

La borsa *della* spesa

bas

Periodico
dell'Associazione
Consumatrici
della Svizzera italiana

Anno XXXIV
N. 1
Gennaio-Febbraio 2008
Fr. 5.-

**PRODOTTI ILLECITI
VENDUTI IN TICINO**

**LA SPESA OLTRE FRONTIERA
NON VALE PIÙ LA PENA**

**TEST: LETTORI MP3, DOPO LA
MUSICA ANCHE L'IMMAGINE**

**CONSIGLIO DEL PUBBLICO, PORTA
IN FACCIA AI CONSUMATORI**



Editoriale	Tivù pubblica senza pubblicità?	3
La Posta	Funghi secchi, c'è da fidarsi?	4
	Fosfati negli alimenti	5
	Arcobaleno, regole da rivedere	5
Inchiesta	La spesa in Italia non vale più la pena	6
	Spesa online con LeShop, perché no?	9
	Prodotti illeciti venduti in Ticino	12
Primo piano	Illegale la propaganda di Santésuisse	10
	Consiglio del pubblico della Corsi, porta in faccia ai consumatori	11
Consumatori attenti	Adesivi contro la pubblicità	15
	Cartella sanitaria, copia gratuita?	15
	Troppi buoni in farmacia	16
	Campagna contro il papillomavirus	16
	Yogurt con latte in polvere	16
	L'olio combustibile si tinge di verde	24
	Contratti di servizio da controllare	24
	Benzina dai cereali, scelta perversa	26
	Auto, consumi superiori a quelli dichiarati	26
	Olio di colza, pregi e difetti	29
PC senza sistema operativo?	29	
Test	Lettori MPS con video	17
Test flash	Lampadine a basso consumo	21
	Smartphone	21
	Acrilamide	21
Società	Sta tornando l'inflazione	22
	IVA unica al 6,1%	23
	Abolita la Tariffa degli avvocati	23
Sotto la lente	Negozi, in inverno si muore dal caldo?	25
Scheda	Alimentazione e movimento	27
Varie	Questo è anche un polmone	30
	Una vita nuova per il telefonino	30

La borsa della spesa

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

I test comparativi

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

L'ACSI

è un'associazione senza scopo di lucro fondata nel 1974. L'associazione, in piena autonomia e indipendenza, si pone come scopo l'informazione, la difesa e la rappresentanza dei consumatori e delle consumatrici presso produttori e fornitori di beni e servizi, enti o istituzioni pubbliche.

I servizi dell'ACSI sono:

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



Associazione consumatrici della Svizzera italiana

La borsa della spesa

Organo di informazione dell'Associazione Consumatrici della Svizzera Italiana

Esce 8 volte all'anno

E-MAIL: bds@acsi.ch

EDITORE: ACSI

REDATTRICE RESPONSABILE:
Laura Bottani-Villa

IN REDAZIONE:
Ivana Caldelari Magaton

CONCETTO GRAFICO:
Marcello Coray

HANNO COLLABORATO A QUESTO NUMERO:
Mario Jäggi
Laura Regazzoni Meli
Adriano Crivelli
Eva Feistmann
Tatiana Ferrari
Katya Schober-Foletti
Fabrizia Sormani
Giuliana Soldini
Silvano Toppi

STAMPA:
TBS, La Buona Stampa sa
6963 Pregassona

TIRATURA: 9'500 copie

CARTA:
Cyclus Print, riciclata
bianca 80g/m²

FOTO DI COPERTINA:
MP3 (ACSI)

PRESIDENTE:
Mario Jäggi

SEGRETARIA GENERALE:
Laura Regazzoni Meli

SEGRETARIA AMMINISTRATIVA:
Fabrizia Sormani

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



Laura Bottani-Villa
redattrice responsabile Bds
bds@acsi.ch

Tivù pubblica senza pubblicità?

Ineffabile Sarko che riesce a occupare quotidianamente la ribalta mediatica nazionale e internazionale più per il gossip che per la sua politica. Così tra un'escursione alle piramidi e una gita in barca con la ex-fotomodella-cantante-attrice-forse nuova first lady, ha meditato il suo piano programmatico per la nazione e, nel discorso di Capodanno, tra le altre cose ha fatto un annuncio sensazionale: eliminare gli spot dalla tv di Stato e finanziare le reti pubbliche aumentando le tasse sugli introiti pubblicitari dei canali privati. L'annuncio non ha dato il via a un grande dibattito ma, in compenso, ha fatto salire le azioni delle principali emittenti commerciali francesi, con TF1 (+10%) e M6 (+7%) e sono salite anche le azioni della società Bouygues, legata a TF1 il cui presidente Martin Bouygues, è uno degli uomini più ricchi del mondo e caro amico di Sarkosy...

Alla Borsa della Spesa, tuttavia, questa idea di liberare il servizio pubblico dalla necessità di inseguire il finanziamento pubblicitario sembra degna di essere presa in considerazione per il principio generale che propone. Sarà per la vicinanza e l'invasione delle reti italiane, pubbliche e private colonizzate dalla pubblicità, volgari, poco innovative, ferme (secondo Enzo Jacchetti, ospite in gennaio di Michele Fazioli a Controluce, addirittura medievali), che questa idea di togliere la pubblicità dalle reti di servizio pubblico allo scopo di valorizzarlo e distinguerlo dai prodotti commerciali sembra una vera ancora di salvezza e una speranza per un futuro di migliore qualità del servizio pubblico radiotelevisivo.

In Svizzera la situazione non è paragonabile a quella di Francia e Italia: la regolamentazione pubblicitaria della SSR-SRG è più restrittiva rispetto alle norme europee e la pubblicità è, comunque, ritenuta una fonte preziosa di entrate per poter garantire l'attuale offerta che è di 7 reti Tv e di 17 radio. Con la nuova legge federale sulla radiotelevisione – che attribuisce loro il 4% del canone – i canali privati intascano circa 50 milioni, circa 35 milioni in più rispetto a prima della modifica legislativa. Circa 35 milioni, garantiti dal canone, che vengono a mancare ogni anno alla SSR-SRG. Le preoccupazioni per il budget vanno, dunque, sempre a soppiantare quelle dei programmi e dei contenuti. Il risultato è che il servizio pubblico, anziché differenziarsi nettamente dalle strutture private, cerca disperatamente di imitarle, visto che i criteri di giudizio e di valutazione sono legati prevalentemente allo share. Bisogna allora accettare la pubblicità, anzi cercarne il più possibile. Al servizio pubblico, recentemente sono stati accollati anche nuovi oneri come la sottotitolazione dei film e la traduzione simultanea nel linguaggio dei gesti per i non udenti e maggiori servizi anche per i grigionesi. È evidente che il solo canone non regge.

C'è un'alternativa? Forse la riduzione delle reti radiofoniche e televisive ma dal punto di vista politico e culturale nonché regionale-linguistico è innegabile che sarebbe una grossa perdita. Questo significa che, paradossalmente, l'eliminazione della pubblicità dal servizio pubblico radiotelevisivo svizzero, anziché rafforzarlo, rischierebbe di indebolirlo fortemente? L'interrogativo resta sospeso e ci piacerebbe sapere cosa ne pensano i consumatori che pagano un canone annuo notevole. Anche gli inglesi pagano tanto (ma meno di noi) pur di avere la loro cara BBC senza pubblicità!

Leggi la Borsa della Spesa
online sul sito www.acsi.ch
inserendo il codice
di gennaio 2008:
R64P3

Rispondi al nostro
sondaggio su www.acsi.ch
Servizio pubblico
radiotelevisivo
senza pubblicità?

Funghi secchi, c'è da fidarsi?

Gradirei avere un vostro parere in merito ai funghi secchi che si trovano nei nostri negozi Carrefour, Coop, e Migros. La quasi totalità sono provenienti dalla Cina salvo un sacchetto piccolo della Migros sul quale si indica "lavorati in Italia".

La mia domanda è la seguente: quelli provenienti dalla Cina sono veramente sicuri dal profilo alimentare in quanto non ho mai sentito di porcini provenienti dalla Cina.

Per quelli della Migros con la menzione "lavorati in Italia" cosa vuol dire? Sono funghi italiani? Sono funghi stranieri impacchettati in Italia ma provenienti da dove? A scanso di sorprese per il momento mi astengo dall'acquisto. Potete per favore chiarirmi la faccenda?

P.C.-Balerna

Buona parte dei funghi, porcini compresi, – spiega Siro Lepori, ispettore capo derrate alimentari del Laboratorio cantonale e esperto di funghi – sono vegetali che crescono dappertutto, quindi anche in Cina. Specie meno pregiate (es. Shiitakes, orecchie di Giuda, Volvarie, ecc.) fanno parte dell'alimentazione orientale in generale. Per quanto attiene alla sicurezza alimentare dal punto di vista della specie e della qualità dei funghi venduti alle nostre latitudini non abbiamo nulla da temere. Una campagna, effettuata nel 2005 dal Laboratorio cantonale e reperibile nel sito www.ti.ch/DSS

/DSP/LabC/pdf/2005/Funghi_2005.PDF) non ha dato motivi di particolare preoccupazione.

Il Laboratorio cantonale, tuttavia, è intervenuto in maniera drastica imponendo agli interessati l'adozione di misure di autocontrollo più efficaci. In generale, infatti, i limiti di tolleranza dei difetti dei funghi, previsti dalla legge, non sono superati anche se questi difetti sono riscontrabili soprattutto nelle confezioni meno care.

Per i funghi secchi, il problema principale sta nella presenza di terra e sabbia, che rende il prodotto estremamente sgradevole al consumo, mentre per i prodotti congelati il problema maggiore sta nelle forature da vermi: il danno può essere invisibile dall'esterno e causare lo scarto di una grossa parte del prodotto. Per legge, sui contenitori e gli imballaggi di funghi commestibili deve figurare la denominazione della specie. Se non esiste una denominazione della specie nella lingua ufficiale oppure se essa non è chiara, deve essere indicata la denominazione latina. Per quanto attiene l'indicazione del Paese di provenienza fanno stato le indicazioni previste dall'Ordinanza sulla caratterizzazione e la pubblicità delle derrate alimentari. Consigliamo anche di consultare il sito della Associazione svizzera degli organi ufficiali di controllo dei funghi (vapko.ch). Nel caso dei funghi, forse di più che in altri ambiti, anche il consumatore dovrebbe preoccuparsi di verificare meglio la qualità del prodotto che acquista come ben ha fatto la vostra associata.

Troppi grassi ai Cucinatori?

Oggi ho visto la trasmissione "i cucinatori" che in parte si rivolge anche ai bambini. Quanto burro per rosolare i dadini del panettone, che contiene già in sé stesso parecchio burro! Una tale quantità di burro tale servirebbe per più giorni! E poi la decorazione in dicembre: fragole, lamponi, ecc. Non so come la vedete voi ma io penso che la trasmissione potrebbe essere proprio un'occasione unica per far passare l'esempio di una alimentazione più sana con pochi grassi e a "misura di stagione".

R.S.-Brione s/Minusio

Le sue osservazioni sono senz'altro pertinenti oggi che siamo tormentati dal problema dell'obesità. Il team della trasmissione TSI "I cucinatori" ci ha così risposto: "Il nostro programma è rivolto alla totalità del pubblico che comprende una miriade di peculiarità e, con la varietà di chef e stili di cucina che presentiamo, cerchiamo di accontentare i gusti di ognuno. La cucina è un fatto di gusti: c'è chi ama la selvaggina e chi invece è vegetariano, chi ama la cucina povera di grassi e altri ancora che prediligono i sapori forti. Per questo il nostro intento è quello di soddisfare tutti i palati e non ci è permesso fare discriminazioni. Tra le novità di inizio anno segnaliamo la cucinatrice Meret Bissegger che presenta un tipo di cucina sana e naturale a base di prodotti di stagione e con l'aggiunta di pochi grassi". E questa è una buona notizia!

Pubblicità inopportuna

Nell'ultimo numero di novembre della rivista del CAS, troneggia una "bellissima" pubblicità a colori di un fuoristrada FORD potente e capace di arrampicarsi ovunque. Già qualche tempo fa la scelta dello sponsor aveva suscitato parecchie discussioni tra molti membri del Club Alpino. Il CAS aveva risposto che, tenendo conto della posta in

gioco, questo partner era irrinunciabile per ovvii motivi (paga profumatamente); inoltre questo costruttore sarebbe stato all'avanguardia nella produzione di veicoli ecologici. Ora, tra le pagine della, peraltro ottima, rivista non ho mai visto pubblicità di veicoli ecologici della Ford e quest'ultima trovata sembra una presa in giro! E' vero, il CAS non è un'associazione ambientalista, tuttavia mi sembra contraddittorio affidarsi a uno sponsor di certo non interessato a proteggere le Alpi! Ma non è la prima volta che il Club Alpino mi lascia perplesso: in occasione dell'apertura invernale eccezionale del Passo dell'Albula per permettere lezioni di guida sulla neve a fortunati possessori di BMW, il CAS non ha reagito. Così, nonostante i dettagliati e interessanti articoli che appaiono regolarmente ne "Les Alpes" a proposito di scioglimento dei ghiacciai, permafrost, impatto del turismo sull'ecosistema alpino, ecc, il CAS si affida a un SUV... Perché allora non provare presso le FFS o Autopostale?

