitivamente compromesso dal collegamento veloce tra il Locarnese e l'autostrada. Le firme sono state consegnate al Consiglio di Stato venerdì 11 maggio e i cittadini saranno chiamati a votare su questo tema in settembre.

L'ACSI si è già dichiarata favorevole alla variante cosiddetta "Panoramica" che eviterebbe di tagliare in due il Piano e avrebbe pure il considerevole vantaggio di costare 200 milioni di franchi in meno.



Bellinzona: consegna firme contro variante 95. I promotori con i pacchi delle firme davanti a Palazzo delle Orsoline, da sin. Ulrico Feitknecht, Chicco Gregori, Gian Paolo Torricelli, Eva Feistmann e Laura Regazzoni Meli, segretaria generale ACSI (Ti-Press)

# ...Sei già dentro l'**happy hour** Quel piacere chiamato aperitivo

**L'aperitivo è un rito, un gradevole appuntamento per la fine della giornata lavorativa o per l'inizio della serata. Ci si ritrova davanti a un bicchiere di vino o a un cocktail, in un caffè del centro o in un locale che fa tendenza, e d'estate si può godere dei sempre più numerosi spazi esterni affacciati su piazze e vie pedonali. Insieme al bicchiere non dovrebbe mai mancare un piattino di stuzzichini. Le diverse proposte possono andare dai taglieri di salumi, ai formaggi e frittate, da tartine e pizze a sushi e involtini, fino ad arrivare a veri e propri buffet che possono diventare sostitutivi della cena.**









**V**a di moda l'aperitivo e diversi locali si adeguano proponendo dei buffet per il tardo pomeriggio, a partire dalle 17.30, all'ora dell'uscita dagli uffici. Pagando il prezzo della bevanda ordinata ci si può servire a volontà di stuzzichini vari che possono andare dai bocconcini di pizza, alla pasta fredda, dal grana a scaglie alle olive, dalle bruschette di pomodoro alle tartine al salmone.

Anche noi abbiamo voluto visitarne alcuni e assaggiare le diverse proposte. Abbiamo così scelto alcuni ambienti tra i più gettonati del momento e altri scelti a ca-

so per valutare l'offerta. C'è un po' di tutto, con variazioni contenute di prezzo ma l'impressione generale, a parte qualche eccezione, è che, laddove sono allestiti buffet, prevalga più la quantità che la qualità. Eppure, anche per un'ordinazione modesta (per esempio un aperitivo analcolico, come quello ordinato da noi), ci vuole poco a fare la differenza, basta un tovagliolo di carta per pulirsi le dita unte dopo aver mangiato bocconi di pizza o pezzi di formaggio.

Aldilà della qualità dei contorni proposti sembra prevalere sulla scelta del locale, la capacità di proporsi come punto di ritro-

vo. Eh già, perché l'aperitivo è un rito che si svolge prevalentemente in compagnia, un momento per rilassarsi dopo il lavoro, prima del rientro a casa o prima di prolungare la serata. Ingrediente fondamentale è pure il bel tempo perché allora ci si può sedere all'aperto, preferibilmente in una zona pedonale chiusa al traffico. Non a caso i punti da noi giudicati più piacevoli si trovano nei centri storici pedonalizzati dove si possono creare angoli suggestivi. È il caso del bar 700° a Bellinzona che trova il suo fascino nell'aver un piccolo spiazzo sotto la roccia di Castelgrande. La calura è anche stempe-

	 Sufficiente	 Discreto	 Buono	 Molto Buono	 Eccellente
<b>Locale</b>					
	<b>Ascona</b> Osteria Nostrana	<b>Locarno</b> Caffè Piazza Grande	<b>Locarno</b> Debarcadere	<b>Lugano</b> SassCafè	<b>Lugano</b> Soho
<b>Bevanda</b>	Analcolico Crodino	Analcolico bianco	Analcolico bianco	Analcolico bianco	Analcolico bianco
<b>Prezzo</b>	fr. 5.-	fr. 4.30	fr. 3.80	fr. 6.20	fr. 5.-
<b>Servito con</b>	Olive, bocconcini di formaggio e crostini	Spicchi di pizza Margherita	Patatine chips alla paprika	Bruschette, olive, pomodorini, gris- sini	Quadretti di piz- za, verdura gri- gliata su pane
<b>Servizio</b>	Discreto	Sufficiente	Sufficiente	Buono	Discreto
<b>Ambiente</b>	Buono: zona pedonale, lungolago	Sufficiente: zona aperta al traffico	Buono: lato vista lago. Sufficiente: lato strada	Buono: zona pe- donale	Buono: corte interna
<b>Toilette</b>	Buono	Buono	Discreto	Discreto	Discreto
<b>GIUDIZIO</b>					

rata da una fontana che sgorga dalla pietra grigia. Lì vicino sono imbanditi i tavoli con tovaglia bianca (unico neo, l'ombrellone blu della RedBull...) su cui vengono depositati in continuazione piatti colmi di stuzzichini ma anche di più, visto che è servito pure del coniglio arrosto e polenta abbrustolita. Anche se i commercianti generalmente sono ostili all'allontanamento delle auto dai centri, di fatto realizzare delle zone chiuse al traffico rende. Gli esempi in Svizzera e all'estero dimostrano che le zone pedonali aumentano il fascino dei centri città e portano benefici economici al commercio, oltre naturalmente alla qualità della vita. E Bellinzona, da questo punto di vista merita il primo posto. Non così Locarno che pur avendo a disposizione una bellissima piazza, offre alla vista degli avventori lo spettacolo delle auto parcheggiate. Spettacolo che fortunatamente non si ha in piazza Riforma a Lugano e sul lungolago di Ascona. Buono anche l'ambiente del City di Chiasso nella nuova zona pedonale mentre a Mendrisio, la Dolce tentazione, in zona Fox Town, sembra dovere la sua fortuna proprio al traffico smisurato che si registra nei pressi.

Capitali dell'aperitivo a nostro giudizio si profilano Bellinzona e Lugano: a Bellinzona, il pub 700° per i motivi che abbiamo già descritto e a Lugano il SassCafè per la qualità del prodotto e del servizio.

Anche il Diamond di Viganello (che ha delle toilette in ottime condizioni) merita una citazione per lo sforzo di offrire un buffet ricco, qualcosa di diverso in una zona trafficata che viene percepita già come periferia di Lugano. Una nota di merito al City di Chiasso dove la bevanda è preparata dal barman che non si limita a stappare una bottiglietta.

## Come si è svolto il test

Abbiamo ordinato un analcolico bianco in 11 bar del cantone (ad Ascona, non l'avevano e ci hanno servito un Crodino e a Chiasso, l'analcolico della casa): nella tabella sottostante è indicato il locale, il prezzo, il tipo di accompagnamento servito con la bevanda, senza una specifica richiesta. Abbiamo giudicato il servizio valutando la presentazione dell'aperitivo, la presenza di tovagliette e tovaglioli e la cortesia. Abbiamo ritenuto importante indicare anche l'ambientazione, del locale, in particolare se è situato in zona pedonale o aperta al traffico. Per completare il quadro abbiamo pure aggiunto un giudizio sulla toilette considerando come si presentano i locali, la pulizia complessiva, la presenza di carta WC, sapone e sistema per asciugare le mani. I servizi igienici, infatti, sono il miglior biglietto da visita di un locale e da quelli si può giudicare con sarà la qualità del resto.

## L'aperitivo a casa

L'aperitivo è anche un rito casalingo e un buffet con aperitivo può essere un modo simpatico per trascorrere in casa una serata con gli amici. Se volete offrire un aperitivo agli ospiti basta avere a disposizione alcuni ingredienti come pomodorini cherry, mozzarella, carciofini, olive, alici, capperi, rucola, pane fresco o pane toast, il classico grana a scaglie ma anche formaggini freschi, carne secca, lardo, crudité per un pinzimonio. Con un pizzico di fantasia, l'aperitivo è servito. Vanno benissimo anche frittate, bocconcini di pizza o focaccia, torte salate.

Le bevande possono spaziare dall'analcolico al vino bianco, dallo spumante ai succhi di frutta. In tavola vanno messi tovagliolini di carta, stuzzicadenti e piattini. Se non volete usare il servizio di piatti ma volete far ricorso all'usa e getta, invece dei piatti di plastica vi consigliamo i piatti in foglie di palma molto belli da vedere e per nulla inquinanti, addirittura compostabili.



**Lugano**  
Diamond  
Bar-Pub

**Lugano**  
Antica osteria  
del porto

**Chiasso**  
Bar City

**Mendrisio**  
Dolce tentazione

**Bellinzona**  
Peverelli, Tea  
Room

**Bellinzona**  
Fun Cafè

**Bellinzona**  
Cremeria 700°

Analcolico bianco

Analcolico bianco

Analcolico della  
casa

Analcolico bianco

Analcolico bianco

Analcolico bianco

Analcolico bianco

fr. 4.50

fr. 4.20

fr. 5.–

fr. 5.–

fr. 4.20

fr. 4.50

fr. 5.–

Buffet

Noccioline salate

Buffet

Buffet

Quadretti di pizza

Bruschette

Buffet

Buono

Sufficiente

Buono

Sufficiente

Sufficiente

Discreto

Buono

Discreto: zona  
trafficata

Buono: zona ver-  
de ma trafficata

Buono: zona pe-  
donale

Sufficiente: zona  
trafficata

Buono: zona pe-  
donale

Buono: zona pe-  
donale

Buono: zona pe-  
donale

Buono

Discreto

Buono

Sufficiente

Discreto

Discreto

Discreto

★★★★

★★

★★★★

★

★★

★★

★★★★



# I souvenir da evitare

**Ciò che i turisti si portano a casa come ricordo delle vacanze rappresenta spesso una minaccia per le specie protette e un problema alla dogana. La «Guida ai souvenir» del WWF e dell'Ufficio federale di veterinaria vi dà una mano nella scelta dei souvenir. L'ACSI sostiene la campagna e offre a soci e socie la Guida "Occhio ai souvenir" insieme alla BdS.**

**U**n cranio di alligatore imbalsamato è appoggiato su una pelliccia di scimmia. Dietro, sugli scaffali – accanto a poiane, sparvieri, morrette tabaccate e francolini di monte impagliati – stanno allineati i gusci di diverse specie di tartarughe. Questi sono solo alcuni degli oggetti sequestrati di recente al confine svizzero e immagazzinati nelle cosiddette «sale della confisca» dell'Ufficio federale di veterinaria (UFV).

«Le cose che più mi impressionano sono le teste e le zampe di animali o gli esemplari interi conservati sotto alcol», afferma Mathias Lörtscher, responsabile protezione delle specie all'UFV.

In Svizzera, tuttavia, non vengono introdotti solo animali imbalsamati, o parti di essi, ma anche animali vivi (pappagalli, rettili, ecc.) e piante rare. Secondo Doris Calegari, responsabile per la protezione delle specie al WWF Svizzera, si tratta di un problema serio: «Ogni anno in tutto il mondo vengono commercializzati milioni di esemplari di specie protette, un quarto dei

quali illegalmente». Per molte piante e animali selvatici questo commercio rappresenta una grave minaccia.

Nella maggior parte dei casi i turisti acquistano questi souvenir senza darsi troppi pensieri e senza intenzioni criminose. «I commercianti delle località turistiche, inoltre, non attirano sufficientemente l'attenzione dei viaggiatori sull'obbligo d'autorizzazione» afferma Lörtscher. Se i souvenir sottostanno alla Convenzione di Washington Cites (vedi a lato) e non vengono dichiarati, si rischiano problemi alla dogana e anche multe salate.

In occasione dell'inizio della stagione vacanziera, il WWF e l'UFV, hanno deciso di aiutare i viaggiatori e di pubblicare la Guida «Occhio ai souvenir!». Nel pratico formato pieghevole, che trovate allegato alla BdS, sono indicati i souvenir ammessi dalla legge e quelli da cui conviene tener lontane le mani, per amore della natura nonché del vostro portafoglio.

Con questo non si intende rovinare a nessuno la gioia di un ricordo delle vacan-

ze, ma solo attirare l'attenzione sulla tutela delle specie.

Tra le merci e i souvenir maggiormente confiscati vi sono, oggi come ieri, gioielli e statuine d'avorio, collane e orecchini ricavati da conchiglie e coralli nonché stivali, borse, cinture e portafogli in pelle di serpente o lucertola. Gli animali vivi – come pappagalli, rapaci o rettili – costituiscono solo una piccola parte della merce sequestrata.

## Traffic: contro il vile commercio

La vendita illegale di animali e piante è uno dei commerci più lucrosi, secondo solo al traffico di armi e droga. Particolarmente richieste sono le parti più redditizie di alcuni animali come, ad esempio, le zanne d'elefante, le corna di rinoceronte, le pelli di leopardo, le ossa di tigre, le pinne di squalo, nonché la carne di balena, delfino o tartaruga. Molte di queste specie sono gravemente minacciate.

Tuttavia solo una piccola parte di questo commercio viene scoperta. Un esempio



## Consigli ACSI per gli acquisti

### Souvenir in legno garantito FSC o Good Woods

Le sculture con legno certificato FSC e Good Woods provengono da una selvicoltura rispettosa dell'ambiente, da piccole aziende che praticano una selvicoltura controllata. I prodotti contrassegnati dal marchio Good Woods sono in vendita in Kenia e Tanzania.

### Lavori d'intreccio (cappelli, cesti, stuoie)

Se volete acquistare articoli di questo genere assicuratevi che siano prodotti da artigiani locali: è un modo per sostenere economicamente la gente del posto.

### Vasellame

Che si tratti di brocche per l'acqua o ceramiche d'uso come pentole o piatti, spesso i singoli oggetti sono dipinti, usando colori e motivi decorativi tipici della zona. Acquistare vasellame è anche uno stimolo a mantenere vivo l'artigianato tipico del luogo. Attenzione, non usateli per alimenti: rischio di intossicazione da piombo!

### Manufatti in filo metallico e latta

Nei mercati rionali africani e asiatici si trovano giocattoli realizzati con cura e fantasia, spesso riciclando materiali di scarto come la latta e il filo metallico. Tutto questo senza intaccare risorse preziose come il legno.

### Gioielli in vetro e pietre

Una collana realizzata con perle in vetro al posto delle conchiglie preserva i piccoli abitanti dei mari e alimenta l'industria vetraria. Con la giusta lavorazione anche le perle in vetro acquistano colori e forme gradevoli.

### Gioielli e ciotole in noce di cocco

Una volta eliminate le fibre esterne, la superficie lucida e scura della noce di cocco, che è estremamente dura, si presta a essere decorata con motivi filigranati.

### Stoffe in seta selvatica o altre fibre vegetali

Contrariamente alla seta tradizionale, il bozzolo della seta selvatica è lavorato solo dopo che la farfalla è uscita. La seta selvatica proviene prevalentemente da alcune regioni della Cina, dell'India e del Sud-Est asiatico, ma la si trova anche in Madagascar. Esistono inoltre prodotti realizzati in altre fibre vegetali (esempio lino e canapa).

### Dipinti

Acquistare un dipinto o un disegno significa sostenere l'economia locale, oltre che portarsi a casa un souvenir che racchiude in sé i colori e le sensazioni dell'esperienza vissuta. Un consiglio: acquistate i dipinti senza cornice, occuperanno meno spazio nelle valigie.