A. R.-Ascona



La questione che lei solleva apre un grande dibattito sulle inserzioni pubblicitarie e sulla responsabilità dell'editore sui contenuti. Purtroppo chi lavora in questo settore sa quanto costa e quanto siano vitali le entrate pubblicitarie. La BdS, per esempio, continua a mantenere la sua indipendenza contando solo sui suoi soci ma non tutti hanno la coscienza di quel bene prezioso chiamato indipendenza.

Per scrivere a questa rubrica:

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

Fosfati negli alimenti

Sono interessata ad avere informazioni sui fosfati negli alimenti. Mi potete aiutare?

B.M.-Gorduno

Il fosforo si trova nell'ambiente sotto forma di fosfato (sale dell'acido fosforico) e si trova in abbondanza nelle cellule degli esseri viventi: 85% nelle ossa, 10% nel tessuto muscolare, 1% nel cervello e per il resto nel sangue e negli altri tessuti. Il fosforo svolge un'importante funzione plastica nelle ossa, legato con il calcio e come costituente delle sostanze basilari per la costruzione delle membrane cellulari e del tessuto nervoso. Entra inoltre nella struttura del DNA. I fosfati sono praticamente presenti in ogni alimento ma soprattutto negli alimenti proteici, quali latte, pesce, carne, e uova.

Sotto forma di polifosfati, i fosfati vengono ampiamente adottati dall'industria alimentare in qualità di additivi. Negli alimenti sono classificati con la sigla che va da E 400 (E sta per Europa) a E 495. Vengono solitamente utilizzati nei salumi (per es. prosciutto cotto) e nella carne in scatola. Nei prodotti industriali di pasticceria vengono utilizzati come agenti lievitanti, mentre per carni, formaggi e insaccati vengono impiegati come addensanti, per mantenerne la tonicità. A questo scopo vengono utilizzati in dosi relativamente elevate: per questo motivo è consigliabile non abusarne troppo, non consumare ad esempio troppo spesso i salumi che ne contengono o richie-

dere espressamente quei prodotti che non ne hanno. Va ricordato che nel corpo umano il metabolismo del calcio è strettamente legato a quello del fosforo e una dieta troppo ricca di polifosfati sottrae calcio all'organismo, poiché la concentrazione tra i due elementi non viene rispettata.

È dunque consigliabile leggere attentamente le etichette degli alimenti, cercando di evitare queste sostanze e consumando alimenti freschi, preparati in casa. Una volta alla settimana si possono però tranquillamente consumare gli insaccati, non tutti i giorni (ma questo è così per tutto: l'uso fa bene, l'abuso fa male!).

Pubblicità Coop

Una coppia in crisi si sfoga distruggendosi a vicenda il guardaroba. Lei taglia a pezzi le camicie di lui, lui con una sega distrugge le scarpe di lei. Lei non ancora contenta apre il guardaroba e con uno spray imbratta tutti gli abiti di lui. Insomma una guerra delle separazioni divorziste in piena regola... Ma d'improvviso hanno entrambi un'idea magnifica: assieme si recano alla Coop ed escono abbracciati e contenti con pacchi, sacchetti e borse piene di tutto il guardaroba. Che c'è del tanto sbandierato verde, di ambientale, di risparmio, di terzomondismo, di etica sociale, di bio, in una simile pubblicità?

C. B.-Sementina

Come darle torto?

Arcobaleno, regole da rivedere

Sono titolare di un abbonamento Arcobaleno per tutte le zone del cantone (per intenderci da Airolo a Chiasso). Per un viaggio da una qualsiasi stazione del Ticino a Zurigo pensavo di dover pagare unicamente la tratta Airolo-Zurigo, cioè la tratta al di fuori dei confini di validità del mio abbonamento. Ho chiesto un biglietto andata-ritorno Chiasso-Zurigo e ho dovuto pagare fr. 102, cifra che non corrisponde alla tratta Airolo-Zurigo, bensì alla tratta, più lunga e più cara, Bellinzona-Zurigo. Alle mie proteste la funzionaria delle FFS, regolamento alla mano, mi ha spiegato che ciò è dovuto al fatto che il mio treno non ferma a Airolo e dunque la stazione che entra in linea di conto è Bellinzona dove il treno si ferma. Ritengo che questo regolamento sia assurdo e ingiusto e che andrebbe cambiato.

S.M.-Chiasso

In effetti l'abbonamento Arcobaleno è previsto per un utilizzo regionale e il regolamento dice chiaramente che fuori dalle zone di validità bisogna acquistare un biglietto valido dall'ultima fermata della zona di validità fino alla destinazione.

Per esempio: per la tratta Lugano-Bellinzona, i titolari di un abbonamento arcobaleno 3 zone (10/11/15) dovranno acquistare il biglietto da Rivera-Bironico se salgono su un treno regionale. Se invece si utilizza un treno IC/CIS (Intercity e Cisalpino), si dovrà acquistare il biglietto da Lugano (poiché tali treni non si arrestano che a Bellinzona).

L'ACSI ha sottoposto il caso alla direzione regionale delle FFS proponendo una modifica del regolamento che penalizza chi fa una scelta in favore del trasporto pubblico, in particolare del treno.

Il momento dei soci



L'assemblea annuale 2008 dell'ACSI si svolgerà sabato pomeriggio 5 aprile a Mendrisio.

Riservate la data! Nella prossima Bds troverete i dettagli della convocazione.

La vostra partecipazione è importante.

Tutti coloro che ricevono La borsa della spesa sono soci ACSI e hanno, quindi, diritto di partecipare all'assemblea.



La spesa oltrefrontiera non vale più la pena

FOTO TIPRESS

A un anno di distanza dall'ultimo rilevamento prezzi nei supermercati del cantone e di due grandi magazzini poco oltre la frontiera con l'Italia, possiamo dire che Carrefour mantiene salda la sua posizione di testa in quanto a economicità. Lo segue, ancora una volta, Denner e poi Manor, Coop e Migros. A un anno di distanza anche Migros mantiene la sua ultima posizione. In Italia, complice l'euro forte ma soprattutto a causa di un reale aumento dei prezzi, non vale più la pena fare la spesa, e (per i prodotti da noi considerati) anche per quel che riguarda la carne.

In tutto sono stati presi in esame 45 prodotti con quantità tali da soddisfare il fabbisogno di qualche giorno di una famiglia media. Prodotti e quantità sono uguali a quelli considerati un anno fa e dunque è possibile valutare non solo il confronto attuale fra i negozi ma anche il livello dei prezzi rispetto a un anno fa.

Differentemente da quanto avvenuto lo scorso anno, quest'anno abbiamo potuto effettuare il confronto dei prezzi sulla spesa globale, carne inclusa, poiché le succursali Denner offrono sempre più spesso anche prodotti di macelleria e salumeria oltre che verdura e frutta fresche.

Poche novità nella classifica

Come detto, in base alla nostra lista della spesa, è di nuovo Carrefour (che, ricordiamo, di recente è stato acquistato da Coop) che si rivela il negozio più economico. Come lo scorso anno, esso è seguito da Denner, la catena di negozi discount che, dopo essersi imposta in questo settore un po' in tutta la Svizzera, è stata acquistata lo scorso anno dalla Migros. La differenza tra il primo e il secondo in classifica

è di poco meno di 7 franchi (pari al 4,6%), mentre lo scorso anno la differenza era praticamente insignificante (poche decine di centesimi).

Il negozio Manor si posiziona al terzo rango (lo scorso anno era in ultima posizione se si escludeva il settore delle carni ed era penultimo se invece si includeva questo settore), seguito da Coop (che però si distanzia da Manor per soli 6 centesimi!) e Migros. Rispetto a un anno fa è Coop a cedere il posto a Manor, stabilendosi al quarto posto. Migros perde terreno ed è ultima fra i negozi ticinesi, così come lo era un anno fa (nel computo globale della spesa).

I primi prezzi hanno fatto la differenza? Quest'anno possiamo dire che hanno contato forse un po' più dello scorso anno poiché per i primi tre in classifica abbiamo di fatto potuto considerare il maggior numero di primi prezzi (ma - se paragoniamo i dati con quelli degli scorsi anni - è difficile dire se veramente la fanno). Sono infatti ben 19 al Denner, 16 al Carrefour e altrettanti alla Manor (che difatti ha guadagnato terreno rispetto allo scorso anno quando ne erano stati considerati 18).

Ma da Coop ne contiamo "solo" 13 (e ciononostante è a ridosso di Manor) e da Migros 12 (che effettivamente è più distante).

Difficile anche valutare l'incidenza delle azioni promozionali sul prezzo finale della spesa: vi sono infatti 5 prodotti in "azione" nella lista sia al Carrefour che alla Manor (rispettivamente primo e terzo in classifica), ma solo uno da Denner (che ciononostante è secondo); sono infine 3 alla Migros e 2 alla Coop.

Ulteriori margini di risparmio

Quello che possiamo di nuovo ribadire all'attenzione di consumatrici e consumatori è che i margini di risparmio, anche per i negozi ticinesi risultati più cari, restano molteplici: basta preferire i prodotti più convenienti senza considerare le quantità.

I criteri adottati nei nostri confronti di prezzi (vedi anche riquadro su come si è svolta l'inchiesta) sono infatti sempre gli stessi: sono la quantità e il costo a predominare e non la qualità dei prodotti (diamo infatti per scontato che i prodotti scelti offrano uno standard di qualità abbastanza omogeneo) o altri