### Oggetti artistici in steatite

La steatite viene estratta in tutti i continenti e presenta colori e caratteristiche diverse a seconda della regione d'origine. Artisti e artigiani locali lavorano questo materiale per farne gioielli, ciotole e statuine, per poi lucidare o colorare gli oggetti ultimati.

lo offre il caso verificatosi pochi mesi fa sul confine sino-russo: in un camion i doganieri hanno trovato 768 zampe e 24 cistifellee d'orso nero. Il carico era sicuramente destinato alla Cina poiché nella medicina tradizionale cinese queste parti sono molto ricercate.

Fintanto che il commercio illegale rimarrà fiorente, le riserve e i parchi nazionali non riusciranno ad impedire la scomparsa di tigri, rinoceronti, ecc. Per questo, nel 1976 il WWF e l'Unione Mondiale per la Conservazione della Natura (IUCN) hanno fondato **Traffic**, un'organizzazione che raccoglie dati sulle esportazioni e i carichi illegali.

Grazie a Traffic è possibile denunciare il grave lassismo nei controlli e l'inazione di governi troppo poco solerti. Elaborare delle leggi più severe sulla protezione delle specie è una cosa, applicarle un'altra. Altrettanto importanti sono un'adeguata formazione di doganieri e forze di polizia nei paesi d'origine nonché delle campagne di relazioni pubbliche in Svizzera. Questa guida vuol essere un piccolo contributo in questo senso.

Buona lettura e... occhio ai souvenir!

fonte: WWF



**La Guida non c'è? Richiedetela all'ACSI**

## Cites: una barriera di protezione

La «Convenzione Internazionale sul Commercio di Specie a Rischio» (Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora), meglio nota come Cites\*, regola il commercio internazionale di piante e animali – vivi, morti o parti e prodotti derivati – appartenenti a più di 30'000 specie. Ad oggi i paesi che hanno firmato la Cites sono 169. La Svizzera è stata una delle prime nazioni a sottoscriverla.

[www.cites.ch](http://www.cites.ch) (UFV); [www.wwf.ch](http://www.wwf.ch)/  
souvenir; [www.cites.org](http://www.cites.org).

# Ora basta, voglio dimagrire...

La faticosa prova "costume da bagno" ci ha messo in crisi? L'errore più clamoroso da fare è quello di buttarci nelle diete più o meno estreme. La verità delle cifre è cruda: "Nell'anno che segue una dieta il 60% delle persone riprende i chili persi. Peggio, due anni dopo, il 95% dei soggetti è tornato al peso iniziale!" Lo sostiene il dr. Eric Héraief, membro della Società svizzera contro l'obesità. In buona sostanza, in queste condizioni dimagrire fa ingrassare! A questa conclusione è giunta la tavola rotonda organizzata dalla FRC (Federazione romanda dei consumatori) in collaborazione con A bon entendeur (l'emissione televisiva romanda sui consumi), alla quale hanno partecipato, oltre al dr. Héraief, Magali Volery, Dipartimento della salute e dell'economia di Ginevra, e Séverine Chédal, dietista della FRC (vedi J'achète mieux, maggio 07). Per qualcuno, magari, può aver funzionato, ma per quante persone la perdita di peso è stata un fallimento, con la messa in pericolo della stessa salute? Infatti più le variazioni di peso sono frequenti (effetto yo-yo) o importanti, più si aggravano i rischi per la salute. E più il comportamento alimentare è perturbato da restrizioni, più la percezione della fame e della sazietà, di voglie e bisogni sono falsati. Credere che si possa dimagrire senza sforzi o stabilizzare il peso dopo una dieta è un'illusione: dopo un periodo di carenza, il corpo umano tende a stoccare ciò che ha perso e ad aggiungere anche qualcosa in più. Ecco perché dopo una dieta si riprende facilmente il peso perso. L'unica soluzione credibile passa attraverso un cambiamento radicale del proprio comportamento (alimentare e di igiene di vita): spendere più energie con l'attività fisica e ridurre l'apporto alimentare, soprattutto gli alimenti ricchi di grassi.



## Diete: nessuna soluzione miracolosa

tre esperti hanno valutato l'efficacia di alcune diete. I giudizi si limitano a due categorie, "illusione", perché non funzionano, o "disequilibrante", poiché i chili persi saranno presto ripresi con l'aggravante del rischio di entrare in una spirale che alterna diete a restrizioni e compulsioni alimentari, perdita e ripresa di peso.

I giudizi possono non essere condivisi da tutti, ma danno l'opportunità di interrogarsi sul fattore "peso": riconoscere e accettare il proprio peso rappresenta anche il primo passo verso una presa di coscienza indispensabile per regolare i propri comportamenti alimentari e di vita quotidiana.

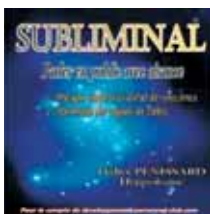


**Cura Bioline Turbodynamic**

**illusione!**

Promette la perdita di 31 kg in 7 settimane.

Capsule a base di ananas, tè verde, citrus aurantium, uva e papaia. Nessuna di queste sostanze fa dimagrire. Quello che fa perdere peso è solo la diminuzione delle calorie ingerite. Nessun consiglio dietetico o di cambiamento di comportamento viene elargito. Una volontaria della FRC l'ha provato senza successo.



**Dimagrire con il Subliminal**

**illusione!**

Un CD da scoltare alla sera ripetendosi in continuazione delle frasi. Da abbinare eventualmente con alimenti "brucia grassi", capsule o bagni ai piedi. Costa circa 80 fr. e il prezzo invita a provare... Non viene fornito nessun tipo di consiglio dietetico. Il sistema può indurre a ossessioni o false credenze.



**Special K: programma 2-2-2**

**illusione!**

Per perdere 2 kg, due volte alla settimana bisogna sostituire 2 pasti con i cereali della Kellogg's. Oltre alla monotonia del menu, l'apporto energetico è insufficiente. Special K contiene le stesse calorie dei classici cornflakes. Si tratta chiaramente di marketing al solo scopo di vendere il prodotto, anche se i consigli per un'alimentazione equilibrata e la pratica di sport sono sensati.

## EURODIET Eurodiet

disequilibrante

Sotto prescrizione medica, si suddivide in quattro fasi che includono dei sostituti iperproteici dei pasti.

La perdita di peso con diete iperproteiche è conosciuta dal 1980. Si tratta di una sorta di digiuno (senza zuccheri, deficit energetico importante e perdita di peso rapida) dove la muscolatura è nutrita da proteine. Sistema pericoloso anche se prescritto da un medico. Effetto yo-yo assicurato.



## Modifast

disequilibrante

Sostituti iperproteici dei pasti (in vendita nelle farmacie con un libretto).

L'apporto calorico è troppo limitato. I prodotti liquidi sono frustranti, manca l'atto (soddisfacente) del masticare. Non fornisce consigli sul comportamento. Effetto yo-yo assicurato.



## Digiuno

disequilibrante

Privarsi di alimenti e talvolta anche liquidi per un determinato periodo.

L'organismo che digiuna perde massa magra (muscolare) con il pericolo di incorrere in carenze e disidratazione. La ripresa di peso è assicurata.



## Dieta Slenderline

disequilibrante

slenderline diffusion

Un apporto nutrizionale viene stabilito per telefono, così come un menu: e si è seguiti per telefono. Il regime include un farinaceo per pasto, sconsiglia l'eccesso di verdure e promette la perdita della pancia. Il contatto telefonico con un medico è contrario a ogni deontologia. Un medico non dovrebbe prescrivere diete per telefono, senza conoscere il paziente e il suo stato psico-fisico.



## Dieta Montignac

disequilibrante

Dieta dissociata: evita di combinare cibi ricchi di proteine con altri ricchi di glucidi. Consigli interessanti ma la combinazione di tutte le restrizioni la rende difficilmente conciliabile con il lungo termine. La perdita di peso è dovuta alla quantità ridotta di calorie e non alla dissociazione degli alimenti.



## Dieta Miami

disequilibrante

Un libro con consigli (come quello di eliminare i carboidrati: pane, riso, farina...) menu e ricette. Seguire alla lettera i consigli significa diminuire drasticamente le calorie e ciò causa la perdita di peso. Non è un modello alimentare da seguire a lungo termine poiché non riequilibra assolutamente il regime alimentare e non è compatibile con una vita sociale. Effetto yo-yo assicurato.

# Diamoci il giusto peso

Ai giorni nostri la nozione "peso" è più legata a un fatto estetico che a un rischio per la salute, come in realtà va considerato.

Per calcolare il peso ideale occorre calcolare l'indice di massa corporea (IMC o Body Mass Index-BMI). Come? Si divide la propria massa (in kg) per l'altezza (in metri) al quadrato. Valutazione del valore ottenuto:

- meno di 17: pericolo per troppo poco peso!
- tra 17 e 18.5: magro. Per essere in buona salute, bisogna aumentare di peso
- tra 18.5 e 25: l'IMC è normale. Il rapporto peso-salute è corretto dal profilo medico.
- tra 25 e 30: sovrappeso. Prudenza e cercare di perdere un po' di peso. Ma piuttosto che sottoporsi a diete ferree - che potrebbero poi portare all'obesità - cercare di stabilizzare il peso.
- tra 30 e 35: obesità moderata che potrebbe comunque portare a problemi cardio-vascolari. A partire da questo IMC è consigliabile chiedere consiglio a un medico o consultare un servizio specializzato. Per migliorare il proprio stato di salute è consigliabile perdere circa il 10% del peso con un cambiamento di comportamento
- tra 35 e 40: obesità severa
- da 40 in su: obesità grave. Pericoli imminenti per la salute.

# Dimagrire in buona salute

“Dimagrire in buona salute” è pubblicato dalla Società Svizzera di Nutrizione-SSN (purtroppo esiste solo in lingua tedesca e francese): informa su tutto quello che volete sapere su peso e diete. Le diete più in voga sotto state messe sotto la lente dai loro esperti e analizzate dal punto dell'equilibrio nutrizionale, con gli eventuali rischi e le chances di tenuta a lungo termine. Vi trovate consigli su come cambiare metodo di fare la spesa, di cucinare e di mangiare, senza dimenticare le molte persone che devono mangiare regolarmente fuori casa.

Potete ordinarla sul sito [www.sge-ssn](http://www.sge-ssn) (prezzo fr. 26.- / fr. 13.- per membri della SSN).



# Prodotti dimagranti **online**: strani e pericolosi cocktail

**C**hi cerca in internet “dieta” o “dimagrire” trova una miriade di siti con offerte di prodotti dimagranti di ogni tipo e con immagini e testimonianze di persone in gran forma e felici. Il messaggio è: snello=felice=successo=anche tu ce la puoi fare.

La vendita è libera: tutti li possono ordinare. Particolarmente richiesti sono i prodotti cosiddetti “fatburner” (brucia-grassi) a base di Efedrina che promettono di sciogliere il grasso eccessivo e trasformarlo in energia (perfino durante il sonno!). Da un’inchiesta online, svolta in Germania da Test, su 3000 partecipanti, il 14% ha dichiarato di aver provato queste pillole; molti hanno comunicato di aver avuto problemi di salute (alimentari o circolatori) o di non aver notato nessun effetto (perdita di peso). Il problema è che molti acquirenti sopportano i pesanti effetti collaterali pur di ottenere un risultato, altri (uno su tre) ne vengono a conoscenza solo al momento dell’assunzione del medicamento.

La rivista tedesca Test (della Stiftung Warentest, aprile 2007) ha analizzato 16 prodotti. Gli esiti (riassunti qui di seguito e nella tabella) sono molto preoccupanti:

- 13 prodotti nascondono un pericolo da alto a molto alto per la salute; spesso contengono cocktail di prodotti sconosciuti o pericolosi e non sempre gli ingredienti sono indicati.
- Sono arrivati per posta in pacchi “esotici” da paesi lontani o attraverso intermediari tedeschi (mai presenti su elenchi telefonici). Nessun pacco è stato intercettato in frontiera.
- Il testo pubblicitario promette spesso più di quanto sia ragionevolmente possibile. E sovente i mix di sostanze sono a rischio. Ad esempio: Efedrina + caffeina, un cocktail che aumenta gli effetti del medicamento e può dar luogo a disturbi del ritmo cardiaco (sudorazioni, insonnia, tachicardia).
- Spesso viene aggiunta la Sibutramina, una sostanza che inibisce l’appetito (a volte non è neppure indicato sulla confezione) e può provocare tachicardia e ipertensione.
- Altri prodotti, destinati soprattutto alle donne, si presentano in modo attraente con riferimenti a antiche tradizioni cinesi e al “naturale” (erbe). Questi prodotti (Lida Shop in internet) sono risultati molto pericolosi.
- Hoodia, una polvere ottenuta da una pianta tipo cactus del Sudafrica, usata dai boscimani per aumentare la loro efficienza, va oggi per la maggiore. Tuttavia, anche nelle capsule Original Hoodia-Gardonii non vi era traccia di Hoodia!

Per persone con grande soprappeso esiste dal 2006 una nuova speranza: la pastiglia anti-grasso Acomplia. Deve però essere prescritta dal medico in combinazione con un programma specifico, ma su Internet è possibile acquistarla illegalmente. La sostanza contenuta, Rimonabant, toglie la fame ma contemporaneamente può dare effetti indesiderati quali depressioni e paure.

**L'unico sistema per perdere peso è cambiare stile di vita, cioè più movimento e mangiare meno, cercando, se occorre, un aiuto e una consulenza presso medici, dietisti o casse malati.**

Nome del prodotto	Ordinato su internet presso/ Produttore	Prezzo / Capsule per confezione	Pericolo per la salute
<b>Darling Tian Ran Jian Fei</b>	Lida-Shop/ non leggibile	30 euro/30	<b>MOLTO ALTO</b>
<b>Dyma-Burn Xtreme</b>	Beach Power/ non dichiarato	35 euro/100	<b>MOLTO ALTO</b>
<b>LiDa Dai Dai Hua Jiao Nang</b>	Lida Life/ non leggibile	29 euro/30	<b>MOLTO ALTO</b>
<b>Meizitang</b>	Lida-Shop/ non leggibile	30 euro/30	<b>MOLTO ALTO</b>
<b>Miaozi</b>	Lida-Shop/ non leggibile	30 euro/60	<b>MOLTO ALTO</b>
<b>Obego 5</b>	Tristatedems/ Windlas Biotech	21 euro/30	<b>MOLTO ALTO</b>
<b>ThermoGenesis</b>	Astro Nutrition/ non dichiarato	50 euro/120	<b>MOLTO ALTO</b>
<b>Ephedra Nature's Super Cap</b>	Shayana Shop/ DNE Pharmaceuticals	35 euro/100	<b>ALTO</b>
<b>Looking Trim Original</b>	American Life-style/ non dichiarato	57 euro/60	<b>ALTO</b>
<b>Stacker 2</b>	Powerchamp/ NVE Pharmaceuticals	45 euro/100	<b>ALTO</b>
<b>Stacker 3 XPLC</b>	FloraCura/ NVE Pharmaceuticals	32 euro/60	<b>ALTO</b>
<b>Supprex</b>	Vitabay/ non dichiarato	66 euro/90	<b>ALTO</b>
<b>X-treme Lean</b>	Feel Good Shop/ Nature's Bounty	34 euro/120	<b>ALTO</b>
<b>Guggul Complex</b>	Powerchamp/ non dichiarato	25 euro/90	<b>NON VALUTABILE</b>
<b>Original Hoodia Gordonii-Kapseln</b>	Hoodia Shop/ non dichiarato	30 euro/90	<b>NON VALUTABILE</b>
<b>T3 Dietary Supplement</b>	Powerchamp/ non dichiarato	30 euro/90	<b>NON VALUTABILE</b>
<b>Acomplia*</b>	goldpharma/ Sanofi-Aventis	152 euro/28	

\* ) Acomplia è l'unico prodotto della lista ammesso in Germania ma solo su ricetta medica (tutti gli altri sono illegali). Da Goldpharma si riceve la confezione originale ma in modo illecito,

**Commento**

Rischi: aumento della pressione del sangue, tachicardia. **Sibutramin** non dichiarato, il dosaggio è maggiore di quello ammesso in Germania.