Lista della spesa		CARREFOUR	DENNER	MANOR	COOP	MIGROS	Bennet Como (l)	Coop Pontese (l)
Pane e prodotti cereali								
Pane semi-bianco	500 g	1.80	1.30	1.65	1.30	1.30	1.25	2.09
Cornflakes nature	500 g	● 1.73	● 1.95	● 1.80	● 1.75	● 1.75	4.49	2.84
Spaghetti	500 g	1.10	1.10	● 0.50	1.10	1.06	● 0.90	0.70
Riso Arborio	1 kg	1.65	● 1.30	1.85	1.85	1.85	● 2.99	1.64
Farina da polenta	1 kg	1.45	1.45	1.55	1.70	1.90	● 1.15	0.80
Farina bianca 00	1 kg	● 1.10	● 1.10	● 1.10	● 1.20	● 1.10	0.88	● 0.45
Totale (fr.)		8.83	8.20	8.45	8.90	8.96	11.66	8.52
Latticini e uova								
Latte intero UHT	4 l	6.40	● 5.15	5.80	5.80	● 4.20	● 7.28	4.94
Burro cucina	250 g	2.80	2.85	2.95	2.70	2.70	2.08	● 1.80
Yogurt nature	4 x 180g	● 1.40	1.62	2.00	1.80	1.80	5.29	3.17
Grana grattugiato	250 g	5.83	4.89	5.73	● 3.35	5.30	5.82	● 4.42
Mozzarella	3 x 150 g	● 3.60	3.52	6.30	5.40	6.30	● 4.39	4.77
Emmenthal	300 g	4.80	4.03	4.95	● 3.78	4.50	● 4.36	● 3.19
Uova	6	2.70	● 1.95	2.80	2.70	2.70	● 2.20	1.84
Totale (fr.)		27.53	24.01	30.53	25.53	27.50	31.42	24.13
Caffè, cacao								
Caffè macinato	500 g	2.70	● 2.95	4.20	4.90	4.10	● 4.52	● 2.47
Cioccolato in polvere	1 kg	5.50	● 3.95	● 3.95	● 3.95	● 3.95	8.65	7.98
Totale (fr.)		8.20	6.90	8.15	8.85	8.05	13.17	10.45
Condimenti								
Olio di oliva extraverg.	1 l	6.95	6.95	● 7.50	7.50	7.50	● 6.46	6.85
Aceto di mele	1 l	3.65	● 1.10	3.10	2.40	2.40	3.97	6.11
Totale (fr.)		10.95	8.05	10.60	9.90	9.90	10.43	12.96
Zucchero, marmellate e dolci								
Marmellata fragole	450 g	1.30	● 1.75	● 1.55	2.10	2.07	● 2.14	2.23
Zucchero	1 kg	1.25	● 1.30	1.40	1.40	1.40	1.37	1.42
Cioccolata al latte	1 tav.	● 0.45	● 0.45	● 0.50	● 0.45	● 0.45	● 1.15	1.15
Totale (fr.)		3.00	3.50	3.45	3.95	3.92	4.66	4.80
Bevande								
Acqua min. gasata	6 x 1,5 l	● 1.95	1.95	● 1.95	● 1.95	● 1.95	● 1.87	1.30
Succo d'arancia	2 l	● 1.50	● 3.40	● 1.80	● 1.80	● 1.80	3.00	4.23
Totale (fr.)		3.45	5.35	3.75	3.75	3.75	4.87	5.53
Verdura, frutta								
Cipolle	1 kg	● 1.90	2.40	2.50	2.60	2.50	● 0.97	2.25
Carote	1 kg	1.90	2.00	2.20	2.60	2.30	● 1.42	1.64
Patate	2,5 kg	3.50	4.10	4.00	4.50	● 3.40	● 3.50	5.22
Finocchi	1 kg	4.20	4.95	4.90	5.40	5.90	3.64	2.49
Pomodori pelati (interi)	400 g	● 0.55	● 0.55	● 0.60	0.80	0.80	● 0.63	● 0.42
Clementine	1 kg	3.20	2.62	● 2.50	3.60	3.40	● 2.14	4.42
Arance	2 kg	● 3.80	● 3.95	3.60	● 3.60	5.20	● 3.00	5.98
Mele	1 kg	2.90	2.25	3.90	3.80	● 2.90	● 1.84	3.16
Totale (fr.)		21.95	22.82	24.20	26.90	26.40	17.14	25.58
Prodotti di pulizia, per la casa e l'igiene								
Detersivo lavastoviglie	1 kg	5.50	5.50	6.00	3.40	3.40	● 4.16	3.16
Detersivo piatti	0,75 l	● 0.71	● 1.15	● 1.50	1.80	● 0.71	● 1.32	2.47
Detersivo bucato	4,5 kg	● 11.62	● 9.60	● 8.15	● 8.16	● 9.24	7.04	22.89
Detergente universale	1 l	0.95	3.93	● 1.50	3.30	● 0.95	2.40	4.41
Carta da cucina	4 rotoli	● 1.95	● 2.95	● 2.90	● 2.90	3.70	5.84	1.47
Carta igienica (3 strati)	10 rotoli	6.50	● 4.45	● 2.75	● 2.75	6.25	● 4.44	1.99
Fazzoletti di carta	15 pz	● 1.20	2.95	3.30	2.30	2.30	2.48	2.11
Dentifricio, 1 tubo	125 ml	● 0.80	0.75	1.50	● 1.40	● 1.40	4.90	3.32
Sapone per doccia	500 ml	● 1.25	1.25	1.30	● 1.30	● 1.30	2.67	4.26
Totale (fr.)		30.48	32.53	28.90	27.31	29.25	35.25	46.08
Mangime per animali								
Mangime secco gatti	1 kg	1.95	● 1.50	● 2.45	3.50	3.40	● 3.97	● 3.17
Mangime secco cani	4 kg	● 5.20	13.00	● 8.90	5.95	10.50	5.16	9.22
Totale (fr.)		7.15	14.50	11.35	9.45	13.90	9.13	12.39
Carne, pesce								
Cosce di pollo*	500 g	● 4.20	5.75	● 5.75	7.50	● 3.75	3.09	4.57
Prosciutto cotto (coscia)*	100 g	● 2.60	2.25	3.25	2.85	3.45	3.09	3.12
Spezzatino manzo	500 g	● 8.40	9.25	● 8.75	12.50	11.50	7.60	7.00
Bastoncini di pesce	15 pz	● 2.60	● 2.60	● 2.80	● 2.60	4.40	● 4.03	5.16
Totale (fr.)		17.80	19.85	20.55	25.45	23.10	17.81	19.85
TOTALE (fr.)		138.99	145.71	149.93	149.99	154.73	155.54	170.29
Differenza con Carrefour			6.72 (+4.8%)	10.94 (+7.8%)	11 (+7.9%)	15.74 (+11.3%)	16.55 (+11.9%)	31.30 (+22.5%)

fattori, come la provenienza. E come sempre, laddove è possibile, abbiamo preso in considerazione in primo luogo i "primi prezzi" e, se presenti, le azioni promozionali del momento.

Lo scopo dell'inchiesta è infatti valutare il costo dei prodotti nella quantità desiderata e la scelta cade ovviamente solo e unicamente su quei prodotti che vi corrispondono (vedi riquadro su come si è svolta l'inchiesta).

I negozi italiani fanalini di coda

Ma torniamo alla nostra inchiesta spesa. Se inseriamo nella classifica anche i due grandi magazzini italiani, Coop (di Ponte Tresa Italia) e Bennet (di Como), le posizioni dei supermercati ticinesi restano praticamente immutate poiché i negozi d'oltre frontiera, esattamente come un anno fa, si posizionano agli



ultimi posti. L'inarrestabile ascesa dell'euro, con la quale abbiamo già fatto i conti lo scorso anno, è continuata anche nel corso del 2007 e ha sfavorito quanti, con moneta svizzera, si recano oltre frontiera a fare acquisti. Ma non solo. Come vedremo nella pagina successiva, l'incidenza del cambio euro-franco è solo una delle componenti che determinano la somma delle spese in Italia, l'altra, più consistente, è il reale aumento dei prezzi avvenuto in Italia. E ciò ha fatto sì che la tendenza si sia ora invertita: sono i consumatori italiani che vengono in Ticino a fare la spesa e non più il contrario.

Coop Italia è in ultima posizione e Bennet in penultima: lo stesso rango dove si trovavano un anno fa. Ad onor del vero va ammesso che la Coop è stata sensibilmente penalizzata da una voce particolarmente costosa, il detergente per bucato. Un prodotto meno caro l'avrebbe portata in posizione più favorevole, ma verosimilmente non avrebbe modificato il suo posto in classifica.

Il negozio oltrefrontiera meno caro, il Bennet, è superato in convenienza da tutti i negozi ticinesi, anche se in alcuni casi solo per qualche franco e non tenendo in considerazione la possibilità del recupero dell'IVA italiana in frontiera.

Ricordiamo infatti che i supermercati italiani rilasciano, su richiesta, una fattura d'accompagnamento con l'ammontare dell'IVA pagata (che varia da 4 a 20% a dipendenza dei prodotti, giornali esclusi). Questa fattura deve essere consegnata in dogana dove si procede a certificare l'ammontare dell'IVA che potrete poi farvi rimborsare presso lo stesso negozio.

Per quanto riguarda la spesa oltre fron-

tiera (ma può essere il caso anche per la spesa in Ticino), si tende infine anche a sottovalutare i costi della trasferta che soprattutto di questi tempi, con il costo della benzina alle stelle, possono risultare non indifferenti.

Suddivisione per categorie

I prodotti della nostra spesa sono presentati, nella tabella, per categoria e ciò consente un'ulteriore valutazione da parte dei consumatori, vale a dire dove sono più convenienti determinati tipi di prodotti.

In generale si può osservare che la maggior parte dei totali parziali rossi (più costosi) si trova sulle colonne dei supermercati italiani, in particolare alla Coop. Bennet si "salva" con un totale parziale in verde (più economico) nel settore frutta e verdura, dovuto sostanzialmente all'alto numero di azioni promozionali presenti al momento del rilevamento.

Una nota speciale la merita la categoria della carne e del pesce: il margine di convenienza si è affievolito notevolmente rispetto a un anno fa (e nelle inchieste degli anni precedenti) quando il confronto in questo settore era praticamente scontato, con i negozi italiani in prima fila.

Sicuramente favorito da una serie di azioni promozionali, Carrefour si piazza ora in prima posizione nella categoria delle carni e del pesce, ma anche Denner e Manor si pongono come seri concorrenti nella battaglia sui prezzi della carne con i vicini supermercati italiani. La differenza e l'eventuale margine di risparmio si attesta attorno a poche decine di centesimi.

Nella categoria "carne e pesce" risultano invece un po' più care Coop e Migros, che confermano così il rango già occupato lo scorso anno.

Come si è svolta l'inchiesta

La lista della spesa

45 prodotti e quantità per il fabbisogno di qualche giorno di una famiglia media.

Date del rilevamento dei prezzi

Migros e Coop 7.1.2008

Denner, Manor e Carrefour 8.1.2008

Bennet (Italia) e Coop (Italia) 9.1.2008

Criteri di valutazione

1. il prezzo è stato rilevato per le confezioni con quantità più vicina a quelle prefissate nella lista della spesa, con un margine di accettazione +/- 50% di quantità per confezione;
2. a parità di peso dell'articolo desiderato si è scelto il prezzo più basso (comprendendo anche le azioni promozionali del momento);
3. quando erano presenti contempora-

neamente confezioni e ricariche si è rilevato il prezzo più basso (che generalmente è quello della ricarica);

4. per poter fare dei paragoni omogenei, nella tabella il prezzo è stato calcolato in riferimento al quantitativo desiderato. Ad esempio: se il vasetto di yogurt nature è di 200 g invece della confezione standard di 180 g (come è il caso da Denner) è stato calcolato il prezzo per 180 g (un vasetto di 200 g costa 45 ct, $180 \text{ g} = 40,5 \text{ ct}$). Lo stesso vale per il numero di pezzi di una confezione. Ad esempio: Migros non ha una confezione di rotoli di carta igienica da 10 pezzi ma ne ha una da 12 pezzi a fr. 7.50; per 10 rotoli della stessa carta abbiamo calcolato fr. 6.25; e, sempre per quel che riguarda la carta igienica di Migros, non abbiamo tenuto conto della confezione M-Budget perché composta di 18 rotoli

(quantità troppo distante dai nostri criteri); 5. il prezzo dei prodotti italiani è espresso in franchi svizzeri tenendo conto del cambio euro-franco di 1.67 (del 9.1.2008).

Altre osservazioni

- ✓ Alla Migros non era presente sullo scaffale il riso S.Andrea (tipo Arborio); abbiamo dunque optato per la confezione di riso Arborio esposta in quel momento. Sempre alla Migros, il prosciutto cotto preso in considerazione nella tabella è "senza polifosfati".
- ✓ Nei negozi in Ticino abbiamo rilevato il prezzo del pane semibianco (più diffuso) mentre in Italia il prezzo è riferito al pane bianco.
- ✓ Al Denner l'unico succo d'arancia presente in quel momento era quello "Special".

Aumentano i prezzi, soprattutto in Italia

La prima inchiesta sulla spesa è stata effettuata dalla BdS nel 2005. Siamo ora alla quarta e i dati consentono di poter effettuare un confronto dell'andamento dei prezzi in questi ultimi 3 anni (vedi tabella 1).

I dati riferiti ai due supermercati che si dividono la maggior parte del mercato alimentare in Ticino, Migros e Coop, dimostrano che (rispetto alla nostra spesa media) partita in vantaggio, Migros ha poi perso terreno rispetto alla diretta concorrente Coop. In quest'ultimo rilevamento di prezzi, il confronto Migros-Coop ha infatti dato in vantaggio quest'ultima con una spesa globalmente più vantaggiosa del 3,2%.

Da parte sua Carrefour si dimostra sempre più concorrenziale e ha raggiunto il primo posto, per economicità, nello scorso e nell'attuale rilevamento di prezzi (in precedenza era risultato rispettivamente secondo e terzo in classifica). Se prendiamo i dati di Migros e Carrefour, rispettivamente ultimo e primo in quest'ultima analisi, vediamo che l'economicità di Carrefour rispetto a Migros è passata dal 2005 al 2008 dal 2 all'11,3%. Lo scarto si è fatto dunque sempre più importante.

Il confronto delle cifre dimostra inoltre che la spesa in Italia è diventata sensibilmente più cara rispetto alla spesa in Ticino,

ma dimostra anche che, fra i due negozi oltreconfine, Coop applica prezzi decisamente meno convenienti rispetto a Bennet. Inoltre dalla tabella 2 risulta evidente come i prezzi della vicina Italia abbiano subito sensibili aumenti, di cui solo l'1,8% è dovuto all'aumento del cambio della moneta.

In tutti i negozi in Ticino, in quest'ulti-

mo anno, è stato inoltre rilevato un aumento generale dei costi (dallo 0,7 sino all'8%, con una media del 2,4%). L'aumento di prezzi maggiore, 8%, è stato rilevato da Denner (confronto parziale) e, guarda caso, quello minore, 0,7%, da Carrefour. Anche Manor resta sotto l'1% di aumento, mentre tutti gli altri lo superano.