Rischi: irrequietezza, insonnia, dipendenza, aumento della pressione sanguigna, tachicardia, disturbi del ritmo cardiaco. **Acido Azetylsalizyl** non dichiarato. Nessuna traccia di Yohimbin. Ogni capsula contiene il 75% in più di **caffaina** e il doppio di **Efedrina** rispetto a quanto dichiarato.

Rischi: aumento della pressione del sangue, tachicardia. **Sibutramin** non dichiarato, il dosaggio è maggiore di quello ammesso in Germania.

Rischi: aumento della pressione del sangue, tachicardia. **Sibutramin** non dichiarato.

Rischi: aumento della pressione del sangue, tachicardia. **Sibutramin** non dichiarato. Due diversi tipi di capsule con dosi variabili in una confezione.

Rischi: aumento della pressione del sangue, tachicardia.

Rischi: irrequietezza, insonnia, dipendenza, aumento della pressione sanguigna, tachicardia, disturbi del ritmo cardiaco.

Rischi: irrequietezza, insonnia, dipendenza, tachicardia, disturbi del ritmo cardiaco. Aggiunta di **caffaina sintetica**.

Rischi: insonnia, irrequietezza interna, tachicardia. Non rilevata la presenza della sostanza P57 caratteristica per **Hoodia Gordonii**.

Rischi: insonnia, irrequietezza interna, tachicardia, aumento della pressione sanguigna. **Yohimbin** non dichiarato. Nessuna traccia di **Efedrina**.

Rischi: insonnia, irrequietezza interna, tachicardia, aumento della pressione sanguigna.

Rischi: irrequietezza, palpitazioni. Non rilevata la presenza della sostanza P57 caratteristica per **Hoodia Gordonii**.

Rischi: insonnia, irrequietezza interna, palpitazioni. L'indicazione "Senza Efedrina" vuole indicare che il prodotto è "innocuo".

L'innocuità del Guggulsterone come sistema di dimagrimento non è sufficientemente provata, per cui i rischi non sono valutabili. 88% circa in meno di **Guggulsterone** rispetto a quanto dichiarato.

Non rilevata la presenza della sostanza P57 caratteristica per **Hoodia Gordonii**. Gli ingredienti delle capsule sono sconosciuti. L'assunzione è sconsigliata.

L'innocuità del Guggulsterone come sistema di dimagrimento non è sufficientemente provata, per cui i rischi non sono valutabili.

Con limitazione d'uso quale sostegno a terapie per forte sovrappeso, per il quale un cambiamento delle abitudini alimentari o di comportamento non sono sufficienti a raggiungere una riduzione di peso. Le conseguenze di un'assunzione per lungo tempo non sono ancora state valutate a sufficienza.

senza ricetta medica. Acompla è omologato anche in Svizzera ma solo su ricetta medica. Tutti gli altri prodotti non sono omologati in Svizzera come medicinali.

## Consigli ACSI

- ✓ **Non inquietatevi per i 2-3 kg che si acquisiscono naturalmente durante l'inverno: di regola se ne andranno da soli con l'arrivo della bella stagione.**
- ✓ **Chiedetevi perché siete aumentati peso: vi manca l'attività fisica? Mangiate troppo?**
- ✓ **Cercate di guarire la causa dell'aumento di peso, prima di pensare ai chili aggiunti.**
- ✓ **La soluzione migliore per perdere chili è... non ingrassare!**
- ✓ **Rispettate la piramide alimentare: mangiate meno grassi e meno zuccheri, bevete meno alcol.**
- ✓ **Fate più attività fisica quotidiana, camminate di più, fate le scale a piedi.**
- ✓ **Non esistono alimenti "miracolo" (pompelmo, ananas, papaya, asparagi, ecc. sono sovente erroneamente indicati come alimenti che "bruciano grassi").**
- ✓ **Richiedete all'ACSI le schede "Mangiare bene per vivere bene" (vedi p. 31)**

## Bilance poco precise

**P**er sapere quanto si pesa bisogna avere una bilancia. E una bilancia precisa. Come sapere quale è la migliore? Per avere una valutazione degli apparecchi sul mercato, la FRC ne ha testati 13: 10 elettroniche e 3 meccaniche. Queste ultime sono risultate piuttosto scadenti, ma anche quelle elettroniche non sono tutte così precise! Peggio: alcuni modelli fanno errori non lineari, il margine d'errore varia a dipendenza del peso. Si chiede ai fabbricanti un maggior sforzo di precisione.

Ecco i risultati:

### Modelli elettronici

sono risultati **buoni**: Tanita UM-030 (fr. 65), Trisa Fitronic (fr. 69.90), Beurer BF 40 (fr. 98), Ikea Grössby (fr. 19.95), Rowenta Stylys (fr. 69.90), Terraillon Nautic Memory (fr. 85.50)

sono **soddisfacenti**: Far BAL 4000 (fr. 34.95), Babyliss Paris SC 100E (fr. 69.90), Soehnle New-York (fr. 169)

**insufficiente**: Korona KFW 4019 (fr. 69.90)

### Modelli meccanici

**soddisfacente**: Korona Rick (fr. 12.95)

**insufficiente**: Soehnle 61012 (fr. 19.50), Beurer MS 01 (fr. 18)

Le differenze di prezzo sono notevoli. Il design, evidentemente, conta e si paga. Certi apparecchi però hanno anche funzioni speciali: come quella di fornire la proporzione d'acqua, di grassi o di muscolatura del corpo. Tuttavia se questi dati possono essere utili nell'ambito medico, non lo sono per l'uso privato. L'interpretazione di questi dati è complessa e, d'altra parte, la variazione della quantità di liquidi nel corpo può variare a dipendenza di parecchi fattori. Tra l'altro l'uso di questo tipo di bilancia è vietato alle persone portatrici di pacemaker.

### Consigli ACSI

- ✓ **Pesatevi sempre sulla stessa bilancia, meglio al mattino a digiuno.**
- ✓ **Posate la bilancia su superfici piane e possibilmente non su tappeti o moquette.**
- ✓ **Non riponete mai la bilancia in posizione verticale.**
- ✓ **È inutile pesarsi più di una volta alla settimana: è sufficiente anche una volta al mese.**

# FFSserie: tariffe diverse sempre a svantaggio dei consumatori

**A** chi durante il giorno (da Lugano, per esempio) deve recarsi a Berna le FFS offrono un treno ogni ora. Per ragioni loro, probabilmente dovute a un razionale quanto opportuno utilizzo delle risorse, vi è un'alternanza di percorsi: a un Lugano-Lucerna-Berna e viceversa quasi sempre si alterna un Lugano-Zurigo-Berna. Malgrado quest'ultimo percorso sia assai più lungo, i tempi di viaggio in entrambi i casi superano di poco le quattro ore. Ma una differenza c'è ed è il prezzo del biglietto.

Con l'abbonamento mezza tassa il biglietto di seconda e ritorno per Berna via Lucerna costa infatti 77 franchi contro gli 88 franchi per il percorso via Zurigo. Qualche mese fa dovendo andare a Berna via Lucerna ho acquistato il biglietto da 77 franchi ma per il ritorno – avvenuto il giorno successivo – il primo treno disponibile era quello che, ahimè, transitava per Zurigo: sullo stesso sono quindi stato obbligato a pagare metà della differenza tra le due tariffe, cioè fr. 5.50.

Il bigliettaio, insensibile alle mie perplessità e riconoscendo che a quell'orario non avevo alternative, mi ha spiegato che

benché il tempo di viaggio fosse praticamente uguale le FFS mi avevano comunque fatto percorrere chilometri in più, chilometri che andavano pagati. Quasi avessi chiesto di percorrerli o che ne avessi avuto un qualche tornaconto. Pace.

Ma il bello viene ora: con il biglietto da 88 franchi, qualche settimana fa, prendo il treno per Berna via Zurigo. Il giorno successivo per il ritorno il primo disponibile era quello che passava da Lucerna. Lo prendo in tutta tranquillità. Ma con mia meraviglia la giovane bigliettaia, con la delicatezza con cui si trattano i "clandestini a bordo", mi fa notare che ho un biglietto sbagliato, perché è quello "via Zurigo". Non c'è stato verso di spiegarle che avevo comunque pagato 5.50 fr. in più e che ora mi trovavo sulla tratta meno cara. Con la sua macchinetta rossa me ne stampa uno giusto, peraltro a costo zero.

Per tutto il resto del viaggio ho riflettuto sul senso di questa operazione e poi il "flash": certo! Sarà una prassi prevista per permettere al viaggiatore di riottenere l'importo pagato in più. Arrivato a Lugano mi affanno allo sportello. La risposta dell'addeba è: no, mi piace ma le FFS non rimbor-

sano questa differenza (come si è visto, però, non perdono comunque l'occasione di incassarla se la cosa va a loro favore). Il suo consiglio: compri sempre il biglietto meno caro (via Lucerna) e semmai paghi la differenza sul ritorno da Zurigo...

B.B. - ORIGLIO

**Visto quanto ci segnala il nostro socio, alla direzione delle FFS l'ACSI chiede due cose:**

✓ non andrebbe prevista una tariffa unica per chi dal Ticino si reca a Berna (o ritorna) indipendentemente dal fatto che, per il comodo delle FFS, si debba passare da Lucerna o da Zurigo? Sui grandi numeri le FFS non ci rimetterebbero probabilmente nulla e verrebbero così a cadere tutte le complicazioni e le irritazioni dovute a questa singolare situazione;

✓ se ciò non fosse possibile, per una pura ragione di equità si provveda almeno a fare in modo che al viaggiatore sia rimborsato quanto ha pagato in più e che non ha consumato. Da questo punto di vista la prassi asimmetrica seguita attualmente è pura arroganza aziendale, intollerabile per un servizio pubblico.

## Per favore, un po' di decenza

È vero, i consumatori spesso sono maleducati, ma i camerini di prova dell'H&M sono indegni, particolarmente il sabato pomeriggio. Indumenti di ogni tipo sono appesi malamente o abbandonati per terra tra la polvere. Difficile, quindi, entrare ma anche trovare un gancio libero sia per i capi d'abbigliamento che si vorrebbero provare sia un angolo per riporre i propri abiti. Non essendoci nessuna assistenza per la prova (il che rende maggiormente liberi i consumatori e fa acquistare di più) ed essendo difficile conquistarsi la cabina, è comprensibile che l'acquirente cerchi di portarsi più capi possibile da provare. Si crea quindi un circolo vizioso di cui si possono vedere i risultati nelle foto a lato.

Per non parlare delle code al momento di pagare: anche nei momenti più critici,

mai si trovano due commesse nonostante le casse siano previste sempre in doppio.

La domanda che sorge spontanea e che poniamo anche ai dirigenti del gigante svedese dell'abbigliamento: ma con i fatturati stratosferici che fate, non potete prendere una persona in più almeno nei giorni o negli orari di punta?

Sarebbe anche interessante capire la logica che ha mosso gli architetti che hanno progettato le cabine di prova, con porte enormi che si aprono verso l'interno e che costringono chi entra a difficili contorsioni complicate dall'impegno a non calpestare indumenti e appendiabiti caduti a terra. Che ne dite di sostituire le porte esageratamente grandi con semplici e agili tende?

Foto: H&M di Lugano, sabato 8 maggio 07



# Scaricare e masterizzare musica e film



SKS-Stiftung für Konsumentenschutz  
 Monbijoustrasse 61, 3000 Bern 23  
 Tel 031 370 24 24, Fax 031 372 00 27  
 admin@konsumentenschutz.ch

## Cosa è lecito oggi? Cosa potrebbe cambiare con le nuove disposizioni sul diritto d'autore?

Una volta era faticoso registrare dalla radio e su cassetta le nostre canzoni preferite. Adesso bastano invece un paio di click con il computer per masterizzare (l'equivalente di registrare) un CD o caricare le canzoni sull'iPod oppure sul vostro telefono cellulare. Quindi, possiamo entrare in possesso di musica e film non solo acquistando CD e DVD con tanto di confezione e booklet (i libretti con testi delle canzoni, storia degli artisti e quant'altro), ma anche scaricandoli (download) da Internet. Come amanti di musica e film abbiamo infinite possibilità di utilizzare il nostro materiale, ma non è tutto consentito quel che è possibile fare. In seguito alle pressioni esercitate dall'industria dell'intrattenimento, con la nuova legge sui diritti d'autore dovrebbe aumentare il numero delle azioni proibite, con il risultato che dovremo sborsare più soldi. Questo dossier ci aiuterà dunque a utilizzare nel miglior modo possibile, e soprattutto legalmente, l'evoluzione tecnologica.

## Copiare CD e DVD per uso personale

**1) Posso copiare un CD musicale o un film in DVD per utilizzarli in auto, passarli agli amici o fare un regalo di compleanno?**

Oggi è consentito copiare CD e DVD per il proprio uso personale. Ciò significa che le copie possiamo utilizzarle noi stessi e nell'ambito della cerchia di parenti, amici e conoscenti. Per produrre le copie esistono programmi informatici di masterizzazione che fanno parte della dotazione di ogni computer o possono essere acquistati. È pure concesso fare delle copie di CD e DVD che sono stati prestati o noleggiati. CD e DVD che abbiamo masterizzato possono essere regalati in una cerchia ristretta. Non è consentito ed è pure punibile ai sensi della legge venderli o regalarli in modo massiccio.

*In proposito, con la nuova legge sui diritti d'autore non dovrebbe cambiare nulla.*

**2) Un CD o un DVD sono dotati di un dispositivo che impedisce di copiarli: come posso eludere il blocco per farne una copia? Ed è lecito farlo?**

L'industria dell'intrattenimento sempre più spesso inserisce in CD e DVD dispositivi digitali che impediscono di fare copie, soprattutto se questo dovesse avvenire in modo esteso. Purtroppo, queste misure limitano anche il consumatore che agisce correttamente, perché con la maggior parte dei programmi di masterizzazione copiare CD e DVD non è più possibile.

Comunque, esistono programmi che permettono di eludere i sistemi di blocco e dopo che sono stati aggirati, con lo stesso software o un altro programma di masterizzazione è possibile produrre una copia del nostro CD o DVD, che inoltre non contiene

### Attenzione!

**In corsivo indichiamo come potrebbe cambiare la situazione con la revisione della legge sul diritto d'autore.**

più i dispositivi intesi a bloccarne la duplicazione. Spesso possiamo agire nello stesso modo con i programmi forniti dai fabbricanti di telefoni cellulari (vedi domanda numero 6).

Oggi è legale aggirare i sistemi di blocco e i programmi per eluderli o saltarli possono essere prodotti, distribuiti, venduti e utilizzati.

*La nuova legge sui diritti d'autore intende introdurre delle limitazioni. Potremo*

eludere i dispositivi di blocco solo a titolo privato, per poi tenere una copia per noi o darla ad amici intimi. C'è però un problema: i programmi per aggirare i sistemi di blocco dovrebbero essere proibiti in Svizzera e proibita dovrebbe esserne la produzione, la vendita e la distribuzione gratuita. Per contro, non saranno proibiti l'acquisizione e l'utilizzo di questi software.

Ciò significa: **se un programma per aggirare i blocchi della copiatura non è più sul mercato, non possiamo più eluderli e questa è un'evidente limitazione.** Rimangono però delle possibilità per acquisirli:

- ✓ ad esempio, se la ditta Slysoft, che produce programmi per eludere i blocchi di facile utilizzo, trasferisce la sua sede sull'isola caraibica di Antigua, dove questo tipo di software non è proibito. Quindi, possiamo acquistare

e scaricare via Internet i programmi della Slysoft oppure provarli gratuitamente per un periodo di tre settimane.

- ✓ Lo stesso tipo di software fornito dai fabbricanti di telefoni cellulari verosimilmente non verrà invece proibito nel nostro paese (vedi domanda 6).

Ad ogni modo, le cose si complicano comunque. Poiché con la nuova legge si rafforzano le misure atte a favorire il blocco della copiatura, i relativi dispositivi verranno inseriti sempre di più in CD e DVD.

Di conseguenza, dovremo sborsare una somma supplementare per acquistare un software atto a saltarli o eluderli. Oppure, dovremo affidarci a un relativo programma di un produttore di telefoni cellulari, se ne possedete uno che riproduce anche musica (vedi domanda 6).



## Acquisire musica e film da internet

### 3) Posso scaricare (download) musica o film gratuitamente da Internet?

Invece di acquistare CD e DVD in un negozio vero e proprio, possiamo scaricare musica e film da Internet. Accanto a negozi online (i cosiddetti portali a pagamento; vedi anche domanda 4), ci sono siti dove musica e film vengono offerti a titolo gratuito. In quest'ambito siamo in presenza di due possibilità.

- ✓ Da una parte cantanti o gruppi musicali mettono a disposizione gratuitamente i loro prodotti, ad esempio perché la loro musica viene utilizzata in ambito pubblicitario o perché vogliono farla conoscere a una cerchia maggiore di utenti.
- ✓ Dall'altra, musica è offerta gratis su cosiddette borse di scambio (peer to peer), che vengono gestite da conoscitori di Internet senza che sia stato però chiesto il permesso ad autori o case discografiche di inserire nel mondo virtuale i loro prodotti.

Per noi consumatori la situazione, dal punto di vista legale, è chiara, perché la schiacciante maggioranza degli esperti di giurisprudenza – per quanto concerne i diritti d'autore – è del parere che si possono scaricare gratuitamente da internet musica e film. E ciò indipen-

dentemente dal fatto che il download avvenga da siti legalmente autorizzati o da siti per scambi che legali non lo sono. Infatti, secondo i giuristi non compete al consumatore discriminare i siti legali da quelli illegali. A tal proposito, non ci sono sentenze che facciano giurisprudenza, perché sino ad oggi non ci sono ancora state azioni di carattere giudiziario riguardanti questi aspetti. Verosimilmente anche l'associazione mantello mondiale dell'industria dell'intrattenimento (la IFPI) ritiene scarse le possibilità di ottenere ragione in sede di giudizio, per quanto concerne questo punto.

*In proposito, con la nuova legge sui diritti d'autore non dovrebbe cambiare nulla.*

### 4) Posso masterizzare su un CD la musica che ho scaricato da Internet?

Bisogna distinguere se la musica è stata scaricata gratuitamente o se per ottenerla abbiamo dovuto pagare. Se il download è avvenuto senza pagamento, possiamo copiare canzoni e pezzi per uso personale. Nella maggior parte dei casi non vi sono ostacoli come i dispositivi per il blocco della copiatura. Il comportamento da tenere è come quello riguardante le copie ottenute da un CD (vedi domanda 1).

Se invece abbiamo dovuto pagare per scaricare da Internet musica e film, abbia-

mo concluso un contratto. Quindi, facciamo attenzione e atteniamoci alle condizioni generali di acquisto e ai diritti di utilizzo che sono stati fissati dal venditore, che indica se e in quale numero possiamo fare delle copie su CD del materiale acquistato. Di regola, le condizioni generali di acquisto e i diritti di utilizzo vengono accettate dal consumatore cliccando su una specifica casella, azione senza la quale di solito non si può procedere con il cosiddetto checkout. Le regole fissate dal venditore riguardano anche il trasferimento dei prodotti scaricati da Internet su altri riproduttori di suoni e immagini quali i lettori mp3 e telefoni cellulari (vedi domanda 6).

Quasi sempre la musica scaricata a pagamento (ad esempio da iTunes o dal sito della Migros) è abbinata a dispositivi atti a bloccarne la copiatura su CD oppure a limitarla, consentendola ad esempio per tre volte. Questo sistema è chiamato "Digital Rights Management" (DRM) e ulteriori copie rispetto a quelle fissate dal venditore non sono possibili, a meno che non venga utilizzato un programma che permetta di eludere o saltare i dispositivi di blocco. Nel caso di un loro utilizzo, si pongono le stesse questioni poste alla domanda 2. Ad ogni modo, la tecnologia non è ancora sufficientemente matura e nella pratica ci sono ancora dei problemi, se si cerca di eludere il "Digital Rights Management".



Le risposte alla domanda numero 2 valgono anche per la musica e i film scaricati da Internet. Il software per eludere o saltare i dispositivi di blocco della copiatura dovrebbero essere proibiti e dunque la musica acquistata online non potrebbe più essere copiata illimitatamente come è il caso di quella dei CD. Se vorremo fare un numero maggiore di copie rispetto a quello fissato dalle case discografiche, dovremo scaricare la musica un'altra volta da Internet e pagarla di nuovo.

### 5) Posso mettere a disposizione io stesso (upload) musica e film su una borsa di scambio?

Come spiegato rispondendo alla domanda 3, è illegale immettere su Internet musica e film senza il consenso degli autori o di chi ne detiene i diritti. Quindi, come consumatori agiamo illegalmente, se offriamo a chiunque su Internet la nostra musica o i nostri film a titolo gratuito con un'operazione di upload. **Ciò significa che possiamo solo scaricare (download) e che ci è proibito caricare (upload).**

Nella pratica è però complicato rispettare questa regola. Alcuni siti di scambio, infatti, sono strutturati in modo tale che mentre il nostro computer effettua un downlo-

ad, automaticamente compie un upload.

Per rimanere nell'ambito della legalità, possiamo proteggerci in due modi.

- ✓ Il primo: dopo il download, trasferiamo immediatamente il materiale in un'altra cartella sull'hard disk del nostro computer; spesso l'upload inizia durante il download, ma comunque ci muoviamo in una zona grigia, per ciò che concerne legalità e diritto.
- ✓ Il secondo: in pochi casi possiamo modificare l'impostazione del sito di scambio, facendo così in modo di non compiere a nostra volta un upload, che viene bloccato; questo non è però il senso con cui sono stati creati i siti di scambio, ma guardando a diritto e legalità saremmo in un territorio sicuro. E se è possibile modificare le impostazioni solo in pochi casi, è perché i programmatori dei siti di scambio le creano in modo tale da impedire consapevolmente di agire così.

Destreggiarsi tra download e upload per rispettare la legalità è molto complesso e ci sono numerosi casi di consumatori che inconsapevolmente caricano a loro volta musica e film su Internet. In caso di procedura legale o giudiziaria, potrebbero far valere il fatto che non hanno agito consape-

volmente e intenzionalmente.

**La situazione legale, tuttavia, è talmente poco chiara che la pratica dell'upload è assolutamente da evitare.**

In materia non ci sono ancora state sentenze che facciano giurisprudenza. Quando l'associazione mantello mondiale dell'industria dell'intrattenimento (IFPI) ha sporto denuncia per casi di upload, i consumatori che sono stati oggetto delle accuse hanno trovato con la stessa IFPI un accordo extra-giudiziale. Quindi, non si sa quanto i consumatori abbiano dovuto pagare.

Le cifre si possono, tuttavia, valutare in 3'000 franchi a persona. Sinora né l'IFPI né i consumatori denunciati hanno avuto interesse a portare i loro casi davanti a un tribunale. Ad ogni modo, vista la complessità e l'incertezza al riguardo della contemporaneità tra down- e upload, l'IFPI ha sporto denuncia solo nei confronti di quei consumatori che consapevolmente oppure per negligenza hanno immesso in Internet un grande numero di dati o file.

*In proposito, con la nuova legge sui diritti d'autore non dovrebbe cambiare nulla.*

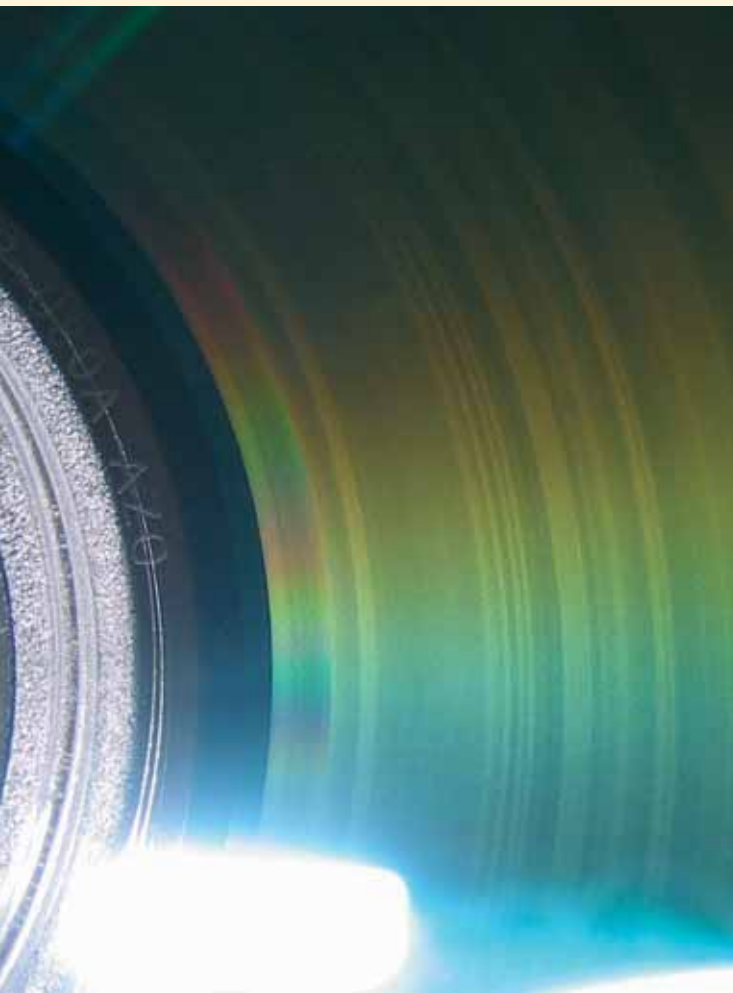
## Petizione online per un diritto d'autore dalla parte dei consumatori

Sottoscrivete la petizione online sul diritto d'autore. Questo l'appello lanciato dalle quattro organizzazioni consumeriste ACSI, FRC, kf e SKS. Sul sito [www.lieblingsmusig.ch](http://www.lieblingsmusig.ch) (in tedesco o francese), alcune sezioni giovanili di partiti politici pubblicano una petizione online in favore del diritto alla copia privata e contro le tasse sui lettori MP3 e sui telefonini con lettori MP3.

La legge sul diritto d'autore è attualmente in fase di revisione e gli interessi dell'industria discografica rischiano di passare in primo piano rispetto a quelli dei fruitori di musica. Ciò ha spinto i giovani socialisti, i giovani verdi e i giovani democristiani a lanciare una petizione che chiede il rispetto di 4 principi essenziali:

- ✓ deve essere garantito il diritto alla copia privata per uso personale;
- ✓ i files musicali in formato MP3 scaricati legalmente devono poter essere "letti" su tutti gli apparecchi;
- ✓ non deve essere prelevata alcuna tassa sui supporti di registrazione e sui lettori (lettori MP3, telefonini con lettore MP3);
- ✓ le licenze libere (per esempio LAL o GNU) devono essere rafforzate e ancorate nel diritto svizzero.

Fin dall'inizio dei lavori per la revisione della legge sul diritto d'autore le organizzazioni consumeriste hanno protestato contro la mancanza di equilibrio fra autori, produttori e consumatori. I nuovi modi di fruizione della musica non devono essere ostacolati dall'incompatibilità fra i diversi apparecchi, né da sistemi di sicurezza che impedirebbero il trasferimento di files musicali destinati all'uso personale. La petizione ha, dunque, l'obiettivo di fare pressione sulla commissione degli affari giuridici del Consiglio nazionale e sul Consiglio nazionale che sta esaminando il progetto di revisione della legge sul diritto d'autore.



# Mp3 e telefonini che riproducono musica

## 6) Posso caricare sul mio lettore mp3 o sul mio telefono cellulare musica che ho copiato da un CD o che ho scaricato in Internet da un sito a pagamento o da uno per lo scambio? Quali sono le difficoltà che potrebbero insorgere?

In seguito all'evoluzione tecnologica, possiamo ascoltare musica non solo con un lettore per CD o tramite il nostro computer, ma anche su nuovi tipi di riproduttori di suoni come gli mp3 e anche i telefoni cellulari.

Il libero trasferimento di musica è fondamentalmente facile e ammesso. La situazione è uguale a quella della copiatura di un CD, perché si tratta di utilizzo di musica in ambito privato. Nella maggior parte dei casi bastano un paio di click per trasferire i file musicali dal computer al lettore mp3.

Fonte di problemi sono i sistemi atti a bloccare la copiatura e i differenti formati. Questi rendono più difficoltoso trasferire musica. Se ad esempio avete acquisito della musica con il formato wma della Microsoft, non potete trasferirla a un iPod, il lettore mp3 della concorrente Apple. Quindi, bisogna trasformare il file musicale in un formato mp3 neutro. Ciò è possibile grazie a specifici programmi, che convertono i file musicali e spesso permettono pure di saltare i dispositivi anti-copia.

Su Internet si trovano tutta una serie di programmi che si possono scaricare e utilizzare gratuitamente (ad esempio sul sito [www.programmifree.com](http://www.programmifree.com)) e con questi siamo in grado di convertire un formato in un altro file musicali e video, compresi quelli in cui sono inseriti blocchi della copiatura. Questi ultimi spesso vengono convertiti in un formato mp3 liberamente utilizzabile.

A questo tipo di programmi appartengono anche quelli forniti dai fabbricanti di telefoni cellulari in grado di riprodurre musica: possiamo installarli sul nostro computer e poi, con pochi click, caricare pezzi musicali sul nostro hard disk o cellulare. Con questi software possiamo trasformare in un file mp3 anche musica di un CD in cui è inserito un dispositivo di blocco della copiatura, per poi trasferirlo su un lettore mp3 o sul telefono cellulare.

La musica trasformata in un formato mp3 trasferibile liberamente non viene caricata solo sul telefono cellulare, ma è anche archiviata sull'hard disk del nostro computer. Di conseguenza, possiamo fare delle copie a titolo privato – anche per utilizzarle in auto o regalarle a parenti – di CD per i quali era stato previsto dal produttore il blocco della copiatura. E questo anche se vi occorre un maggior numero di click rispetto a ciò che accade quando un CD non contiene dei blocchi.