1 - Confronto prezzi 2005-2008

	11.2005	7.2006	1.2007	1.2008
Differenza tra max-min Ticino Migros-Carrefour	2%	3,9%	10,9%	11,3%
Differenza tra Migros e Coop ¹	-2,8%	5,2%	3,7%	3,2%
Differenze tra le medie Ticino-Italia	24,3%	17,6%	-3,9%	-9,2%
Differenza tra Coop (I) e Bennet (I) (max-min)	-1,1%	5,3%	6,4%	9,5%

2 - Aumenti 2007-2008

	Spesa 1.2007	Spesa 1.2008	Aumento
Carrefour	fr. 138.04	fr. 138.99	0,7%
Denner (spesa senza carne)	fr. 116.50	fr. 125.86	8%
Manor	fr. 148.63	fr. 149.93	0,9%
Coop	fr. 147.63	fr. 149.99	1,6%
Migros	fr. 153.04	fr. 154.73	1,1%
Media Ticino	fr. 140.77	fr. 144.20	2,4%
Media Migros-Coop	fr. 150.34	fr. 152.36	1,3%
Bennet (Italia)	fr. 147.51	fr. 155.54	5,4%
Coop (Italia)	fr. 156.94	fr. 170.29	8,5%
Media Italia in Frs	fr. 152.23	fr. 162.92	7%
Variazione cambio euro-Frs	1.64	1.67	1,8%

Spesa online con LeShop, perché no?

LeShop, il negozio online della Migros, ci prova anche in Ticino. Noi abbiamo fatto un'ordinazione e tutto ha funzionato bene. Naturalmente ci sono i pro e i contro

LeShop è sbarcato anche in Ticino proponendo tutto l'assortimento del supermercato online della Migros. Per ora, tuttavia, il sito non è in italiano e con un minimo sforzo si sarebbe potuto offrire un servizio in ordine anche agli italo-foni e – almeno per il momento – nei principali centri del nostro cantone e nelle loro periferie le consegne vengono fatte una volta sola alla settimana, il mercoledì. Le spese di spedizione (fr. 12,90) e la cifra minima d'acquisto (fr. 99.–), inoltre, possono essere una condizione sfavorevole. Volete però mettere la comodità di farvi recapitare direttamente a casa una spesa grande così, di quelle pesanti e che possono garantire una lunga sopravvivenza tra le mura domestiche senza farvi mancare nulla, dal prodotto della linea M-Budget a quello per veri e propri gourmand? Tra risparmio di tempo e energie, il santo può valere la candela. E poi – visto che l'abbiamo provato – i prodotti freschi sono freschissimi e quelli a lunga scadenza hanno una data limite veramente in là nel tempo. Quindi, tutto bene con LeShop, e anche il servizio clienti - messo alla prova - si è dimostrato efficiente.



A favore:

meno fatica; meno perdita di tempo; l'auto è in garage mentre fate la spesa (meno consumo di benzina). Ricordiamoci che con l'allontanamento dei grandi supermercati dal centro e dai piccoli centri, i grandi magazzini mettono a nostro carico le spese di trasporto.

Contro:

il sito non è ancora disponibile in lingua italiana; esiste una cifra minima di acquisto e, con le spese di spedizione, dovete in ogni caso spendere più di 100 franchi; più imballaggi da smaltire. La vendita di alcolici e tabacco da parte di Migros che normalmente non avviene nei suoi negozi e la mancanza di verifica dell'età dei consumatori. Questo aspetto peraltro si pone con tutte le ordinazioni online. Il metodo di pagamento con carta di credito o fattura dovrebbe in parte garantire che l'acquisto è fatto da una persona maggiorenne.



PAPRIKA

Mangi e ti capitano cose straordinarie: si sgrassano le maniglie dell'amore, si ferma il tempo e si invecchia meno, si cancellano le zampe di gallina, si allungano capelli e unghie, si rimettono in sesto altre cose cadenti. Dicono sia il miracolo dei santi integratori venerati dai supermercati.

Vestiti diversamente, per non confondere, sono arrivati anche Eros & Venus. L'uno marrone, per gli uomini, l'altra malva, per le donne. Due pasticche prodotte e fornite dai rinomati laboratori Omega Farma e che saranno sugli scaffali dei grandi empori europei. Nessuna ricetta, una volta al giorno, sessanta franchi al mese, felici dappertutto. Basta mescolare, versione malva, una punta di fotoestrogeni (trifoglio rosso e grano di lino) con un pizzico di ginseng e di decapeptide di latte (amminoacidi) oppure, versione marrone, una foglia d'ortica, un tocco di carciofo, poche proteine del grano e del ginepro, ed ecco superati i problemi di menopausa o andropausa. Ve lo assicurano, scientificamente, due esperti, concludendo che «la cinquantina ha finalmente l'opportunità di vincere il premio della sua riorganizzazione fisica e psichica». Dai, che le proviamo!

Più sotto, in una breve intervista, il direttore di marketing mi riorganizza psichicamente ancora prima delle sue pasticche. Dice, quell'impudente: «Gli ex-baby-boomers (nota: sarebbero i cinquantenni d'oggi esplosi demograficamente tra gli anni Cinquanta e Sessanta, prima della pillola) hanno un potere d'acquisto formidabile, si preoccupano della loro salute, vogliono ancora cogliere il meglio dalla vita... La scatola degli uomini l'acquistano sicuramente le donne». Ho capito. Tradotto: eccoti un'altra «nicchia» di possibili polli.

Illegale la propaganda di Santésuisse

Lo afferma l'Ufficio federale di giustizia in una comunicazione passata inosservata ai più ma non all'ACSI che aveva protestato con veemenza per l'utilizzo abusivo dei soldi degli assicurati e degli enti pubblici.

Ricordate le polemiche per la propaganda di Santésuisse (l'organizzazione mantello degli assicurati malattia) contro l'iniziativa per una cassa malati unica e sociale?

L'ACSI e le altre organizzazioni svizzere dei consumatori avevano protestato con veemenza per l'utilizzo dei soldi degli assicurati e degli enti pubblici (attraverso i sussidi) per fare campagna in vista della votazione dell'11 marzo 2007.

L'Ufficio federale della sanità pubblica aveva risposto che Santésuisse ha il diritto (come qualsiasi altra organizzazione) di agire a livello politico nell'interesse dei suoi membri e che la costituzione di un fondo di 7 milioni non può essere considerata eccessiva e non necessita quindi di misure particolari di sorveglianza.

L'ACSI, forte di una perizia giuridica di due noti professori universitari che smentiva la posizione delle autorità federali, aveva invitato gli assicurati a chiedere alla propria cassa malati la restituzione dei soldi versati a Santésuisse, e in caso di risposta negativa, a rivolgersi all'Ufficio federale della sanità pubblica. Le casse malati avevano, naturalmente, risposto picche e l'Ufficio della sanità non aveva dato seguito alle lettere di chi lo invitava a intervenire.

A quasi un anno di distanza il problema torna sul tappeto. Un parere giuridico dell'Ufficio federale di giustizia smentisce i colleghi dell'Ufficio di sanità e il consigliere federale Pascal Couchepin sostenendo che le casse malati e Santésuisse non hanno diritto di fare propaganda politica in quanto



devono rispettare gli stessi principi che regolano l'intervento delle autorità federali in occasione di votazioni popolari. Principi che prevedono informazione oggettiva, trasparenza e utilizzo moderato di mezzi finanziari e che sono stati disattesi in occasione della votazione sulla cassa malati unica.

La notizia di questo parere giuridico è passata in sordina (poche righe su alcuni quotidiani a fine novembre) ma sembra aver messo in imbarazzo l'Ufficio federale della sanità e Santésuisse che non hanno tuttavia preso pubblicamente posizione. Visto il silenzio, l'ACSI ha scritto al direttore dell'Ufficio della sanità per chiedere informazioni. Siamo in attesa della risposta ma per ora tutto tace.

Consiglio del pubblico porta in faccia ai consumatori



Il Consiglio del pubblico della CORSI non ha nominato la segretaria generale dell'ACSI, Laura Regazzoni Meli quale suo nuovo membro. L'ACSI aveva avanzato questa candidatura ritenendola più che giustificata sia perché i consumatori vi sono da anni rappresentati sia perché oggi si parla sempre più di interessi dei consumatori-utenti, protagonisti della società e dell'economia. L'ACSI è un movimento che si occupa a 360° della società, non è un'associazione settoriale, è indipendente e non difende interessi di parte. La presenza di un suo rappresentante in un organismo come il Consiglio del pubblico ci sembra più che mai opportuna se non necessaria.

Giovedì 17 gennaio il Consiglio del pubblico della CORSI ha proceduto per cooptazione alle nomine di 4 membri di sua scelta, facoltà che gli è concessa per statuto. In questo consesso consultivo l'ACSI è stata rappresentata per ben sedici anni dalla sua ex-presidente Marisa Rathey Bonomi che lo scorso dicembre ha dovuto lasciare la carica essendo giunta alla scadenza del suo quarto mandato e che ringraziamo per il costante e motivato impegno anche in questo ambito.

Marisa Rathey Bonomi, a quel momento presidente in carica dell'ACSI, era stata eletta nel Consiglio del pubblico direttamente dall'Assemblea della CORSI che, con lungimiranza e spirito d'apertura, aveva ritenuto opportuno e utile che a consumatrici e consumatori fosse data la possibilità di esprimersi sui programmi radiotelevisivi. In particolare, aggiungo io, su quelli suscettibili di influenzare o condizionare le nostre scelte e i nostri comportamenti.

Essendo pertanto divenuto vacante quello che consideravamo un posto destinato all'ACSI, per poterlo mantenere abbiamo ritenuto di presentare una candidatura valida e qualificata nella persona di Laura Regazzoni, la nostra segretaria generale. Candidatura che in votazione, dopo tre nomine scontate, è purtroppo entrata in conflitto con quella del candidato della Lega, per far eleggere il quale PLR e PPD avevano formato un brigato e non poco. Per loro si trattava di offrire un contentino a Giuliano Bignasca, furioso per come erano andate le cose per la Lega nell'ultima assemblea della CORSI, che aveva lasciato profferendo oscure minacce contro l'ente radiotelevisivo. Com'era da attendersi per via del "peso"

numerico dei suoi volenti o nolenti supporters, la meglio l'ha avuta il candidato della Lega nonostante i generosi appoggi da più fronti sui quali ha potuto contare Laura Regazzoni. Quanto alla solidarietà femminile dimostrata in questa occasione.... transeat! (in un organismo dove le donne sono sottorappresentate).

Al di là di questi fatti determinanti per la nostra sconfitta e del "comméragé" gratuito su questioni di forma, nel corso della discussione pre-voto la principale ragione espressa contro la nomina nel Consiglio del pubblico di Laura Regazzoni in sintesi è stata questa: l'ACSI in quanto associazione non può (e chissà perché?) rivendicare il diritto di essere rappresentata in questo consesso. Anche perché avrebbe potuto indurre altre associazioni o organizzazioni a farlo (... anche se finora non è mai successo).

A questo punto ai lettori verrà naturale porsi delle domande, del genere: ma chi ha mai stabilito che solo e unicamente i partiti possono essere rappresentati nel Consiglio del pubblico? E chi ha conferito loro il potere di fissare all'interno dello stesso delle quote quanto alla consistenza delle rispettive "formazioni"? La risposta è semplice: sono loro stessi, con la loro capacità di mobilitare i fedelissimi al momento delle nomine e, attraverso questa forza numerica, di far eleggere dall'Assemblea i loro prescelti nei diversi organismi della CORSI. Forza e capacità che nessuna associazione, men che meno la nostra, nel clima attuale, può avere senza dover bussare alla porta di un partito, a scapito della propria indipendenza. Ancora più difficile, e l'abbiamo sperimentato sulla nostra pelle, è tentare di far

passare per cooptazione una candidatura di provenienza extra-partitica anche se molto valida, in quanto questo strumento complementare di nomina viene essenzialmente adoperato per assestare o completare schemi preconfezionati con la regia dei partiti. Detto ciò non vorrei minimamente insinuare nei lettori il dubbio che queste discutibili dinamiche portino fatalmente a far sedere nel Consiglio del pubblico persone inidonee. Di regola i partiti le loro scelte le sanano fare con una certa cura. Basta dare un'occhiata alla lista degli eletti per trovarvi nominativi di persone più che degne e di notevole qualità.

Resta comunque da capire perché, se non per mostrar bandiera, i partiti si ostinano a voler mantenere il loro controllo anche su un organismo al quale gli statuti affidano una funzione unicamente consultiva com'è quella di valutare e analizzare criticamente palinsesti e programmi radiotelevisivi per poi formulare proposte e suggerimenti, ma senza la facoltà di imporre o modificare alcunché. Perché allora non lasciare spazio a qualificati rappresentanti della società civile indipendentemente dalla loro effettiva o presunta appartenenza partitica, quando lo stesso presidente Generali non perde occasione di ribadire la necessità per la CORSI di distanziarsi dal mondo politico?

Ed infine c'è da chiedersi come si concilino queste consolidate "pratiche" con la cristallina "grammatica" dello statuto che all'art. 36 cpv. 1 recita: Il Consiglio del pubblico si compone di diciassette membri, scelti tenendo conto delle correnti spirituali e culturali della Svizzera italiana.

MARIO JÄGGLI, PRESIDENTE ACSI



Prodotti illeciti venduti in Ticino

Etichette non conformi, dosaggi eccessivi di sostanze farmacologiche non omologate per integratori alimentari: su segnalazione di un consumatore, la Bds ha provato ad acquistare alcuni prodotti la cui vendita è illegale per la legge svizzera.