*Programmi che convertono musica di un formato in un altro sono anche software che permettono di aggirare o saltare i dispositivi anti-copia, i quali dovrebbero essere proibiti. I programmi in questione in primo luogo esistono però affinché sia possibile l'interscambiabilità della musica tra gli apparecchi di differenti produttori e fabbricanti. Quindi, secondo i giuristi l'interscambiabilità deve essere salvaguardata e deve essere presa in considerazione prioritariamente rispetto alla proibizione di quei dispositivi che permettono di aggirare o saltare quelli atti a bloccare la copiatura. Sarebbero, dunque, ancora considerati leciti gli specifici software dei produttori di telefoni cellulari. Non è invece chiaro se ciò varrebbe anche per lo stesso tipo di software che si può scaricare gratuitamente da Internet.*

**Con tutta probabilità potremo continuare a convertire la nostra musica preferita, saltando nel contempo i sistemi di blocco della copiatura. Ciò è garantito se acquistiamo un telefono cellulare che riproduca anche la musica, e inoltre dovremo compiere più passi per trasferire i relativi file.**

## Vocabolario

### Download

Letteralmente: scaricare. In generale con questo termine si intende il trasferimento di dati da un computer a un altro (utilizzando per esempio il modem) o tra computer della stessa rete. Per download si intende anche la visualizzazione sul proprio computer di una pagina internet.

### Upload

Procedura per l'invio di file da un computer locale a uno remoto. Si effettua un upload ad esempio quando si pubblicano delle pagine web inviandole al server web che le ospita.

### DRM

DRM è un tipo di software sviluppato per assicurare una distribuzione sicura – e forse, ancora più importante, per disincentivare le distribuzioni illegali – di lavori coperti

dai diritti d'autore. La tecnologia DRM viene sviluppata come mezzo di protezione contro la pirateria informatica e lo scambio di materiale illegale che ha cominciato a proliferare con l'avvento dei programmi p2p.

### Peer to Peer (p2p)

Letteralmente: da pari a pari. Nel linguaggio corrente il termine Peer to Peer viene usato per descrivere le applicazioni con le quali gli utenti possono, attraverso Internet, scambiarsi direttamente files con altri utenti. In particolare, per quanto riguarda Internet, P2P è un tipo di network che permette a un gruppo di persone con lo stesso programma, di connettersi e accedere direttamente alle risorse condivise. Napster, Gnutella, Kazaa e altri sono esempi di tali software.

### iPod

Dispositivo di Apple per l'ascolto della musica acquistata e poi scaricata da Internet. Ne esistono vari modelli (originale, mini e shuffle) e di varie capacità di hard disk il più piccolo dei quali è di 1GB. Oggi

questo dispositivo consente di vedere filmati in formato MPEG.

### MPEG

Letteralmente: Motion Picture Experts Group. Comitato formato nel 1988 che stabilisce gli standard digitali per audio e video. Nel 1993 ha emesso lo standard MPEG-1 che regolava lo standard per la registrazione di file audio e video su CD. Nel 1994 è stato presentato lo standard MPEG-2, che regola la televisione digitale, terrestre e via satellite, adottato anche dai produttori di DVD. Nel 1998 è arrivato il MPEG-4, che presenta notevoli miglioramenti nelle tecniche di compressione.

### MP3

Letteralmente: MPEG Audio Layer III. Tecnologia per la compressione/decompressione di file audio, che consente di mantenere una perfetta fedeltà e qualità anche riducendo il file audio di ben 12 volte la lunghezza originale.

# Videoproiettori, il cinema in salotto



**Trasformare in una sala cinematografica il proprio salotto è possibile. A condizione di scegliere bene.**

**S**e volete vivere in casa le emozioni del grande schermo, l'idea di regalarvi un videoproiettore (beamer) vi ha sicuramente già sfiorato. D'altro canto, con tutte le marche e le tecnologie presenti sul mercato, i fan della settima arte hanno solo l'imbarazzo della scelta. È dunque indispensabile una buona conoscenza dei prodotti per scegliere il proiettore che meglio si adatta alle vostre necessità.

## Tipi di proiettori, luminosità, contrasto e risoluzione

Esistono molti tipi di videoproiettori: alcuni sono destinati alle presentazioni di prodotti, altri invece sono concepiti per l'home cinema. In questo test esamineremo i prodotti della seconda categoria.

La qualità dell'immagine proiettata dipende dalla luminosità, dal contrasto e dalla risoluzione. La luminosità si calcola in lumen ANSI. Per proiettare un film al buio bastano 1000 lumen, mentre se l'ambiente è rischiarato sono necessari almeno 700 lumen per metro quadrato. Bisogna inoltre tener presente che più l'immagine è grande e più la luminosità diventa importante: per uno schermo da 1,5 x 1 sono necessari almeno 1050 lumen.

Il tasso di contrasto indica la differenza

fra le zone scure e quelle chiare dell'immagine. Un livello di contrasto di 800:1 è il minimo accettabile. Più aumenta il contrasto e più l'immagine sembra naturale. Alcuni proiettori attuali offrono livelli di contrasto che possono arrivare a 10.000:1.

Le differenze di prezzo tra i videoproiettori dipendono in gran parte dalla loro risoluzione, cioè dal numero di linee che compongono l'immagine. Esistono tre categorie: la categoria 480 o 576 linee (che corrispondono al televisore e al DVD), quella da 720 linee dell'alta definizione (HD) e le 1080 linee del Full-HD.

## LCD, DLP, LCOS e Tritubes

Quando si acquista un beamer è importante conoscere le tecnologie che impiega. I sistemi utilizzati sono quattro: il primo è l'LCD, che è anche il meno costoso. La maggior parte dei proiettori di nuova generazione sono dotati di 3 LCD per un miglior controllo della qualità cromatica. Ne risulta una buona luminosità e dei colori a volte magnifici, ma i neri spesso mancano di profondità. Se l'immagine è molto grande, a volte compare il cosiddetto "effetto screendoor" che viene generato dallo spazio presente tra i pixel.

Il secondo sistema si chiama DLP: offre neri più profondi e non si manifesta l'effetto screendoor. Per contro, gli svantaggi sono una luminosità meno intensa, colori meno naturali e il cosiddetto "effetto arcobaleno". Un piccolo problema che appare se muoviamo rapidamente gli occhi: le parti più in contrasto dell'immagine si dividono in linee rosse, verdi e blu.

Il terzo sistema è il LCOS, un misto fra l'LCD e il DLP. Questa tecnologia offre un buon compromesso, ma il livello di contrasto è ancora un po' scarso.

La quarta tecnologia si basa invece sulla convergenza di tre tubi di colore, da cui il

## Immensi progressi

Per quanto riguarda la qualità delle immagini, abbiamo constatato dei notevoli progressi rispetto ai primi videoproiettori provati dai colleghi europei nel 2004. Tutti i modelli ottengono da "soddisfacente" a "buono" per la qualità della proiezione in una stanza buia, con i modelli soddisfacenti che peccano un po' per quanto riguarda il livello di contrasto. Due modelli ottengono addirittura un "molto buono": Sony VPL-VW50 e Optoma HD81.

Per contro, se accendiamo la luce, le cose cambiano parecchio. Solo un modello Panasonic riesce in qualche modo a trarsi d'impaccio grazie allo zoom meccanico. L'immagine risulta più piccola, ma perlomeno è chiara.

Diffidate degli annunci dei produttori sui livelli di luminosità (espressa in Lumen ANSI). Dato che non esiste uno standard unificato, ognuno sbandiera i valori che più gli fanno comodo.

Le prove di laboratorio mostrano delle differenze tra i valori di luminosità dichiarati e quelli effettivi. Naturalmente tutti i proiettori funzionano bene in una stanza buia, ma come ha potuto constatare la giuria, le prestazioni scendono parecchio alla luce del giorno.

## Tanto rumore per nulla

Purtroppo, tanti modelli restano più rumorosi di un televisore classico o persino di un proiettore da ufficio. Senza contare il soffio della ventola di raffreddamento, che in alcuni casi manda un getto d'aria calda fino a 1 metro di distanza. Per una buona ventilazione del proiettore è dunque necessario liberare dello spazio. Preferite i modelli con la ventola situata sul davanti, accanto alla lente, perlomeno nessuno si siede da quelle parti.

nome inglese tritubes. Le immagini sono eccellenti, ma prezzo, dimensione e manutenzione rendono questo proiettore poco attrattivo.

### Dimensioni dello schermo e distanza del proiettore

I due fattori che influiscono sulle dimensioni dello schermo e sulla distanza di proiezione sono il campo visivo e la risoluzione dell'immagine. A una maggior ampiezza del campo visivo corrisponde una miglior percezione dell'immagine. Nell'installazione ideale, gli spettatori dovrebbero sedersi a una distanza pari al doppio della larghezza dello schermo. Questo però non tiene conto della risoluzione: in effetti, se ci troviamo troppo vicini allo schermo, l'occhio umano comincia a notare i piccoli difetti della proiezione. Se osserviamo da una distanza di tre metri un'immagine di 90 cm di apertura diagonale, i vantaggi di una risoluzione da 720 linee si fanno già sentire e dunque l'alta definizione

è praticamente diventata indispensabile nell'home cinema.

Per quanto riguarda la proiezione, non è indispensabile lo schermo: una parete bianca si presta altrettanto bene. Lo schermo offre il vantaggio di correggere la riflessione della luce, poiché è studiato per migliorare il cosiddetto "fattore di guadagno".

### L'installazione

Se non siete tra quei fortunati che possono dedicare un'intera stanza all'home cinema, probabilmente vi toccherà spostare regolarmente il proiettore. Assicuratevi che possa venir installato su qualsiasi supporto: tavolo, mensole, soffitto, eccetera. La maggior parte dei proiettori permette di zoomare, regolare la lente e correggere le deformazioni dell'immagine, ma attenzione al deterioramento della qualità di proiezione.

### La connessione

Un videoproiettore può essere collega-

to in vari modi a una fonte: HDMI, firewire, RGB, S-Video e cavi compositi. Questi ultimi sono da evitare. Il cavo S-Video permette il trasferimento d'immagini a una risoluzione di 480-576 linee, ma c'è una perdita di qualità. L'RGB è perfetto per la connessione a un computer e il firewire per connettere una videocamera. Per l'alta definizione e la full-HD è necessaria una connessione HDMI. La digitalizzazione completa fa in modo che non vi sia alcuna perdita di dati durante il trasferimento. Inoltre il proiettore si imposta automaticamente sulla miglior risoluzione.

### La regolazione

Per fare in modo che le immagini siano il più naturale possibile, è necessario calibrare il proiettore, regolando la luminosità, il contrasto e i colori. Purtroppo le procedure possono rivelarsi piuttosto complicate, se siete poco pratici: meglio rivolgersi a un professionista.

TRADUZIONE TF



Prima di un acquisto chiedi i test all'acsi

	PREZZO INDICATIVO	PREZZO DELLA LAMPADA DI RICAMBIO	GIUDIZIO GLOBALE	QUALITÀ DELL'IMMAGINE (62,5%)				
				VALUTAZIONE DELLA GIURIA				
				Alta definizione	Modalità TV	DVD	Immagini al computer (foto)	Utilizzo di giorno
<b>MITSUBISHI</b> HC5000	6100.-	643.-*	● / +	●	●	+	+	▲
<b>PANASONIC</b> PT-AE1000U <sup>1</sup>	7021.-	590.-	● / +	●	●	●	+	▲
<b>SONY</b> VPL-VW50	8020.-	798.-	● / +	+	+	+	+	▲
<b>PANASONIC</b> PT-AX-100E	2499.-	590.-	●	●	●	●	●	●
<b>OPTOMA TECHNOLOGY</b> HD81	8719.-*	687.-*	●	+	+	+	+	▲
<b>SONY</b> VPL-HS60	3007.-	629.-	●	●	●	●	●	▲
<b>SANYO</b> PLV-Z5	2499.-	499.-	●	●	●	●	●	▲
<b>MITSUBISHI</b> HD1000	2520.-	628.-*	●	●	●	●	●	▲
<b>MITSUBISHI</b> HC1100	2430.-	628.-*	●	●	●	●	●	▲
<b>OPTOMA TECHNOLOGY</b> HD70	1369.-*	363.-*	●	●	●	●	●	▲
<b>HITACHI</b> PJ-TX300	2349.-	399.-	● / ●	●	●	●	●	▲
<b>INFOCUS</b> IN76	1999.-	477.-	● / ●	●	●	●	●	▲
<b>BENQ</b> PE7700	2299.-	680.-	● / ●	●	●	●	●	▲
<b>EPSON</b> EMP-TW 700	2399.-	549.-	● / ●	●	●	●	●	▲
<b>ACER</b> PH530	1463.-	610.-	● / ●	●	●	●	●	▲
<b>LG</b> AN110B	2999.-	654.-	● / ●	●	●	●	●	▲

1) Modello equivalente in Svizzera PT-AE1000E

\* in vendita solo su Internet. Prezzi in euro convertiti in franchi svizzeri (tasso di cambio 1,60)

# La scelta migliore



## Il migliore della prova

Il modello Mitsubishi HC5000 si posiziona nella fascia alta della gamma con un prezzo di listino di 6'100 franchi.



## Al centro della gamma

Con un prezzo di listino di 2'499 franchi, Panasonic Pt AX100E offre un ottimo rapporto qualità-prezzo.

Misure di laboratorio	FACILITÀ NELL'USO (7,5%)	RUMORE (15%)	CONSUMO ELETRICO (5%)	CALORE, VENTILAZIONE (2,5%)	POLIVALENZA (7,5%)
●	●	+	●	●	+
●	●	+	+	●	+
●	●	+	●	●	+
●	●	+	+	▲	+
●	●	▲	●	▲	+
●	●	+	●	●	+
●	●	+	+	●	+
●	●	●	●	●	●
●	●	●	●	●	●
●	●	●	●	▲	●
●	●	●	●	●	+
●	●	●	●	●	●
●	●	●	●	▲	●
●	●	●	●	▲	+
●	●	●	●	●	●
●	●	●	●	●	●

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

## Consigli ACSI

La parte più sensibile di un videoproiettore è la lampada. In media, ha una durata di circa 2000 ore. Ma se si considerano i tempi di raffreddamento, dopo aver spento l'apparecchio, la durata reale è ben inferiore. D'altro canto, la maggior parte delle garanzie offerte dai produttori non supera le 300 ore oppure i 3 mesi. LG è l'unico a dare una garanzia per 3000 ore, mentre Sony non ne offre nessuna. Alcuni produttori, come Hitachi, includono nella confezione una lampada di scorta. Una soluzione che ha indubbi vantaggi, considerando che il prezzo di queste lampade varia dai 300 ai 600 franchi.

Per prolungare la durata delle lampade vi sono alcuni accorgimenti da seguire:

- ✓ utilizzate sempre la modalità "economy", se è disponibile;
- ✓ fate in modo che la presa di ventilazione non sia mai ostruita;
- ✓ non sistemate mai il proiettore in una cassa troppo piccola;
- ✓ pulite regolarmente il filtro e non accendete o spegnete il proiettore senza motivo, soprattutto se la lampada è in fase di riscaldamento o di raffreddamento;
- ✓ evitate infine di spostare il proiettore quand'è ancora caldo.

## Prudenza

Anche se alcune marche sono in vendita nei negozi svizzeri, a volte può rivelarsi un problema trovare la lampada di ricambio (vedi tabella). Meglio dunque informarsi al momento dell'acquisto, tenendo presente che se è vero che tutte le lampade sono disponibili su Internet, è anche vero che i tempi di consegna possono a volte rivelarsi scoraggianti.

## Come si è svolto il test

La qualità della proiezione è stata valutata da una giuria composta da cinque persone, con immagini provenienti da diverse fonti: film ad alta definizione, DVD, televisore e computer. Con le misurazioni di laboratorio è stato verificato il livello di luminosità dichiarato dai produttori.