È incredibile quante persone fanno uso di complementi alimentari o integratori per migliorare le proprie prestazioni fisiche. Il solo fatto di frequentare palestre o praticare attività che richiedono sforzo fisico e mentale induce un sacco di indi-

vidui a ingerire sostanze di dubbio effetto e provezienza. Si tratta di un mercato fiorente che viaggia alla grande su internet, ma anche in negozi specializzati e nelle palestre.

Resi attenti da un consumatore competente e credibile che ha fornito all'ACSI detta-

gliate informazioni, abbiamo voluto verificare la situazione denunciata. Siamo andati in un paio di negozi a Lugano, precisamente a Viganello e Cassarate, e abbiamo acquistato alcuni prodotti.

Ci siamo limitati a due negozi ma per questi prodotti ci sono molti canali di vendita difficilmente controllabili. Due negozi sono bastati per confermare il quadro dipinto dal consumatore che conosce bene questo tipo di mercato per averci lavorato e per aver rifornito negozi e palestre del cantone nonché cittadini privati.

Un centro di acquisto e di smistamento di questi prodotti provenienti dall'Ungheria si trova nel canton San Gallo, a St. Margrethen: lì vengono stoccati in un magazzino e distribuiti in tutta la Svizzera.

I prodotti che abbiamo acquistato sono stati scelti in quanto facilmente individuabili come illegali, tipo scritte e etichette in sola lingua inglese e effetti vantati.

Al momento della vendita abbiamo rilevato palesi violazioni per quanto riguarda l'indicazione – perlopiù assente – dei prezzi e la mancata consegna dello scontrino di cassa. Dopo l'acquisto abbiamo potuto rilevare problemi legati all'inganno in quanto si tratta da un lato di prodotti non conformi alla legislazione svizzera dall'altro di farmaceutici venduti come integratori o complementi alimentari.

Poiché si tratta di un mercato con una miriade di prodotti talvolta dubbi per composizione o per superdosaggi critici, offerti attraverso canali poco appariscenti e di nicchia, oltre che chiedere alle autorità competenti di fornire il necessario personale a chi è tenuto a fare i controlli, riteniamo indispensabile informare il consumatore sulle precauzioni da prendere per acquisti in questo particolare settore (vedi consigli ACSI a pag. 14).

The Body Temple

Il negozio è pieno di barattoli di integratori e complementi alimentari americani per sportivi e body builders praticamente tutti con indicazioni solo in lingua inglese. Vi si trovano anche prodotti che per la loro composizione e proprietà dovrebbero essere venduti solo in drogheria o in farmacia (se omologati).

Benché il venditore, peraltro molto gentile, sembrasse conoscere i suoi prodotti, per uno dei tre da noi acquistati ha consigliato di consumarlo prima dell'allenamento quando invece sulle avvertenze (in inglese) stava scritto l'esatto contrario.

Alla nostra specifica richiesta di informazioni sulla "sicurezza" dei tre prodotti acquistati, ha garantito la loro perfetta conformità alla legislazione svizzera. Dichiarazioni che in




Che differenza c'è tra alimento e medicamento?

Per legge, le derrate alimentari sono gli alimenti e i generi voluttuari. Gli alimenti sono prodotti destinati alla costituzione e al sostentamento dell'organismo umano; fra i generi voluttuari si trovano, per esempio, le bevande alcoliche e gli articoli di tabacco. Pur essendo ammesse, soprattutto per certi alimenti speciali, forme di presentazione simili ai farmaci (in pillola o pastiglia, con relative dosi di somministrazione), gli alimenti non possono assolutamente essere pubblicizzati come medicamenti. Per la legislazione alimentare sono vietate le allusioni di ogni genere che attribuiscono a una derrata alimentare proprietà "atte a prevenire, curare o guarire una malattia umana oppure proprietà dimagranti o ancora che diano adito a supposizioni del genere".



Per medicamento si intende quel prodotto di origine chimica o biologica destinato ad avere un'azione medica sull'organismo, utilizzato ai fini della diagnosi, della prevenzione o del trattamento di malattie, ferite e handicap. I medicamenti pronti per l'uso possono essere immessi in commercio soltanto se sono omologati da Swissmedic.

In questo ottica è concordato e organizzato il controllo ufficiale del Laboratorio cantonale e dell'Ufficio del farmacista cantonale: un prodotto – apparentemente alimentare – ma che presenta allusioni terapeutiche sull'imballaggio resta di competenza del chimico cantonale se il proprietario toglie le allusioni terapeutiche dall'imballaggio. Esso diventa di competenza del farmacista cantonale ed è quindi sottoposto ad omologazione se il proprietario mantiene le allusioni terapeutiche sull'imballaggio. Un prodotto alimentare deve rispettare il dosaggio di certi ingredienti (come le vitamine o gli aminoacidi) per essere conforme alla legislazione alimentare. Un dosaggio di ingredienti a un livello farmacologicamente attivo fa automaticamente perdere al prodotto la qualifica di alimento.

The Body Temple SA, via al Fiume 6, Viganello

	Prodotto	Produttore	Non conformità	Conclusioni
	BCAA Power Alimento di complemento (per la crescita muscolare)	ISS Integrated Sports Science Charlotte, NC 28269	1) avvertenze e indicazioni solo in lingua inglese; 2) dosaggio eccessivo di vitamina B6: 450% della dose giornaliera ammessa; 50% in più del massimo ammesso per questo genere di prodotti; 3) manca l'indicazione del paese di produzione.	Vendita illegale
	Nitron 5 Alimento di complemento	EAS, Inc. 555 Corporate Circle Golden, CO 80401 USA	1) avvertenze e indicazioni solo in lingua inglese; 2) dosaggio eccessivo di Niacina: 550% della dose giornaliera ammessa; 85% in più del massimo ammesso per questo genere di prodotti; 3) dosaggio eccessivo di Arginina: 50% in più del massimo ammesso per questo genere di prodotti; 4) contiene vegetali non ammessi dalla legislazione svizzera.	Vendita illegale
	Sylvester Stallone's Leanfire Prodotto dimagrante	Manufactured for: Instone, LLC, Irvine CA 92617	Prodotto farmaceutico non omologato	Vendita illegale Nota: il tenore di caffeina contenuto nella dose giornaliera da assumere corrisponde a quello di 6-10 tazzine di caffè espresso.

Vivi bene, via delle Scuole 15, Lugano-Cassarate

	Prodotto	Produttore	Prezzo	Non conformità	Conclusioni
	Arthrimin Venduto come integratore alimentare	Jamieson Laboratories Toronto Ontario Canada	fr. 46.–	Prodotto farmaceutico non omologato	Vendita illegale
	Tribulus Terrestris Potenziatore naturale del testosterone (aumento della potenza sessuale)	BioTech Made in EU (ci risulta che sia prodotto in Ungheria)	fr. 42.–	Prodotto farmaceutico non omologato	Vendita illegale

base alle nostre verifiche (vedi tabella) sono assolutamente ingannevoli.

Quanto ai prezzi non sono né indicati sull'imballaggio, né sugli scaffali e non sembrava nemmeno esistere un listino: al momento di pagare il venditore ha "sparato" un prezzo complessivo di fr. 210.–, assicurandoci che ci aveva concesso un notevole sconto. Lo scontrino ci è stato stampato solo dopo esplicita richiesta.

Vivi bene

Nel negozio si trova una moltitudine di prodotti a base di piante erbe, integratori e complementi alimentari, ricostituenti, prodotti vitaminici, cosmetici, ecc. molti dei quali correttamente etichettati in lingua italiana. Vi si trovano anche prodotti che per composizione e proprietà dovrebbero essere venduti solo in drogheria o in farmacia.

Alla nostra specifica richiesta di informazioni circa la "sicurezza" dei due prodotti acquistati, il titolare ha garantito la loro conformità alle norme dell'UE e a quelle tedesche. Ma questo non significa che siano conformi alle leggi svizzere!

I prezzi sono indicati sui singoli prodotti per mezzo di etichette. Lo scontrino di cassa ci è stato consegnato solo dopo averlo esplicitamente richiesto.

I consigli dell'ACSI

Ecco le precauzioni che vi consigliamo per l'acquisto di alimenti di complemento, integratori alimentari o prodotti farmaceutici in:

- erboristerie
- commerci di preparati alimentari e terapeutici alternativi
- negozi di articoli per sportivi e body builders
- fiere e saloni
- per posta
- per internet.

1. Evitate di acquistare quei prodotti che hanno effetti specifici e profondi sull'organismo, in particolare quelli destinati ad aumentare la massa muscolare o la potenza sessuale, preparati dimagranti, ecc.

2. Qualora li voleste acquistare comunque, non assumeteli se:

- non siete in grado di comprendere le avvertenze stampate sull'imballaggio per via della lingua nella quale sono espresse
- sull'imballaggio vi sono delle avvertenze che menzionano possibili effetti collaterali indesiderati
- sull'imballaggio non è indicato il nominativo della ditta produttrice con le relative coordinate e il paese di produzione (il nominativo dell'importatore non basta)
- dal paese di produzione indicato non sono da attendersi le necessarie garanzie in materia di protezione della salute e dalle frodi.

3. Evitare di acquistare prodotti che presentano allusioni terapeutiche senza che sia presente sull'imballaggio l'omologazione da parte dell'Istituto svizzero per gli agenti terapeutici.

4. In caso di dubbi rivolgetevi per consigli al vostro medico o al vostro farmacista.

Se incappate nella vendita di alimenti di complemento o integratori alimentari nell'ambito di attività di altro tipo (es. palestra, club sportivo, Internet, ecc.), segnalatelo al Laboratorio cantonale.

“Non possiamo fare di più: troppo pochi controllori”

Il parere del direttore del Laboratorio cantonale, Marco Jermini

Il commercio di alimenti di complemento e di integratori alimentari – dichiara il direttore del Laboratorio cantonale, Marco Jermini – avviene per lo più attraverso canali inusuali per il tradizionale controllo degli alimenti: non in normali negozi (o drogherie) già conosciuti e ispezionati dal Laboratorio cantonale, bensì in palestre, club, in vendita diretta o via Internet (su siti specifici o su siti di vendite all'asta come “e-bay” o “ricardo”). Quasi tutte queste “nuove” attività, anche perché generalmente gestite da improvvisati “commercianti” ignari dei minimi requisiti di legge, sorgono e scompaiono in un batter d'occhio. Esse in genere non ottemperano al vigente obbligo di legge di annunciarsi (notifica) all'autorità competente (il Laboratorio cantonale). Ne risulta che sono pochissime quelle conosciute e registrate dal Laboratorio cantonale e in quanto tali anche ispezionabili. Un'ispezione viene tuttavia immediatamente programmata allorché una segnalazione indica l'esistenza di una nuova attività. In questi casi, in generale, le ispezioni si concludono con la contestazione di non conformità riguardante l'autocontrollo (inesistente o insufficiente) e la caratterizzazione (etichettatura) dei prodotti venduti (incompleta o ingannevole).

Si potrebbe obiettare che il controllo ufficiale sarebbe forse migliore se l'ispettorato del Laboratorio cantonale ricercasse sistematicamente sul territorio queste attività; questa strategia è tuttavia preclusa dalle importanti limitazioni delle risorse umane disponibili. Con le risorse attuali (4,5 ispettori/controlleri delle derrate alimentari per circa 4'000 attività) si è forzatamente obbligati a tenere qualitativamente e quantitativamente meglio sotto controllo rischi alimentari maggiori e prioritari, che riguardano soprattutto fasce di popolazione nettamente più ampie di quella, alquanto limitata, dei frequentatori di palestre e consumatori di “polveri o pasticche complementari o integranti”.

I consigli dati dall'ACSI sono un valido strumento a disposizione del consumatore per operare le proprie scelte anche in modo autonomo e indipendente dal controllo ufficiale.



Prodotti senza alcuna garanzia

Il parere del Farmacista cantonale, Giovanni Maria Zanini



In Svizzera possono essere venduti al dettaglio soltanto i medicinali che sono stati omologati da Swissmedic. Il consumatore può riconoscerli facilmente siccome sulla confezione esterna portano un marchio rotondo con la scritta “Swissmedic”, all'interno del quale è stampata una lettera (A, B, C, D, E). I medicinali – o i prodotti che il consumatore percepisce come tali – che sono privi di questo “bollo” sono a priori illegali. Per questi prodotti lo Stato non fornisce nessuna garanzia: è dunque possibile che siano di scarso valore qualitativo, inefficaci o, magari, problematici. Al limite, potrebbero anche essere dei prodotti contraffatti.

La cosa più semplice sarebbe non comperarli!

L'Ufficio del farmacista cantonale e l'Ispettorato regionale dei medicinali non hanno le risorse per eseguire controlli a tappeto nei negozi del Cantone con l'obiettivo di tutelare i consumatori dagli inganni. I nostri sforzi sono concentrati sugli interventi volti a proteggere la salute pubblica e individuale.

Per questo andiamo a cercare di nostra iniziativa i medicinali illegali o i negozi che li vendono soltanto quando abbiamo elementi per ritenere che ci sia in circolazione qualcosa di pericoloso per la salute. Diamo però seguito a tutte le segnalazioni che riceviamo e che ci provengono dai consumatori e dalle loro associazioni (come in questo caso), dagli operatori sanitari, dalle dogane. I nostri interventi si concludono con il sequestro della merce illegale, con una diffida e normalmente una multa. Ringrazio in anticipo tutti coloro che ci daranno una mano a contrastare la vendita di medicinali illegali.

Adesivi contro la pubblicità: niente paura!

Alcuni consumatori, pur avendo gradito l'omaggio dell'adesivo da esporre sulla bucalettere contro gli invii postali indesiderati, ci hanno detto di temere di non ricevere più informazioni di interesse pubblico. Abbiamo voluto ancora verificare l'attendibilità di queste affermazioni e possiamo dire che le preoccupazioni non hanno alcun fondamento.

Christian Crivelli, responsabile Rete postale e vendita Comunicazione Sud della Posta, ci ha confermato che i volantini concernenti manifestazioni di enti o associazioni locali (carnevale, parrocchia, associazioni sportive o culturali, ecc.) devono essere recapitati anche a chi espone l'adesivo. In linea generale, non vengono recapitati nelle cassette delle lettere o di deposito provviste dell'adesivo "Niente pubblicità per favore" gli invii commerciali senza indirizzo. PromoPost recapita comunque in tutte le cassette delle lettere i seguenti invii:

- ✓ invii delle autorità, dell'amministrazione e delle imprese pubbliche della Confederazione, dei Cantoni e dei Comuni, a condizione che questi - con i lo-

ro invii non indirizzati - non perseguano essenzialmente uno scopo commerciale

- ✓ i fogli ufficiali e altri organi di pubblicazione ufficiali

- ✓ invii di partiti politici

- ✓ invii di comitati apartitici che sono direttamente legati ad elezioni o votazioni imminenti

- ✓ in casi eccezionali: altri invii di pubblico interesse come gli elenchi telefonici, orari dei trasporti, sacchi per indumenti

- ✓ gli invii di natura non commerciale che rispondono all'esigenza di una vasta fascia di pubblico (p.es. inviti a donare il sangue, informazioni inerenti progetti di costruzione / rumore o traffico / interruzioni di corrente, acqua, gas, telefono; test sirene, ecc.)

- ✓ invii di ditte di smaltimento/riciclaggio (sacchi per scarpe e vestiti, sacchi per batterie ecc.)

- ✓ invii con inviti a donare da parte di enti per la raccolta di fondi, organizzazioni caritatevoli certificate dalla ZEW, l'ufficio centrale delle organizzazioni che raccolgono donazioni a scopo benefico).

Niente paura, dunque! Piuttosto, se non ricevete questo materiale reclamate con il postino.

Post-it

MARIO JÄGGLI



La pubblicità si è impadronita dei termini di verde, ecologico sano, puro, naturale, sostenibile, terroir ecc. e li usa talvolta a torto e traverso. Sono ormai diventati efficaci argomenti di vendita.

Mi è capitato proprio in questi giorni di vedere alla TV la pubblicità di uno spray nasale contro il raffreddore del quale si vantava, e con enfasi, l'assenza di conservanti come accade sempre più spesso con gli alimentari. Del fatto che la sostanza farmacologicamente attiva contenuta porti ad assuefazione in meno di una settimana - ad avere cioè costantemente bisogno del prodotto per liberare un naso sempre più tappato - nemmeno una parola! Mi viene in mente il proverbio della pagliuzza e della trave.....

D'altra parte è da anni che è pure diventato "verde" un liquido inquinante come la benzina, solo perché esente da piombo. Di questo passo c'è da chiedersi: a quando gli antibiotici "Bio", i diserbanti della Max Havelaar o le sigarette con la IGP?

Ho diritto alla copia gratuita della cartella sanitaria?

Ho intenzione di cambiare medico. Vorrei sapere se ho il diritto di ricevere gratuitamente tutta la mia documentazione (cartella sanitaria, radiografie, analisi). Il medico mi ha detto che "costerà caro", io ritengo invece che tutto sia già stato pagato dalla mia cassa malati. Cosa ne pensate?

F.P. e-mail

L'articolo 6 della legge sanitaria cantonale prevede espressamente che il "paziente ha la facoltà di consultare presso ogni operatore sanitario, servizio o altra struttura sanitaria la parte oggettiva della cartella sanitaria e gli altri documenti sanitari oggettivi che lo concernono come pure di ottenerne copia". La legge non precisa tuttavia se il medico debba fornire gratuitamente questi documenti. Per sicurezza lo abbiamo chiesto a Franco Denti, presidente dell'Ordine dei medici del canton Ticino.

Secondo Denti non è possibile dare

"una risposta perentoria". Il presidente dell'Ordine dei medici sottolinea che il Messaggio del 1986 sulla Legge Sanitaria indicava che "di questi atti il paziente può, a pagamento, pretendere copia" e che alcune disposizioni di altri cantoni, riferite agli ospedali pubblici, prevedono la consegna di copie "gegen Gebühr" (pagamento che dovrebbe però corrispondere al principio della copertura dei costi e non alla remunerazione di una prestazione). Denti rileva pure che, secondo le disposizioni sulla protezione dei dati, "l'informazione è di regola gratuita e scritta, sotto forma di stampato o di fotocopia", solo in casi eccezionali si prevede "un'equa partecipazione alle spese". Dopo queste precisazioni di carattere giuridico il dottor Denti fornisce una risposta pragmatica. "Allo stato attuale della dottrina, la richiesta di copertura delle sole spese effettive: fotocopiatrice, invio, eventuale trascrizione di parti difficilmente leggi-

bili) non sarebbe illegittima ma rischia di risultare inadeguata. Le discussioni e la corrispondenza fra medico e paziente comporteranno, per entrambi, un dispendio di tempo e dei costi sproporzionati; e deteriorano il mantenimento dell'auspicato rapporto di fiducia fra la classe medica e i pazienti. In conclusione ritengo che il medico dovrebbe di regola fornire gratuitamente le copie o al massimo esporre una modesta "tassa". Escluderei perciò che possa esserci per il paziente "un onere non indifferente" come segnalato dalla lettrice. Ricordo pure che la Commissione Deontologica dell'OMCT è a disposizione, anche dei pazienti, per esaminare casi concreti".

L'ACSI è soddisfatta di questa posizione del presidente dell'Ordine dei medici che dimostra sensibilità e rispetto per i diritti dei pazienti e auspica che i medici la condividano.

Troppi buoni in farmacia

Continua la pratica scorretta più volte denunciata anche dall'ACSI di trasformare in "buoni" spendibili in farmacia il valore dei farmaci prescritti dal medico e non ritirati. Il farmacista cantonale ha così inviato a tutte le collaboratrici e collaboratori di farmacia una circolare in cui ricorda l'illegalità di tale prassi e la complicità di chi si presta a questi giochetti.

Negli scorsi mesi – ricorda il farmacista cantonale Giovanni Maria Zanini – il Ministero pubblico ha promosso l'accusa nei confronti di sei assistenti, dipendenti di una farmacia del Mendrisiotto, per complicità in truffa e falsità in documenti. Le assistenti sono accusate di aver aiutato il farmacista titolare a fare i "buoni" e ad allestire ricette false. Se i fatti saranno confermati, queste assistenti di farmacia saranno condannate".

Contrariamente all'opinione diffusa, si pensa che la responsabilità di simili compor-

tamenti ricada interamente e unicamente sul farmacista. Ma non è così: anche il dipendente che esegue un ordine impartito dal datore di lavoro è punibile penalmente nella misura in cui può rendersi conto che la sua azione è contraria alla legge.

Il contributo dei collaboratori di farmacia è definito da Zanini "fondamentale per far cambiare abitudine a farmacisti e a clienti disonesti e per eliminare una volta per tutte il problema dei "buoni".

Dal canto loro i consumatori che si fanno fare o accettano un buono in farmacia sono altrettanto penalmente perseguibili del farmacista o dell'assistente di farmacia. Loro sono i veri beneficiari della truffa, siccome a spese della cassa malati portano a casa il dentifricio, un profumo o un medicamento (diverso da quello che il medico ha prescritto) che le casse malati non dovevano pagare. "Se i consumatori capiscono questo concetto – ribadisce il farmacista cantonale – sarebbe già un bel passo avanti".

Campagna cantonale per le ragazze contro il papillomavirus

Buona notizia per la salute femminile. Il Dipartimento federale degli interni ha inserito la vaccinazione contro il Papilloma virus tra le vaccinazioni rimborsate dall'assicurazione di base (Ordinanza sulle prestazioni, modifica del 21 novembre 2007). Sono poste delle condizioni specifiche affinché la vaccinazione sia rimborsata. In particolare:

- ✓ vaccinazione delle ragazze tra gli 11 e i 14 anni
- ✓ vaccinazione delle donne tra i 15 e i 19 anni fino al 2012
- ✓ vaccinazione nel quadro di un programma cantonale di vaccinazione (come avvenuto nel 1999 per l'epatite B).

I lavori per la definizione del programma cantonale sono cominciati. Il medico cantonale Ignazio Cassis, da noi interpellato, dichiara che si dovrebbe partire con un programma strutturato con l'inizio dell'anno scolastico 2008/2009.

Un aspetto interessante è che la prestazione non è soggetta a franchigia.

Yogurt con latte in polvere

Gradirei sapere se lo yogurt svizzero viene fatto con latte in polvere invece di utilizzare latte fresco. Ho avuto una discussione con amici e desidererei chiarire la questione.

M.S.-Comano

Yogurt è una denominazione specifica di una derrata alimentare prodotta a partire da un non meglio precisato latte (quindi anche in polvere ricostituito). Per legge non vi è pertanto l'obbligo di menzionare tra gli ingredienti il genere di latte trasformato in yogurt per acidificazione batterica. Lo stesso vale per esempio per il vino per il quale non si deve specificare che è stato fatto a partire dall'uva. La Emmi sui suoi Yogurt Toni si limita infatti a scrivere semplicemente Yogurt tra gli ingredienti, senza specificare l'aggiunta di latte in polvere. Migros e COOP sono più diligenti. Per lo yogurt Heidi della Migros negli ingredienti si trova: yogurt (latte magro, proteine di latte, latte scremato in polvere). Sempre Migros: Saison yogurt c'è scritto: yogurt (latte magro, panna, proteine di latte). Dalle aggiunte tecnologiche non si salvano comunque nemmeno i Bio: sullo yogurt Bio natura della Migros sta indicato: latte intero, proteine di latte. Le ragioni di questo utilizzo, come conferma Migros, sono di tipo tecnologiche (possibilità di correggere certi parametri per avere un prodotto standard, flessibilità produttiva, indipendenza dalle forniture di latte fresco) ma a noi resta il dubbio che ci siano pure ragioni economiche (potrebbe trattarsi di latte in polvere – magari estero – a buon mercato). La consumatrice che ci ha interpellato ha perfettamente ragione: il consumatore deve sapere a partire da quale latte è stato fatto il suo yogurt, soprattutto se bio. Eviti di acquistare da chi non lo dichiara

Vessati dalle ditte di incasso

Leggendo sulla Bds un articolo sui metodi illegali degli uffici d'incasso, mi è venuta voglia di segnalarvi anche il mio caso.

Nel 2004 mi sono iscritta alla Tiscali AG divenuta in seguito VTX Datacomm AG Basilea. Per ragioni professionali uso molto il telefono e con sorpresa e disappunto ho scoperto di non poter raggiungere dal telefono fisso numeri di cellulari in Italia e all'estero. Tempestivamente, ho sollecitato spiegazioni e soluzioni in tempi rapidi. Purtroppo al numero di telefono menzionato su fattura dall'operatore, non mi è mai stato possibile parlare con qualcuno. Mai una risposta nemmeno alle richieste inviate via fax, lettere o e-mail. Irritata, li ho avvisati che avrei sospeso il pagamento della fattura fino a quando non avessi ricevuto la debita assistenza. Così ho sospeso per 3 mesi i pagamenti. Mai nulla! Solo ora, cioè dopo tre anni, il fantasma si fa vivo, avviando una procedura d'incasso attraverso la ditta Justitia Inkasso AG e io mi trovo per la prima volta in vita mia un precetto esecutivo al quale ho prontamente posto opposizione. Un legale mi ha consigliato di pagare solo uno dei tre mesi pendenti e di continuare a chiedere una giustificazione sul disservizio. Bene: nessuna risposta! Solo lettere con tanto di orologio a "count down", e-mail minatorie e telefonate di minaccia. Da parte mia credo di aver agito in modo corretto ma non è servito a nulla: su 154.45 franchi di debito iniziale, questi signori esigono 382.65 franchi: se non è usura questa!