La facilità d'impiego è stata valutata sul telecomando, sui menu e sull'utilizzo vero e proprio dell'apparecchio (cambio della lampada, eccetera). Il rumore della ventola è stato misurato in entrambe le modalità di utilizzo del proiettore, cioè in modo normale e in modo "economy".

Il consumo di energia è stato misurato in stand-by, in modo normale e in modo "economy".

# JaMaDu la scimmietta più furba che bella...

**J**aMaDu è il nome della scimmietta che figura sulla nuova linea di prodotti per bambini della Coop. Vi sono alimenti, ma anche menu al ristorante, giochi, concerti e persino una newsletter. Il fine è buono: contrapporsi agli squilibri alimentari e alla tendenza al sovrappeso dei bambini dei giorni nostri. Vi è tuttavia da chiedersi se per raggiungere questo scopo sia necessario creare delle linee di produzione speciali e accattivanti per i bambini. La scimmietta JaMaDu attira di certo l'attenzione dei bimbi (e del genitore che fa la spesa) ma cosa dà di più sotto il profilo alimentare? Nella maggior parte dei casi, nulla.

Quello che ne risente di più è il borsellino. Infatti, se taluni prodotti JaMaDU hanno un prezzo uguale a quello del prodotto nella tradizionale confezione, altri hanno prezzi molto più alti!

Gli aspetti positivi riscontrabili (le bevande non sono zuccherate, i succhi di frutta sono 100% di frutta e gli alimenti proposti sono effettivamente quelli meno presenti nell'alimentazione dei bambini) sono soppiantati da quelli negativi: il marketing ammalia i bambini e ci fa credere che questi prodotti sono indispensabili e i prezzi sono sovente troppo alti!



**TROPPO CARO**

**Latte della merenda bio**  
Latte intero UHT  
(2,5 dl)  
**30 ct/dl**

Prodotto tradizionale  
**17 ct/dl**



**TROPPO CARO**

**Succo d'arancia e ananas**  
(2 dl)  
**36 ct/dl**

Prodotto tradizionale  
**da 13 a 31 ct/dl**



**TROPPO CARO**

**Stick di frutta fresca / Ananas**  
(100g)  
**2,50 fr./100g**

Prodotto tradizionale  
**40 ct/100 g**



**TROPPO CARO**

**Cetrioli / Carote a bastoncini**  
(70g)  
**2 fr./100g**

Prodotto Prix Garantie (famiglia)  
**15 ct/100 g**

Fonte: JAM, giugno 07

## Seggiolino auto per bimbi: come sceglierlo?

**P**er l'edizione 2007 del test sui seggiolini auto per bambini, il TCS ha esaminato 28 marche e per la prima volta (in quasi 40 anni di test su questi apparecchi) un seggiolino ha ottenuto il voto massimo. Ciò dimostra che in questi anni il grado di sicurezza dei seggiolini auto per bambini ha avuto un'evoluzione positiva.

15 seggiolini auto hanno ottenuto la menzione «molto consigliato»; 8 sono stati valutati con «consigliato», 4 sono «consigliati con riserva» o «non consigliati».

Un crescente numero di seggiolini auto (8 nel test) è munito del sistema di fissaggio Isofix che facilita notevolmente la manipolazione e riduce il rischio di procedere a una sistemazione scorretta. Questo l'ha dimostrato soprattutto il Maxi Cosi Cabriofix con Easyfix, che ha ottenuto il punteggio massimo, 5 stelle. Ma anche senza il fissaggio di norma nei veicoli, si possono raggiungere buoni risultati.

L'hanno dimostrato 9 seggiolini, che vengono fissati con la cintura di sicurezza del veicolo e hanno raggiunto 4 stelle. Da sottolineare anche che i modelli che possono essere usati per varie categorie di peso, o dove si può togliere lo schienale, presentano nel complesso un numero maggiore di lacune in termini di sicurezza e di manipolazione rispetto ai seggiolini concepiti per una sola categoria di peso.

Ecco i risultati ottenuti dai 28 seggiolini sottoposti al test (tra parentesi il peso del bambino):

✓ **eccellente**: Maxi Cosi Cabriofix con Easyfix (fino a 13 kg)

✓ **molto consigliato**: Bébé Confort Creatifix, Chicco Synthesis Plus, Concord Ion, HTS BeSafe iZi Sleep, Maxi Cosi Citi SPS, Recaro Young Profi Plus Isofix (tutti fino a 13 kg), Chicco Key1 Isofix, HTS BeSafe iZi Comfort X1 Isofix, Kiddy Infinity Pro, Maxi Cosi Priorifix, Römer Duo Plus Isofix

(9 a 18 kg), Concord Lift Evo PT, Maxi Cosi Rodi XR, Römer Kidfix, Römer Kid Plus (15 a 36 kg)

✓ **consigliato**: Nania Driver SP (fino a 18 kg), Chicco Key1 X-Plus, Concord Trimax, HTS BeSafe iZi Comfort X1, Maxi Cosi Tobi, Recaro Young Expert Plus con Basis (9 a 18 kg), Storchenmühle Starlight SP (9 a 36 kg), Cybex Solution S (15 a 36 kg)

✓ **consigliato con riserva**: Jané Matrix Cup (fino a 13 kg), Recaro Start (9 a 36 kg)

✓ **non consigliato**: Nania Newfix SP (9 a 36 kg)

In conclusione va detto che esistono sempre grandi differenze tra i seggiolini auto ma che in tutte le categorie di peso sono offerti diversi buoni seggiolini auto.

La pubblicazione (gratuita) è disponibile al Centro TCS a Rivera, in tutti gli uffici del TCS e presso l'Upi a Berna.

# Uniti contro l'effetto serra

## Firmate l'iniziativa "per un clima sano"



Tutti noi siamo ormai consapevoli del fatto che il cambiamento climatico rappresenti una delle maggiori sfide a livello mondiale. La Confederazione e i Cantoni si stanno dando da fare, ma i provvedimenti per un'efficace riduzione dei gas serra in Svizzera non sono incisivi. Ci vogliono sforzi maggiori. Ecco perché il WWF - insieme a Verdi, PS Svizzero, Fondazione svizzera per l'energia, Greenpeace e ATA (Associazione traffico e ambiente) - ha deciso di lanciare l'iniziativa popolare federale "per un clima sano".

L'obiettivo dell'iniziativa è ancorare nella Costituzione svizzera il principio di un'azione politica volta a ridurre, entro il 2020, del 30% le emissioni di gas serra rispetto ai livelli del 1990. La meta è raggiungibile: bastano un uso più efficiente e razionale dell'energia, il risparmio e l'incentivazione delle energie rinnovabili (solare, eolica, geotermica e legno).

L'ACSI, che da sempre si preoccupa dello stato dell'ambiente e dell'aria che respiriamo, sostiene l'iniziativa e invita a firmare e far firmare la richiesta tramite il formulario che trovate nella pagina che segue. Affinché l'iniziativa abbia successo occorrono 100'000 firme valide.

Le liste, anche se incomplete, devono essere inviate con tempestività al Comitato d'iniziativa: Iniziativa Clima, Casella Postale 362, 3052 Zollikofen. Altre liste possono essere scaricate direttamente dal sito [www.acsi.ch](http://www.acsi.ch) o richieste all'ACSI, casella postale 165, 6932 Breganzona, tel. 091 922 97 55, fax 091 922 04 71, [acsi@acsi.ch](mailto:acsi@acsi.ch)

**P**erché si chiede una riduzione del 30% delle emissioni dei gas a effetto serra entro il 2020? Attraverso complessi modelli matematici si è stabilito che solo una riduzione del 30% delle loro emissioni consentirebbe ai paesi industrializzati di mantenere il riscaldamento terrestre medio sotto i 2°C. Anche l'UE si è prefissa il medesimo obiettivo.

Se non riusciremo a contenere l'aumento del riscaldamento terrestre entro la percentuale indicata, le conseguenze saranno drammatiche.

Gli svizzeri sono inoltre doppiamente interessati da questa questione: nello spazio alpino, infatti, le temperature dovrebbero aumentare del doppio rispetto alla media mondiale. E d'altra parte il contributo della

Svizzera alle emissioni globali di CO<sub>2</sub> è nettamente superiore alla media: il nostro paese ha il sesto più alto tasso di emissioni di CO<sub>2</sub> pro capite di tutti gli stati OCSE.

**Vivere nel rispetto del clima è possibile e ognuno di noi può fare qualcosa senza rinunciare ai confort a cui siamo abituati e, anzi, risparmiando denaro.**

Ecco qualche esempio:

✓ Acquistate apparecchi e auto efficienti (vedi [www.topten.ch](http://www.topten.ch)). Optando per un'auto efficiente potete risparmiare, nell'ambito di una determinata classe, circa il 30% di carburante. Tra le auto più consigliabili vi sono i veicoli ibridi. La cosa migliore, ovviamente, è rinunciare il più possibile

all'auto privata e preferire il mezzo pubblico.

- ✓ Scegliere lampadine a risparmio energetico della classe energetica A, consumano un quinto e durano 10 volte di più rispetto alle lampadine convenzionali.
- ✓ Se siete proprietari: adattate la vostra casa ai più recenti standard energetici. Investite i vostri soldi in modo sostenibile.
- ✓ Acquistate corrente elettrica ecologica, ad esempio quella a marchio energetico "nature-made star".
- ✓ Acquistate, nella misura del possibile, alimenti bio di stagione e della regione. La tutela del clima inizia dalle nostre anche piccole scelte!

Pubblicata nel Foglio federale il 29.5.2007

# Iniziativa Clima

**Iniziativa popolare federale «per un clima sano»**

I cittadini e le cittadine svizzeri sottoscritti aventi diritto di voto chiedono, in virtù degli articoli 34, 136, 139 e 194 della Costituzione federale e conformemente alla legge federale del 17 dicembre 1976 sui diritti politici (art. 68segg.)

che la Costituzione federale del 18 aprile 1999 è modificata come segue:

**Art. 89a (nuovo) Protezione del clima**

**1. La Confederazione e i Cantoni conducono un'efficace politica climatica. Provvedono affinché la quantità delle emissioni antropogeniche di gas a effetto serra a livello nazionale si riduca entro il 2020 almeno del 30 per cento rispetto al 1990. La Confederazione fissa obiettivi intermedi.**

**2. La legislazione esecutiva si fonda sull'articolo 89 capoversi 2-4; si concentra sull'efficienza energetica e sulle nuove energie rinnovabili.**

Cantone:		NPA:	Comune politico:		
Nr.	Cognome/nome (di proprio pugno e possibilmente in stampatello)	Data di nascita (giorno/mese/anno)	Indirizzo (via e numero)	Firma autografa	Controllo (lasciare in bianco)
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					

**Compilare (anche solo parzialmente) e inviare subito a Iniziativa Clima, casella postale 362, 3052 Zollikofen**

Sulla presente lista possono firmare solo aventi diritto di voto domiciliati nel Comune indicato. Chi appoggia la domanda deve firmarla personalmente. Chiunque nell'ambito di una raccolta delle firme si rende colpevole di corruzione attiva o passiva oppure altera il risultato della raccolta delle firme è punibile secondo l'articolo 281 e rispettivamente 282 del Codice penale.

Il comitato d'iniziativa, composto dei seguenti promotori, è autorizzato a ritirare incondizionatamente la presente iniziativa con decisione presa dalla maggioranza assoluta dei suoi membri aventi ancora diritto di voto:

**Ruedi Aeschbacher, Etzelstrasse 1, 8624 Grüt, presidente Partito evangelico svizzero; Monika Bloch Süss, Bruneggweg 4, 8002 Zurigo, presidente Partito cristiano-sociale PCS; Cécile Bühlmann, Guggstrasse 17, 6005 Lucerna, presidente del consiglio di fondazione di Greenpeace; Isabelle Chevalley, rte du Marchairuz, 1188 St-George, presidente di Ecologie libérale; Eugen David, Höhenweg 74, 9000 San Gallo, consigliere agli Stati PPD SG; Ulrich Doepper, ch. des Allinges 4, 1006 Losanna, vicepresidente ATA; Hans-Jürg Fehr, Pilatusstrasse 60, 8203 Sciaffusa, presidente Partito socialista svizzero; Hans-Peter Fricker, Turnerstrasse 18, 8006 Zurigo, direttore WWF Svizzera; Ruth Genner, Haumesserstrasse 16, 8038 Zurigo, presidente nazionale de I Verdi; Peter Hasler, Böschacherstrasse 51, 8624 Grüt, membro del consiglio di fondazione WWF Svizzera; Hansjörg Hassler, Cultira, 7433 Donath, consigliere nazionale UDC GR; Ueli Leuenberger, rue de Lausanne 95, 1202 Ginevra, vicepresidente nazionale de I Verdi; Geri Müller, Obere Gasse 25, 5401 Baden, presidente del consiglio di fondazione di FSE; Kaspar Schuler, Sägereistrasse 6, 7208 Malans, direttore Greenpeace; Prof. Christoph Stückelberger, Allenmoosstrasse 66, 8057 Zurigo, professore d'etica; Ursula Wyss, Rabbentalstrasse 83, 3013 Berna, presidente del Gruppo socialista alle Camere federali.**

Altre liste possono essere scaricate all'indirizzo [wwf.ch/iniziativaclima](http://wwf.ch/iniziativaclima).

**All'autenticazione delle firme provvederà il comitato dell'iniziativa!**

Termine per la raccolta delle firme: 29.11.2008

Si attesta che i \_\_\_\_ (numero) firmatari menzionati dell'iniziativa popolare hanno diritto di voto in materia federale ed esercitano i diritti politici nel Comune menzionato.

Luogo: .....

Data: .....

Il funzionario attestatore (firma autografa e qualità ufficiale):

.....

Bollo ufficiale:



# Chi ha paura della **class action**? Consumatori con un vero potere

**Politicamente, la possibilità per le associazioni di consumatori di rappresentare terzi in giudizio è temuta come la nascita di un contropotere pericoloso.**

Consumatori non si rendono ancora sufficientemente conto che hanno un potere. Non tanto il potere d'acquisto: acquistare o non acquistare un prodotto ridotto alla sola valutazione del prezzo. Piuttosto il potere "politico" o di scelta consapevole: rifiutare o boicottare un prodotto o un venditore per motivi che vanno oltre il prezzo; contestare o opporsi a metodi, sistemi, trucchi ingannevoli di vendita; preferire venditori, gamma e provenienza di prodotti, metodi di produzione che tengono conto dei diritti fondamentali dell'uomo, della protezione dell'ambiente, della salute. O persino di una logica diversa da quella economica imposta (le fragole che hanno fatto 1'000 chilometri o gli asparagi addirittura 6'000 saranno sempre un'assurdità, nonostante si presentino come un progresso economico).

Possono essere due i modi per riscattare questo potere del consumatore. Primo, l'opera intensa e continua di informazione e di pressione delle associazioni delle consumatrici e dei consumatori o di altre associazioni e gruppi particolari. Secondo, la possibilità di condurre un'azione comune in sede giudiziaria.

## Le associazioni di consumatori

La prima sta producendo qualche effetto. Non ci si può più comportare come se il consumatore fosse uno smidollato. Il Comitato internazionale d'impresa a succursale (una definizione vecchiotta che in realtà designa un forum di dirigenti di 190 imprese della grande distribuzione alimentare mondiale, tra cui Carrefour, Migros, Coop, Tesco, Metro, Auchan, Wal-Mart ecc. e i loro principali fornitori in 150 paesi) lanciano un "Programma mondiale per la conformità sociale" (Global social compliance programme) che dovrebbe far rispettare alcuni principi fondamentali in materia di diritti sociali e diritti umani. Alcuni grandi distributori hanno a loro volta lanciato una strategia "per rendersi responsabili", come ad esempio: diminuire del 5% il volume degli imballaggi, utilizza-

re nella misura massima del possibile energie rinnovabili, riciclare la totalità dei rifiuti, proporre ai clienti una gamma di prodotti "durevoli" provenienti dall'agricoltura biologica o dal commercio equo. Sono innegabilmente alcuni tentativi per riacquistare la fiducia dei consumatori, divenuti sempre più diffidenti e critici. Ed è un effetto positivo. Siamo però anche di fronte a una strategia che non può più ignorare una domanda crescente, che dal 2002 è raddoppiata: quella dei prodotti dell'agricoltura biologica, del commercio equo, quella fondata su concetti "ecologici" e che è ormai sia quotata in Borsa (v. Body Shop, Natura) sia contesa dai fornitori della grande distribuzione (v. Aveda da Estée Lauder, Ben & Jerry's da Unilever, Madre Terra da Schweppes, Stonyfield da Danone, Body Shop da L'Oréal ecc.). Purché non sia un'abile fagocitazione che annienti quel poco di buono che maturava sotto la spinta dei consumatori responsabili.

## La class action, possibilità di adire in giudizio

La possibilità di condurre un'azione di diritto fa del consumatore un vero protagonista. Supponiamo che un consumatore voglia agire contro fatturazioni bancarie ritenute eccessive, contro offerte telefoniche ingannevoli, contro pericolosi sistemi di fedeltà dei supermercati. Accedere individualmente alla giustizia, avviando un procedimento in cui si può anche perdere, appare subito sproporzionato sia per l'impegno richiesto sia per la somma in gioco. Nessuno o pochi si muovono. Il sistema delle "class actions" (termine americano) o "azioni di gruppo" permetterebbe di far fronte comune a questi inconvenienti, rovesciando la procedura. Oggi ogni persona lesa deve agire individualmente. Con le azioni di gruppo più persone lese per lo stesso motivo potrebbero accedere assieme alla giustizia.

I giuristi dicono: nessuno può intentare causa per procura. La "class action" permette l'eccezione: l'organizzazione (supponiamo l'Acsi) può agire per conto dei suoi membri e anche per altre persone lese che non si sono manifestate. Avremmo una effettiva possibilità di intervento, una ripartizione dei costi dell'indagine, una più facile raccolta delle prove. Alla fine, tutti



approfittano del giudizio e incassano parte del risarcimento versato. Hanno sinora adottato questa procedura gli Stati Uniti (dal 1960), il Canada, l'Olanda, il Portogallo, l'Inghilterra, la Spagna, la Svezia. Ne stanno discutendo l'Italia, la Francia, la Finlandia, la Germania. E anche la Svizzera, con un messaggio del Consiglio federale che è però tendenzialmente negativo. Teme che si finisca come negli Stati Uniti (grande interesse degli avvocati a creare "class action", remunerati poi percentualmente al risarcimento ottenuto); che ci potrebbero essere richieste penalizzanti per imprese, ambienti economici, enti pubblici (ciò che gli americani chiamano "blackmail" o ricatto legale); che sorgerebbero problemi nella ripartizione dei risarcimenti.

La vera preoccupazione è che le organizzazioni dei consumatori sostengono questo tipo di "azione" e vi si intravede, politicamente, la nascita di un contropotere pericoloso del consumatore. Eppure, più ragionevolmente, l'introduzione di azioni collettive limitate e secondo modalità precise migliorerebbe sia l'accesso alla giustizia sia la democrazia economica, senza per questo minacciare la sopravvivenza di imprese, società o gruppi. Insomma, un po' più di Davide (consumatore) di fronte al Golia (potere economico) non sarebbe un male: rassicurerebbe il primo dandogli gli strumenti per manifestare la sua responsabilità; renderebbe più guardingo e meno sfrontato il secondo.

# La calligrafa che strappava le spazzole

**E**ra stanco di stare incollato al monitor del notebook. Voleva emozioni diverse. Con un filo di esitazione prese il catalogo della migros, quello della biancheria. Non vi erano le lenzuola e neppure gli asciugamani di ottima spugna. Non era più la migros di una volta, tutta casa, azione e cioccolata frey. C'era la biancheria sexy negli scaffali, e non solo lì. E la possibilità di combinare via mail.

Aveva fatto la sua discreta comparsa un catalogo da ritirare in ogni filiale: biancheria presentata da single svizzeri. Lui aprì il catalogo, lo sfogliò e si fermò alla indossatrice migros numero 3'866'789. Non fu il pigiama corto e rosa a inebriarlo, fu quell'indicazione di professione: calligrafa. Sedurre una calligrafa, questo era vivere. Aprì la posta elettronica, andò su crea messaggio, digitò l'indirizzo di posta elettronica @migrosmodels.ch.

L'idea che una calligrafa rispondesse con un banale arial era inebriante. E lei replicò. Le mail viaggiarono sempre più veloci. Mise il meglio in quelle mail, le raccontò della cura che aveva a scegliere i boxer, di come fosse stato galvanizzato da quel pigiama da 25 franchi, con il quadratino sul calzoncino corto e i bordi esterni come se fossero ricamati. Certo, il piedone infilato nell'infradito non era propriamente galvanizzante, ma i capelli fluenti ad accompagnare il collo compensavano ampiamente.

Si scrissero mail sempre più lunghe, traboccanti di passione. Lui capì che era stato il prescelto. Finché osò: mandami un biglietto scritto a mano, con il bell'indirizzo, i bei tondi, gli svolazzi e il profumo di inchostro. Lei lo fece. Poi tutto si srotolò co-

me è fin troppo facile immaginare in queste circostanze. Fissarono un incontro.

Lui si indebitò alla money bank e si presentò all'appuntamento con l'auto nuova: per impressionare la calligrafa, si comprò una mercedes my first star, in versione A 150 Classic color nero notte e il pacchetto sedili confort. Avrebbe potuto avere pure i cerchi in lega, ma pensò che era meglio investire sulla pelle. Lei salì, lui avviò e liberò i cavalli del motore. Ma per poco. Cercò un posto buio come il catrame. Fu facile, con tutto l'asfalto che aveva ricoperto i prati e sostituito alberi per piazzarci autosili. Subito ne trovò uno vuoto. Posteggiò e il primo istinto fu di mirare allo slip, ma si dovette trattenere. Lei si alzò di scatto, aprì la portiera, mirò i tergicristalli della nuova classe A e li strappò: li collezionava. Solo a quel punto si concedette estasiata da tanta morbida gomma. Ci ameremo per i prossimi quattro miliardi di anni, gli sussurrò mentre sentiva lo spermatozoo posarsi dolcemente sull'ovulo, dolce quasi fosse una pallina di gelato alla fragola. Quasi lo stesso colore del pigiamino. "Ci ameremo per sempre, cresceremo i nostri figli, comperemo i pannolini alla migros e le pappe alla coop. Per me e per te. Per l'unico pianeta che abbiamo." Questo lei gli sussurrò, mentre lui pensava preoccupato alla fattura del carrozziere per i 29'000 franchi di tergicristalli strappati.

GIUSEPPE VALLI  
bds@acsi.ch

Liberamente ispirato dalle campagne pubblicitarie Money Bank, Migros, Mercedes-Benz e Coop



## Corpus Domini e mandala

**C**he il rito domenicale della famiglia si sia trasferito dalla chiesa al centro commerciale lo sappiamo da tempo ma che si usi il simbolo dell'ostia consacrata per ricordare che il Corpus Domini è la festa da santificare al FoxTown facendo acquisti ci sembra un po' esagerato.

"Corpus Domini, dai corpo alla tua voglia di shopping" dice la pubblicità, giocando in maniera, diciamo spudorata, anche sul nome stesso della festa, una delle più antiche della comunità cattolica, sebbene pochi ne sappiano il significato. Si festeggiava con processioni durante le quali le bambine vestite di bianco spargevano petali di rosa sulla strada. Sfumati ricordi d'infanzia. Il tempio dei giorni nostri è ormai il supermercato. Anche i pacifici buddisti, pochi giorni fa, confezionavano con pazienza suggestivi mandala alla Manor.



# Quali scelte contano davvero per l'ambiente?

## Mobilità privata

Lo studio

"Consumo: quali sono le decisioni che contano veramente per l'ambiente?" è stato pubblicato da Ufficio federale dell'ambiente: [www.umwelt-schweiz.ch](http://www.umwelt-schweiz.ch)  
Il testo integrale è disponibile solo in tedesco e francese.

L'indirizzo cui rivolgere domande:  
✓ Marie-Amélie Ardiot, sezione Rifiuti urbani e edili, divisione Rifiuti e materie prime, UFAM  
tel. 031 323 03 57

✓ Anna Wälty, sezione Beni di consumo ed ecobilanci, divisione Rifiuti e materie prime, UFAM  
tel. 031 323 13 17

Per un chilometro percorso, sulle tratte europee l'aereo è il mezzo di trasporto con il maggior impatto ambientale, seguito dall'automobile fuoristrada, dall'automobile da turismo (occupata da una sola persona) e dall'aereo sui voli a medio e lungo raggio. Dal punto di vista del numero di chilometri percorsi ogni anno per abitante, in Svizzera è l'automobile a inquinare di più (dal 55 al 70% dell'impatto totale della mobilità privata).

Tra le decisioni legate alla mobilità sono quindi soprattutto quelle riguardanti la distanza e la frequenza degli spostamenti a esercitare un forte influsso sul bilancio ecologico personale, seguite dalla scelta del mezzo di trasporto (vedi tabella sotto). La meta delle vacanze è quindi decisiva: può infatti modificare il bilancio individuale totale di oltre il 20%.

Trascorrere le vacanze in Svizzera invece che a Chicago migliora il bilancio ecologico personale di un quarto. Nell'elenco delle decisioni importanti per l'ambiente segue la scelta del tipo di veicolo (consumo, tecnologia del motore). Anche il tasso di occupazione, in particolare quello delle automobili, può incidere sensibilmente sull'impatto ambientale. Il bilancio di una persona che si reca a Parigi in un'automobile occupata da altre tre persone si avvicina al bilancio personale di chi viaggia in treno. Andare a Parigi da soli con la propria automobile equivale invece quasi a prendere l'aereo. L'aereo è il mezzo più inquinante, però è quello meno caro.

Decisioni e fattori-chiave del settore di consumo "mobilità privata"	Influsso sull'impatto ambientale totale esercitato annualmente da una persona*
<b>Produzione</b> Pianificazione e costruzione <ul style="list-style-type: none"> <li>• Infrastruttura e pianificazione del territorio (ferrovie, strade, aeroporti, ecc.)</li> <li>• Veicolo (consumo, peso, aerodinamica, tecnologia del motore, bilancio acustico, ecc.)</li> </ul>	+++ +++
<b>Acquisizione</b> Acquisto, noleggio e condivisione del mezzo di trasporto <ul style="list-style-type: none"> <li>• Scelta del mezzo di trasporto (aereo, treno, automobile, bus, bicicletta, a piedi, ecc.)</li> <li>• Scelta del tipo di veicolo (veicolo a basso consumo, pesante, leggero, tecnologia del motore, ecc.)</li> </ul>	++ ++++ +++
<b>Utilizzo</b> Abitudini quotidiane dell'utilizzatore <ul style="list-style-type: none"> <li>• Distanza e frequenza</li> <li>- luogo di residenza</li> <li>- meta delle vacanze</li> <li>• Tasso d'occupazione del veicolo</li> <li>• Comportamento del conducente (eco-drive)</li> </ul>	+++++ +++++ +++++ ++ +
<b>Smaltimento</b> Smaltimento a fine vita <ul style="list-style-type: none"> <li>• Smaltimento (deposito in discarica, incenerimento, smontaggio, riciclaggio)</li> </ul>	+
*) +++++ > +/- 20% ++++ [+/- 10% a 20%] +++ [+/- 4% a 10%] ++ [+/- 2% a 4%] + [+/- 0,5% a 2%] < +/- 0,5%	

## ATA, inutile potenziare la rete stradale

L'Associazione Traffico Ambiente trova interessanti i risultati del microcensimento 2005 sul comportamento nel traffico. Tra il 2000 e il 2005 le distanze percorse complessivamente e quelle percorse in automobile sono rimaste per la prima volta costanti, mentre sono aumentate le distanze percorse in treno. Non è dunque necessario potenziare ulteriormente la rete stradale. Per ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub> e proteggere il clima, l'ATA chiede invece che siano potenziati i trasporti pubblici e accelerata la politica di trasferimento del traffico delle merci dalla strada alla ferrovia. L'ATA chiede che ora sia realizzata rapidamente la seconda tappa di Ferrovia 2000 — Sviluppo futuro dell'infrastruttura ferroviaria (SIF) — compreso il terzo binario fra Ginevra e Losanna.

L'ampio materiale statistico permette anche di constatare che il 52% del tempo di viaggio in Svizzera è dovuto al traffico del tempo libero e che il 18% della mobilità annuale complessiva (Svizzera e estero) è traffico aereo. L'ATA è quindi favorevole agli investimenti necessari per allacciare la rete ferroviaria svizzera alla rete a grande velocità europea. Il nuovo collegamento TGV che dal 10 giugno collegherà Basilea a Parigi, per esempio, accorcerà il tempo di viaggio a 3 ore e sarà un'alternativa interessante al collegamento aereo (i voli su brevi distanze sono dannosi per il clima).

Poiché il 30% dei tragitti in automobile è inferiore a 3 chilometri, l'ATA chiede che i 3,6 miliardi ancora rimasti nel fondo per le infrastrutture siano spesi prioritariamente per migliorare i trasporti pubblici nonché i percorsi pedonali e ciclistici negli agglomerati urbani.

### Fino a 1'700 franchi di risparmio all'anno

Ricordiamo che un uso più razionale delle risorse naturali si ripercuote anche sulle finanze personali. La somma di più decisioni favorevoli all'ambiente — come abbassare la temperatura di 2 gradi in inverno, sostenere energie rinnovabili per la produzione di elettricità, acquistare apparecchi di classe A, spostarsi con i mezzi pubblici e rinunciare all'aereo per i viaggi in Europa — migliora il bilancio ecologico personale del 25% e genera un risparmio di circa 1700 franchi all'anno per persona.

## Traffico: facciamo mezzo giro del mondo ogni anno

La popolazione svizzera è mobile: nel 2005 sono stati percorsi in media 19'000 chilometri a persona in Svizzera e all'estero, ossia circa mezza circonferenza della terra. Tra il 2000 e il 2005 le distanze percorse complessivamente e quelle percorse in automobile per persona sono rimaste per la prima volta costanti. Sono invece aumentate del 19% le distanze percorse in treno. Questo è quanto risulta dal "Microcensimento in materia di trasporti 2005", una rilevazione realizzata dall'Ufficio federale di statistica (UST) e dall'Ufficio federale per lo sviluppo territoriale (ARE), che ha coinvolto 33'000 persone.

Per la prima volta è stata fatta una rilevazione più precisa delle gite giornaliere e dei viaggi con pernottamenti, che attesta una mobilità annua di circa 19'000 chilometri per persona in Svizzera e all'estero. Il 24% dei chilometri percorsi riguarda viaggi con pernottamenti (4'600 km) e il 6% viaggi di un giorno non quotidiani (1'200 km). Quasi il 18% della mobilità annua è percorso in aereo (3'400 km).