M.O.-Massagno

Sospendere i pagamenti di propria iniziativa, anche se comprensibile, non è una scelta corretta e, come si vede, rischiosa. D'altra parte è scorretto e vessatorio non ottenere risposte alle proprie richieste.

Lettori MP3: e dopo la musica ecco anche l'immagine

Sappiamo tutto sui lettori MP3, ma se ci armiamo di pazienza e li guardiamo da vicino...



Gia avevamo in tasca un'intera discoteca, ma con i lettori MP3 ultimo grido, dai display ad alte prestazioni e memoria potenziata, ecco che alla musica si aggiungono film e fotografie. A condizione di non guardare troppo per il sottile, perché se la visualizzazione e la qualità delle immagini sono nel complesso abbastanza buone, è spesso sotto l'aspetto pratico che questi apparecchi perdono un po' della loro magia.

Con l'ICRT abbiamo testato una dozzina di lettori MP3 multimediali, che permettono di ascoltare musica e di visionare film e foto. Per questo test sono stati considerati solo i modelli con uno schermo di almeno 1500 mm², perché con display di dimensioni inferiori, il visionamento diventa veramente molto difficile.

Occhio ai problemi di memoria

Per quanto riguarda la memoria, sul mercato coesistono due tipi di lettori. Gli apparecchi con memoria flash sono generalmente più piccoli e resistenti agli urti, dunque adatti agli sportivi e ai consumatori un po' maldestri. Per contro, a parte qualche modello Apple, sono un po' più lenti dei lettori con hard disk. Questi ultimi offrono una memoria più capace, ma sono più grandi e siccome contengono componenti mobili, sono anche più fragili. Tuttavia, alcuni modelli HD sono dotati di dispositivi antiurto e i risultati del test di caduta indicano un miglioramento. Parallelamente, le capacità di memoria dei modelli flash stanno crescendo e, oggi, arrivano anche a 16 Gb, ma siamo ancora ben lontani dai 160 Gb offerti da

alcuni modelli HD di questo test.

Anche i più piccoli lettori MP3 permettono di memorizzare una decina di album in un oggetto grande quanto un accendino. In concreto, bisogna calcolare 1 Gb di memoria per circa 250 brani musicali di qualità media. Ma per un film ci vogliono 600 - 700 Mb di memoria.

Di conseguenza, se volete importare gli episodi della vostra serie preferita o la versione integrale di Star Wars, farete bene a scegliere un lettore a grande capacità o dotato di una memory card aggiuntiva.

Un computer e un po' di tempo...

Inutile aspettarsi grandi cose dal vostro lettore MP3 multimediale senza un computer, indispensabile per gestire i file musicali o video. Se poi volete scaricare musica online, caricare sul lettore un programma TV o radio, dovrete assicurarvi che la vostra connessione a Internet sia abbastanza rapida.

Non illudetevi di poter scaricare sul lettore MP3 la versione integrale del vostro telefilm preferito 10 minuti prima di prendere il treno. Non sottovalutate il tempo necessario per convertire un film, per esempio, a partire da un DVD, nel formato leggibile dal vostro MP3. Un'operazione che richiede all'incirca la metà della durata del film anche a un potente computer. Tra i più lenti, troviamo i modelli Apple, la cui conversione in un formato specifico tramite iTunes si rivela particolarmente laboriosa. Un'altra possibilità, più rapida, è offerta dalle principali radio e TV svizzere che propongono numerose trasmissioni in podcast, dunque direttamente in un formato adeguato. Ma anche così, a seconda dell'ora, calcolate 5 o 6 minuti per scaricare una trasmissione TV di circa 30 minuti con una normale connessione ADSL.

Per contro, numerosi siti web (come la versione americana di iTunes o il famoso YouTube, gratuiti) permettono di comprare, affittare o vedere dei film in un formato compatibile con il vostro lettore. Per poter accedere

La nostra scelta



Archos 605 wi-fi fr. 394.-
ottiene il 1° posto all'unanimità.

Tanto di cappello a questa marca francese che non sperpera le sue risorse in pubblicità inutile. Unico difetto, le dimensioni un po' imponenti del modello 605, che dissuaderanno più di un consumatore.

Impossibile non citare **Apple iPod fr. 566.-** con il suo design accattivante e le opzioni "touchscreen".



Creative Zen fr. 449.90

Ma per prestazioni quasi identiche e un display un po' più piccolo, Creative Zen è nettamente meno caro (il prezzo si riferisce alla versione 16 Gb). Senza contare la porta per memory card, che si può spegnere a piacimento.


ARCHOS
605

GRUNDIG
MPIXX VP
6200

APPLE
Ipod Touch
16

CREATIVE
Zen

APPLE
Ipod Classic
160

Prezzo (fr.)		394.-	635.-	566.-	330.40	476.-
Caratteristiche	Modello a disco rigido	SÌ	SÌ	NO	NO	SÌ
	Memoria integrata (GB)	30	30	16	8	160
	Uscita per carta memoria	NO	NO	NO	SD card	NO
	Browser internet	NO	NO	SÌ	NO	NO
	Wifi	SÌ	NO	SÌ	NO	NO
	Radio FM	NO	SÌ	NO	SÌ	NO
	Dittafono	NO	SÌ	NO	SÌ	NO
	Giochi	NO	NO	NO	NO	SÌ
	Dimensioni (mm)	82x122x16	78x117x24	110x62x8	55x83x11	104x62x14
	Peso (in grammi batterie incluse)	240	235	119	64	157
	Dimensione dello schermo (pixel)	800x480	ns	640x480	320x240	320x240
Qualità audio (8%)	●	● / ●	●	●	●	
Batteria (6%)	▲	▲	●	●	+	
Facilità d'uso (15,2%)	●	●	●	●	●	
Programmi (0,8%)	▲	▲	▲	●	▲	
Portabilità (4%)	▲	▲	●	●	▲	
Durevolezza* (2%)	●	+	+	+	+	
Polivalenza (4%)	●	●	●	●	●	
Sicurezza uditiva* (0%)	●	●	+	+	+	
Foto (20%)	●	● / ●	● / ●	● / ●	● / ●	
Funzioni video (40%)	Scaricare video	+	+	●	●	▲
	Visionamento all'interno	+	●	+	●	●
	Visionamento all'esterno	●	●	●	▲	●
	Angolo di visione	●	●	●	▲	●
	Facilità d'uso	+	+	●	●	▲
	Batterie in modalità video	●	●	●	●	+
GIUDIZIO GLOBALE (%)	69.78	61.67	58.32	56.83	50.06	

* durevolezza e sicurezza uditiva: criteri limitanti

n.s. non specificato

re direttamente dal lettore a questi servizi, è però necessario che l'apparecchio abbia la funzione wi-fi integrata.

Un giorno bello carico

Senza dubbio, è dal lato autonomia della batteria che si osservano le più grandi differenze di qualità tra i vari lettori. Se Archos 605 funziona circa dieci ore con le batterie cariche,

Come si è svolto il test

La **qualità audio** è stata valutata da una squadra di esperti ascoltando brani molto diversi tra loro (classica, chitarra e pop). Decibel e distorsioni del suono sono inoltre stati misurati secondo le norme DIN 45405 ed EN 61096/10.93.

L'**autonomia della batteria** è stata va-

lutata in funzione del tempo di funzionamento del lettore e dei tempi di ricarica. La **facilità d'impiego** è stata valutata tra le altre cose sulle modalità d'uso e sui tempi necessari per trasferire i file MP3 dal computer al lettore. Nel giudizio rientra anche la facilità d'accesso ai principali co-

**SAMSUNG**
YP-P2**CANON**
Media Storage
M30**VENZERO**
Slickr**ZICPLAY**
V-Touch**ODYS**
MP X50**TECHNAXX**
MV3**PAC**
MP MAN
MP-CS255**ARCHOS**
704 Mobile TV

290.85	648.-	182.-	129.-	150.-	100.-	173.-	922.-
NO	SÌ	NO	NO	NO	NO	NO	SÌ
8	30	2	2	1	2	0.25	40
NO	CF, Microdrive SD/SDHC, MMC	Mini SD	NO	Micro SD	Micro SD	SD / MMC card	NO
NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
SÌ	NO	SÌ	SÌ	SÌ	SÌ	NO	NO
NO	NO	SÌ	SÌ	SÌ	SÌ	SÌ	NO
NO	NO	SÌ	SÌ	SÌ	SÌ	SÌ	NO
100x52x10	81x139x33	56x86x10	47x80x11	47x80x10	45x75x15	60x90x20	129x181x21
81	370	56	60	50	42	107	630
480x272	640x480	320x240	320x240	320x240	220x176	n.s.	800x480
●	▲	● / ●	▲ / ▲	●	▲ / ●	●	●
▲	▲	●	▲	●	▲	▲	●
●	▲	●	▲	▲	▲	▲	●
+	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
●	▲	●	●	●	●	●	▲
●	+	+	●	+	+	+	▲
●	●	●	●	●	●	●	●
+	+	●	+	●	+	●	+
●	●	● / ●	▲ / ●	▲ / ●	▲	▲	● / +
▲	●	▲	●	▲	▲	▲	+
●	+	●	●	●	●	●	+
▲	●	▲	▲	▲	●	▲	▲
▲	●	▲	●	▲	▲	▲	●
▲	▲	▲	●	▲	▲	▲	+
●	●	●	●	●	●	●	●
46.13	41.66	40.97	39.28	38.98	36.43	35.63	30

+ Molto buono

● Buono

● Soddisfacente

▲ Poco soddisfacente

▲ Insufficiente

mandi. I programmi forniti e la loro installazione sono stati oggetto di prove separate. Il peso, il volume e gli accessori sono stati valutati nel criterio **portabilità**. Infine, le prove di caduta e di resistenza alla pioggia ci hanno permesso di valutare la **resistenza** del lettore.

I parametri come la connessione, il tipo di file supportati e le applicazioni fornite so-

no stati valutati nel criterio **polivalenza**.

La **funzione video** è stata valutata tramite la visione di film e foto da parte di esperti.

La carenza di sicurezza auditiva o di solidità penalizza il lettore nella valutazione complessiva (criterio limitante).

**Prima di un
acquisto chiedi
i test all'acsi**

iPod Touch arriva tranquillamente a venticinque. Attenzione però, perché per vedere un film è necessaria più energia (per il lettore) e in modalità video l'autonomia crolla: quattro ore e mezzo per Archos, sei ore per iPod. Una differenza che si spiega in parte con le dimensioni del display di Archos, pari a più di 5000 mm² contro i 3750 mm² dell'iPod.

Per quanto riguarda i tempi di ricarica, i più frettolosi dovranno armarsi di pazienza. Se iPod classic si ricarica in due ore e mezzo, Archos se la prende comoda con ben otto ore! Giudizio negativo per i modelli Apple, che vanno collegati ogni volta alla porta USB di un computer acceso, a meno che non si compri uno specifico caricabatteria.

L'ideale sarebbe perdere il minor tempo possibile per le principali operazioni, ma un buon numero di modelli segue una logica difficile da capire. Per esempio, Canon Media Storage non possiede una vera funzione di ricerca e si blocca ogni volta che l'utilizzatore manipola l'apparecchio, contrariamente ad altri modelli, che permettono di eseguire diverse operazioni e al contempo ascoltare della musica.

TRADUZIONE TF

Ascoltate il silenzio

Anche i migliori lettori MP3 non valgono nulla senza dei buoni auricolari ed è spesso su questo punto che peccano i produttori.

Certo, la maggior parte dei modelli se la cava bene con le cuffie originali, ma provate a utilizzare degli auricolari più sofisticati e la differenza salterà subito alle orecchie.

Attenzione: in un ambiente rumoroso (treno, traffico, eccetera), si tende ad alzare il volume. Un'idea nefasta per l'apparato uditivo, messo doppiamente alla prova sia dal rumore esterno che dal volume troppo alto.

Volete salvare gli unici timpani che avete? Scegliete delle cuffie antirumore, per esempio i modelli Sony MDR-NC22 (ca. 111.70) riducono ogni rumore esterno grazie a un principio geniale: alcuni microchip integrati captano i suoni e un circuito elettronico genera una frequenza diametralmente opposta. Risultato, i suoni esterni vengono annullati e non è più necessario portare al massimo il volume dell'apparecchio.

Se invece volete portarvi a casa come souvenir un lettore MP3 acquistato negli USA, sappiate che le normative americane sono molto più "morbide" delle nostre per quanto riguarda il massimo livello del volume.

Infine, la qualità del suono dipende anche dal livello di compressione dei file, l'ideale si situa tra 128 e 160 kbps. Per i podcast delle emissioni audio della radio, 96 kbps sono più che sufficienti.