Nel 2005, le persone residenti in Svizzera di almeno 6 anni hanno percorso in media 37 chilometri al giorno entro i confini nazionali impiegandovi 88 minuti. In media in una giornata soltanto un nono della popolazione resta in casa.

### Mobilità per la prima volta costante

Sebbene la mobilità delle persone sia fortemente cresciuta dal 1984, per la prima volta essa è rimasta complessivamente costante rispetto all'ultima rilevazione del 2000. Mentre le distanze percorse con i mezzi pubblici (soprattutto in treno) sono aumentate del 16%, quelle percorse in automobile per persona sono rimaste praticamente invariate. Nonostante la stabilizzazione delle distanze automobilistiche medie per persona, il traffico stradale è ulteriormente cresciuto dal 2000 sia a causa dell'incremento demografico che per il diminuito tasso d'occupazione dei veicoli. E' invece nuovamente aumentato (5%) nell'arco di cinque anni il tempo di percorso, soprattutto a causa della crescita della quota del traffico lento (a piedi e in bicicletta).

Circa la metà di tutti gli spostamenti interni sono effettuati a piedi o in bicicletta. Tuttavia, in genere si tratta di spostamenti di breve raggio; il 69% delle distanze è infatti percorso con il traffico motorizzato privato. L'occupazione di un'automobile è in media di 1,6 persone.

Il principale motivo dello spostamento è il tempo libero con il 45% delle distanze percorse in Svizzera, seguito col 27% dal lavoro e dalla formazione e con l'11% dagli acquisti. Gli spostamenti durante il tempo libero prendono addirittura oltre la metà del tempo di percorso (lavoro/formazione: 23%, acquisti: 13%).

### Aumentato il possesso dell'automobile

Circa l'81% delle economie domestiche ha almeno un'automobile. Il possesso di un'automobile è cresciuto negli ultimi 20 anni: solo il 19% delle economie domestiche non ne possiede alcuna, mentre ne era priva il 31% nel 1984. Al contrario, nel 2005 il 31% ne possedeva più d'una (1984: 17%).

Influiscono particolarmente sulla mobilità l'età, il sesso, l'attività professionale e il reddito. Le persone di meno di 17 anni e più di 66 percorrono meno della metà delle distanze coperte dalle classi d'età intermedie. Gli uomini percorrono distanze più lunghe di un terzo (circa 13 km) rispetto alle donne. Le persone occupate percorrono una distanza doppia rispetto a quelle non occupate. Le economie domestiche con un reddito mensile di oltre 6'000 franchi percorrono distanze superiori alla media.

Le zone densamente urbanizzate determinano tragitti più brevi: nei centri degli agglomerati la distanza giornaliera per persona è di 33 km ed è al di sotto di quella delle zone rurali (42 km).

# Corretta indicazione dei prezzi: un **diritto** per i consumatori

In vetrina, dal garagista, in banca, nell'agenzia di viaggio, del parrucchiere non sempre i prezzi sono esposti in modo chiaro. Segnalateci (entro fine agosto) eventuali lacune o scorrettezze nell'indicazione dei prezzi. Abbiamo bisogno del vostro aiuto per essere più efficaci per far rispettare le norme previste.

**P**er poter scegliere tra un prodotto o un servizio e l'altro, i consumatori hanno bisogno di informazioni corrette e trasparenti. Così devono essere per esempio, le informazioni riguardanti i prezzi. Come devono essere indicati i prezzi e a cosa devono far riferimento lo segnala la rinnovata "Guida pratica OIP-Ordinanza sull'indicazione dei prezzi", edita dalla Segreteria di Stato dell'economia (SECO) e indirizzata a tutti i consumatori che vogliono essere correttamente informati e ai rivenditori, affinché operino in modo esemplare, nell'interesse del consumatore e di una sana economia di mercato.

L'OIP si prefigge di garantire una chiara indicazione dei prezzi che consenta ai consumatori di confrontarli senza essere indotti in errore. Per raggiungere questo obiettivo è dato l'obbligo generale dell'indicazione dei prezzi per tutte le merci in vendita e per una trentina di prestazioni (nei rami alberghiero e ricreativo, taxi, lavanderie, parrucchieri, servizi bancari, viaggi "tutto compreso", servizi di telecomunicazione e di odontoiatria, ecc.), nonché direttive chiare sull'indicazione dei prezzi nella pubblicità per merci e servizi. Allo stesso modo sono date disposizioni chiare sull'uso dei prezzi comparativi, spesso usati come specchietto per le allodole.



L'opuscolo è ottenibile gratuitamente presso l'Ufficio federale delle costruzioni e della logistica (UFCL), 3003 Berna (n° 704.200i).

È anche consultabile online sul sito del SECO [www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch) (sotto: documentazione)

## Disavventura - ma finita bene - con **Jamba**

*Segnalo a tutti gli utenti di cellulari la mia disavventura (finita però bene). La ditta austriaca JAMBA che, tramite i suoi servizi pubblicitari con le compagnie telefoniche, invia i suoi servizi SMS prepagati (a fr. 4,90 al colpo), mi trasmetteva almeno due volte al mese inserzioni mai richieste e nemmeno sottoscritte da un contratto. Il mio telefonino acquistato nel mese di novembre 2006 (con un numero di chiamata fornitomi e scelto, tra tant'altri, nel negozio dove l'ho comperato) è stato tempestato da SMS pubblicitari in arrivo da JAMBA con numero iniziale 9222xxx. Tramite questo numero la mia compagnia telefonica SUN-RISE ha potuto identificare l'offerente del servizio. Per mesi via telefono, e-mail e fax, ho cercato di disattivare questa intrusione della JAMBA senza però riuscirci. Il*

*bello è che dal momento che io ricevo queste corrispondenze pubblicitarie, la mia carta prepagata veniva automaticamente scalata di fr. 4,90 ad ogni SMS anche se non l'aprivo. Finalmente lo scorso mese di maggio, dopo un'ennesima richiesta di disattivazione del servizio fatta nel negozio dove ho acquistato il telefonino (a Bellinzona), ricevo questa volta dalla Germania una telefonata di scuse della JAMBA per il disservizio e il rimborso di tutti gli SMS mai richiesti tramite la SUN-RISE sulla mia carta prepagata. Verosimilmente si è trattato, nel mio caso, di un numero di cellulare che è rimasto senza utente (si parla di almeno un anno), al quale non è stato disinserito il precedente abbonamento JAMBA e che mi è stato accollato senza avvertirmi dell'in-*

*ghippo. Il mio consiglio? Controllate giornalmente il vostro saldo e gli SMS che ricevete con il numero iniziale indicato sopra. Se non avete sottoscritto un abbonamento fatevi sentire, come ho fatto io.*

G.P.L. - Giubiasco

Come sia potuto accadere che il possessore attuale del numero di telefono abbia "ereditato" anche l'abbonamento Jamba del possessore precedente non è chiaro, visto che il numero di telefono, prima di essere assegnato ad un altro utente deve restare in giacenza per un determinato periodo...

**Consiglio ACSI:**  
non trascurate mai di controllare le bollette telefoniche o il saldo della vostra carta prepagata. Potreste avere delle sorprese!

**Segretariato acsi**

Via Polar 46, CP 165 091 922 97 55 acsi@acsi.ch	6932 Breganzona fax 091 922 04 71 CCP 69-4470-1
da lunedì a venerdì	8.30-11.30
lunedì-martedì- giovedì	13.30-15.30

**La borsa della spesa**

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

**www.acsi.ch****Infoconsumi acsi**

091 923 53 23	infoconsumi@acsi.ch
lunedì	14-17
giovedì	9-11

**Consulenza casse malati**

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

**Alimentazione**

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

**Contabilità domestica**

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

**Mercatini dell'usato**

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

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

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

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

<b>Mendrisio</b> , 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.

# Dentisti: i pazienti rischiano di essere meno tutelati

**La commissione arbitrale della SSO – la Società Svizzera di odontostomatologia – non esaminerà più i casi contestati di terapie prestate da dentisti che non fanno parte della società. Lo ha stabilito recentemente l'assemblea dei dentisti ticinesi. Questa decisione non è priva di conseguenze per i pazienti: in caso di contestazioni chi si fa curare da un dentista non iscritto alla SSO sarà meno tutelato.**

L'ACSI ha sempre giudicato positivamente l'esistenza della commissione arbitrale dei dentisti. I pazienti che reclamano per la qualità del lavoro o la fatturazione del loro dentista possono in effetti chiedere gratuitamente l'intervento di questa commissione. Il dentista membro della SSO è obbligato a rispettarne la decisione.

Fino a poco tempo fa praticamente tutti i dentisti che operano in Svizzera (e in Ticino) erano membri della SSO. Attualmente numerosi dentisti stranieri, che si sono stabiliti in Svizzera grazie agli accordi bilaterali, non fanno tuttavia parte della società svizzera dei dentisti. In Ticino sarebbero oltre una quarantina. In caso di contestazioni i pazienti di questi dentisti rischiano di essere meno tutelati: per far valere le loro ragioni devono rivolgersi alla giustizia ordinaria e affrontare quindi una procedura molto più lunga e costosa rispetto a quella offerta dalla commissione arbitrale.

Se da una parte la decisione della SSO è comprensibile, dall'altra è innegabile che a farne le spese rischiano di essere i pazienti.

Ai pazienti l'ACSI consiglia, dunque, di informarsi se il loro dentista (svizzero o straniero) faccia parte o meno della SSO e a prendere coscienza del rischio di essere meno tutelati in caso di contestazioni per prestazioni effettuate da dentisti non SSO.

## Il miele ticinese migliora

**Ma il 6,3% dei campioni analizzati è ancora risultato non conforme per eccessiva presenza di paradichlorobenzolo (PDCB).**

Il miele è il prodotto simbolo della natura, metafora di dolcezza e purezza nonché benefico per le sue proprietà nutrizionali e curative. Per questa ragione l'ACSI ha sempre avuto un atteggiamento critico nei confronti di quei produttori che, per scarsa professionalità o peggio, hanno messo sul mercato mieli contaminati da antibiotici, sulfamidici e PDCB.

Prendiamo, quindi, atto dei risultati recentemente annunciati dal Laboratorio cantonale: le analisi – si legge nel comunicato – hanno dato un esito più soddisfacente rispetto al passato, in particolare per il prodotto locale. Se, infatti, nel 2003 il 21.3% del miele ticinese presentava residui di PDCB (paradichlorobenzolo) superiori alla tolleranza di 0.01 mg/kg e nel 2004 ancora il 16.7%, finalmente questa volta si è potuto osservare un netto miglioramento, quantunque ancora 3 (6.3%) dei 48 campioni di miele nostrano analizzati non abbiano soddisfatto i requisiti di legge. L'impiego di diclorobenzolo si è confermato un problema tipicamente indigeno. Tutti i mieli esteri infatti ne sono risultati esenti. Il sensibile miglioramento osservato indica che gli apicoltori, dopo numerose denunce, cominciano ad attenersi alle buone pratiche di produzione, ricorrendo a trattamenti diretti alternativi al PDCB nella lotta alle tarme della cera e alla sostituzione sistematica dei vecchi favi potenzialmente contaminati. Ricordiamo che, mentre residui di PDCB attorno a 0.002 mg/kg sono riconducibili all'impiego di cera già contaminata, valori nettamente superiori a 0.01 mg/kg indicano in modo inequivocabile un suo impiego diretto".

Gli apicoltori ticinesi hanno quindi imboccato la strada giusta: l'ACSI si aspetta comunque al più presto un prodotto ineccepibile, anche per premiare tutti quei consumatori che sono disposti a pagare di più il prodotto locale nella convinzione di acquistare un prodotto migliore sotto tutti i punti di vista.



## pubblicazioni

### desidero ricevere:

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

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

Data \_\_\_\_\_ Firma \_\_\_\_\_

## test

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

### La borsa della spesa

Navigatori GPS	Mag. 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
Nichel nella bigiotteria	Giu. 06
Case farmaceutiche	Mag. 06
Software per immagini digitali	Mar. 06
Yogurt probiotici	Feb. 06

### J'achète mieux, Losanna

App. foto ultracompati	Giu. 07
Bilance pesa-persone	Mag. 07
Seggiolini per bicicletta	Apr. 07
Programmi antivirus	Mar. 07
Registratori DVD	Dic. 06
Binocoli	Ott. 06
Tostapane	Mar. 06

### Altro Consumo, Milano

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

### Test, Berlino

Seggiolini auto per bambini	Giu. 07
Termopompa	Giu. 07
App. foto digitali reflex	Giu. 07
Lettori Blu-ray e HD - DVD	Giu. 07
Tosaerba	Mag. 07
Videocamere	Mag. 07
Mountainbike	Mag. 07
Aspirapolveri	Apr. 07
Pulitori a valore	Apr. 07
Pneumatici estivi	Mar. 07
Ricevitori DVB-T	Mar. 07
Apparecchi cottura a vapore	Gen. 07
Stepper e crosstrainer	Gen. 07
Computer portatili	Nov. 06
Spazzolini elettrici per denti	Nov. 06
Asciugatrici	Ott. 06
Lavatrici	Set. 06
Zaini per escursioni	Set. 06

## diventa socio/a

data \_\_\_\_\_

cognome \_\_\_\_\_ nome \_\_\_\_\_

via e numero \_\_\_\_\_

nap \_\_\_\_\_ località \_\_\_\_\_

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

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

cognome \_\_\_\_\_ nome \_\_\_\_\_

via e numero \_\_\_\_\_

nap \_\_\_\_\_ località \_\_\_\_\_

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

# Stop ai rifiuti!

## Consigli per gli acquisti

✓ Se fai una lista della spesa comperi solo ciò di cui hai bisogno e non quello che forse userai! E' un buon modo per evitare acquisti sbagliati.

✓ Nei negozi in cui si possono comprare prodotti freschi come frutta, verdura, salumi e formaggi si producono meno rifiuti.

✓ Le borse di stoffa si possono riutilizzare mille volte. Così facendo, eviti l'uso di molti sacchetti di carta o, peggio, di plastica. Anche un cestino di vimini può durare molti anni. L'ACSI vi propone una comoda borsa pieghevole da tenere sempre in borsetta. Richiedetela al segretariato (fr. 5.–)

✓ Se non puoi evitare le confezioni scegli quelle più leggere possibile. Si spreca così minor quantità di materia prima.

✓ Non farti abbindolare. Con i dolci si imbroglia molto: tanta confezione e poco contenuto. Ci sono dolci che vengono impacchettati anche 5 volte!

✓ Spesso grandi quantità di un alimento sono più economiche rispetto alle piccole quantità e a quelle che vengono impacchettate eccessivamente. In generale vale la considerazione: più grande è la quantità minore è il rifiuto. Valutate se la confezione proposta fa al vostro caso.

✓ Più del 90 % delle bevande che si portano a casa dal supermercato in cassette, bottiglie, confezioni e lattine è ACQUA! Già ce l'abbiamo a casa (e quasi regalata)! Con l'acqua mescolata allo sciroppo si può fare una bevanda rinfrescante. Con meno rifiuti, meno soldi e meno sfacchinate.

✓ Preferisci prodotti e merci regionali.

✓ Privilegia prodotti con marchi ecologici.

✓ Chi va a fare la spesa affamato spesso compera cose che non sono veramente necessarie. Risulta che il 30% dei prodotti viene acquistato inutilmente.



Coldrerio, Valle della Motta (2005), Foto: Tipress