A occhi chiusi

Cercate invece un normale lettore MP3 e le immagini non v'importano granché? I vari iPod Apple hanno occupato a lungo i primi posti della classifica, ma la concorrenza si fa

dura e minaccia lo strapotere della mela. Diventa sempre più facile trovare ottimi lettori MP3, meno cari e che offrono migliori prestazioni.

Nella categoria 1 Gb di memoria i 3 migliori sono:



Dane-Elec fr. 129.-
Meizu Mini Player

Samsung fr. 140.-
YP-U2

Sandisk fr. 83.-
C240

Nella categoria 2 Gb di memoria i 3 migliori sono:



Samsung fr. 247.-
YP-T9

Sony fr. 162.30
NWZ-A815

Sony fr. 144.90
NWZ-S615

Volete ancora più memoria? Allora ci sono 8 Gb:



Apple fr. 319.-
iPod NANO 8

Cowon fr. 299.-
iAUDIO 7

Creative fr. 330.40
Zen

Nella categoria a disco rigido 30 Gb di memoria:



Creative fr. 544.-
Zen VISION:M

Apple fr. 399.-
iPod-80

Creative fr. 554.-
Zen VISION:W

Lampadine a basso consumo sempre più luminose

I tempi bui delle lampadine a risparmio energetico sembrano definitivamente tramontati. Infatti, sebbene il vantaggio economico dell'uso di queste lampadine (il consumo - e il costo - energetico va diviso per cinque) una luminosità poco convincente e il tempo d'attesa per avere una luce ottimale avevano finora scoraggiato non pochi consumatori. Ora i fabbricanti hanno avuto l'illuminazione giusta e la qualità generale di queste lampadine è migliorata molto. Lo dimostra un test apparso su FRC Magazine (la rivista della Federazione romanda dei consumatori) nell'edizione di gennaio-febbraio 2008 e nel quale sono state esaminate 17 lampadine (11 da 11 a 16W e 6 da 18 a 20W). In generale i risultati variano da buono a sufficiente (nessuna ha ricevuto una nota globale negativa).

Le forme e i colori di queste lampadine sono oggi piuttosto varie e sempre più assomigliano, nella forma, a quelle tradizionali. Rispetto a queste ultime restano invece un po' più voluminose e ciò può rendere difficoltoso il loro utilizzo in certi lampadari.

Anche la luminosità è ora più adeguata: la prima generazione di lampadine a rispar-

mio energetico si limitava a una luce simile al neon; oggi si possono avere varie tonalità di luce. Purtroppo la tonalità del colore non è sempre indicata sull'imballaggio o lo è per mezzo di un codice (per saperne di più consultate il sito http://energie-environnement.ch/info_pdf/irc.pdf).

Resta il fatto che le lampadine testate non raggiungono immediatamente (al pari di quelle tradizionali) la luminosità desiderata. Occorre attendere qualche secondo e la durata varia da modello a modello. Per esempio: in 10 secondi Philips Softone Energy Saver raggiunge il 29% del proprio potenziale luminoso, mentre, nello stesso tempo, Osram Dulux Sensor raggiunge il 55%. Nessuna lampada del test raggiunge il 75% di potenziale in 10 secondi. Occorre dunque pensare che queste lampadine sono adatte per restare accese a lungo (ad esempio nei locali dove si resta più a lungo come il soggiorno, lo studio o la camera).

Va inoltre ricordato che queste lampadine non sono particolarmente adatte per l'esterno: con basse temperature -5/-10°C la luminosità non è ottimale: per queste situazioni esistono delle lampadine speciali.



Come smaltirle correttamente

La luce di queste lampadine è possibile grazie ad un gas a base di mercurio. Una volta esaurite (dopo 6-10 anni), non devono dunque essere eliminate nella spazzatura perché si tratta di un rifiuto speciale. Occorre riportarle in negozio o smaltirle secondo le indicazioni del comune o del cantone.

Smartphone, il telefono "intelligente"

Un telefono multifunzionale, ecco quello che serve per non dimenticare mai un appuntamento, essere sempre raggiungibili, navigare in internet, e chi più ne ha più ne metta. Gli smartphones servono a tutto questo.

Le innumerevoli applicazioni di cui sono dotati li rendono simili a un'agenda elettronica, ma essi consentono di fare di più. Il test apparso su FRC Magazine (gennaio 2008) dimostra tuttavia che non tutti sono efficaci allo stesso modo nell'organizzazione della vostra attività.

A dipendenza dei modelli (ne sono stati esaminati una ventina) hanno anche la funzione di MP3, apparecchio fotografico, navigatore GPS, ecc. In generale però queste funzioni sono dei semplici gadget e possono dimostrarsi deludenti alla prova dei fatti. Prima di scegliere una smartphone valutate attentamente le vostre esigenze e i vostri bisogni.

Acrilamide, buone notizie

Nel 2002 abbiamo sentito parlare per la prima volta di acrilamide e questa parola si era aggiunta a quelle che suscitano allarme: una sostanza cancerogena che si sviluppa negli alimenti ad alto contenuto di amido quando sono cotti ad alte temperature. È il caso delle patatine fritte, dei rösti, di certi tipi di biscotti, craker, korn flakes, ecc.

Gli studi condotti in seguito avevano permesso di scoprire - nel settore delle patate - gli aspetti che si rivelano cruciali per lo sviluppo dell'acrilamide e cioè: la varietà delle patate crude (con più o meno zuccheri), le modalità di cottura, la temperatura di cottura, il tempo di cottura. Dall'ultima campagna condotta dal Laboratorio cantonale arrivano buone notizie: tutte le concentrazioni di acrilamide nelle patate analizzate si sono rivelate a livelli molto contenuti. Alcuni ristoratori ignorano ancora le raccomandazioni e cucinano patate fritte con varietà non idonee alla frittura (come Agata e Lady Christi, ricche di zuccheri). Si raccomanda anche per la cottura a casa, di dorare le patate (foto 1) e non di arrostarle troppo (foto 2).



Foto 1



Foto 2

Sta tornando l'inflazione Verso la fine dei **prezzi bassi?**



Torna a riapparire uno spettro, in tutto il mondo. Si chiama inflazione. Inflazione significa: aumento generalizzato dei prezzi, rincaro continuo dei beni e dei servizi. Per il consumatore: perdita del potere d'acquisto, perdita del valore della moneta che ha in tasca. Due domande, allora. L'una contingente: ma è proprio vero che i prezzi stanno aumentando in maniera generalizzata? L'altra più universale: andiamo verso la fine dei prezzi bassi, sempre più bassi? Gli economisti concordano almeno su una cosa: il livello dei prezzi mondiali ha raggiunto il suo punto più basso all'inizio del 2007, chiudendo in tal mondo un ciclo di oltre venti anni di quasi assenza o di padronanza assoluta dell'inflazione. In tutti i paesi industrializzati e soprattutto in quelli emergenti (es. Cina) l'inflazione sta tornando e si diffonde.

Non solo il petrolio

Anche in Svizzera il rincaro si è fatto sentire, al ritmo del 2 per cento alla fine dello scorso anno. Ciò che colpisce di questa cifra, di per sé ancora contenuta (la media annua europea e americana la supera di uno o due punti) è che non appariva più da almeno un decennio.

Che cosa sta succedendo? La prima risposta è ovviamente quella di attribuire buona parte dei motivi al prezzo del petrolio. Il prezzo del carburante è aumentato del 15 per cento durante tutto l'anno 2007 e quello della nafta del 34.8 per cento (dati dell'Ufficio federale di statistica). Aumento importante, che incide per riflesso su molti altri prodotti o servizi (agricoltura, trasporti, costi alloggio). Non è però l'unico responsabile. Chi osserva tutti i gruppi di beni e servizi che rappresentano il paniere-tipo delle economie domestiche svizzere (3300, di varia natura e di vario reddito, quelle compulsate) e che servono a formulare l'indice dei prezzi, giunge alla conclusione che il rialzo dei prezzi è pressoché generale. Le derrate alimentari di base (pane, pasta, carne di maiale e di vitello, legumi, patate) hanno avuto anch'esse una spinta al rialzo e sono certamente quelle più avvertite dal consumatore medio.

Il consumatore medio esiste però soltanto nella teoria. La borsa della spesa individuale di un'economia domestica può infatti differire assai dal paniere-tipo confezionatoci dagli statistici. Il livello di inflazione o il rincaro percepiti personalmente possono discordare assai, anche in base al reddito di cui ognuno dispone, e rendere persino poco incredibile quel 2 per cento

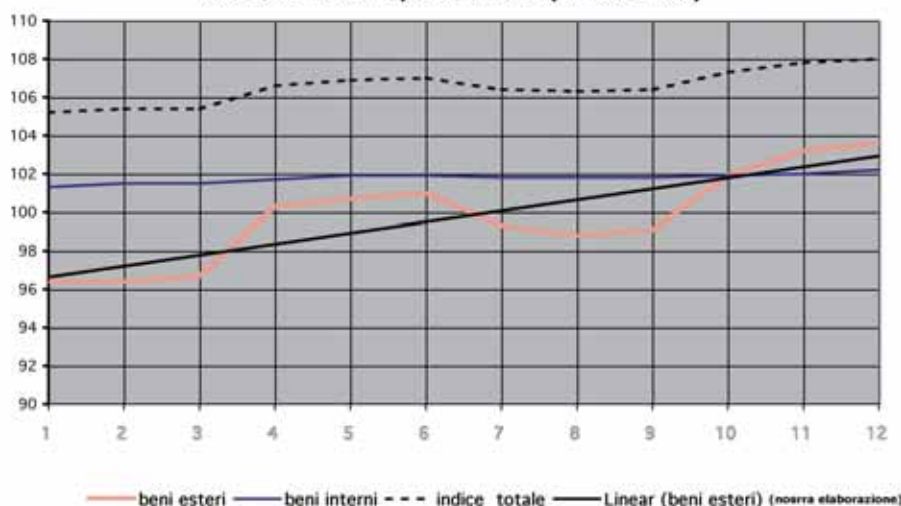
ufficiale. Stando a un'inchiesta svolta ogni trimestre dallo stesso Segretariato di Stato all'economia, tra i consumatori predomina l'impressione che i prezzi aumentano molto di più di ciò che appare sul piano economico generale. È importante rilevarlo, perché è su quella percezione che i consumatori cominciano a ripartire i prezzi dei prodotti in guadagni e perdite rispetto a un loro prezzo di riferimento specifico, dando ovviamente più importanza alle perdite e modificando il loro comportamento. Con grande incidenza su tutta l'economia: se il consumatore frena, si smorza tutta la domanda e quindi anche la crescita. Avremo allora la stagflazione (stagnazione più inflazione).

Le ragioni di un ritorno

Chi osserva i dati ufficiali sull'evoluzione dell'indice dei prezzi al consumo durante il 2007 nota però anche un fatto molto importante e significativo (riassunto nel grafico). Mentre c'è una relativa stabilità dei prezzi dei beni interni, svizzeri, c'è invece una forte crescita dei prezzi dei beni esteri, importati, che supera quella svizzera. Essa dimostra pure, per tutto l'anno, una linea-tendenza al continuo rialzo. Ci sarà anche qui, ma solo in parte, l'incidenza dei costi del petrolio o di altre materie prime, anche alimentari (cereali). C'è soprattutto l'indicazione certa di uno scambussolamento di ciò che davamo per definitiva-

PROVENIENZA DEI BENI

evoluzione indice dei prezzi nel 2007 (dic. 2005=100)



mente acquisito negli ultimi anni. E cioè: la mondializzazione ci proteggerà sempre meno dall'inflazione. Che cosa vogliamo dire? E' dimostrato che abbiamo potuto dominare in buona parte l'aumento dei prezzi e riuscire persino per un certo tempo, rispetto al passato, a quasi cancellare gli sbalzi importanti di petrolio e materie prime (+ 28 per cento, senza il petrolio), provocati anche dalla esplosiva domanda di un'economia mondiale in piena forma, grazie ai beni importati dai paesi emergenti, due o tre volte meno cari di quelli equivalenti prodotti da noi. Essi hanno funzionato da calmieri dei prezzi.

Stanno cambiando le condizioni della concorrenza

Stanno ora mutando le situazioni che permettevano la più irrefrenabile concorrenza. Condizioni di lavoro disumane diventano sempre meno ignorabili e tollerabili, anche da parte di quelle ditte occidentali che si sono dislocate per lucrare sui costi minimi del lavoro. Il divario salariale tra i paesi del Sud e quelli del Nord, secondo uno studio del Bit (Ufficio internazionale del lavoro di Ginevra), continua a diminuire: basterebbe pensare che in Cina, laboratorio della mondializzazione e del capitalismo selvaggio, i salari sono aumentati ad una media annua del 15 per cento negli ultimi cinque anni e il tasso di inflazione è al 7 per cento. La scarsità di manodopera qualificata e la maggiore inevitabile conflittualità accentueranno ancora la spinta salariale. L'elevata domanda di materie prime o di alcuni metalli (rame, piombo, nickel, zinco) o di prodotti industriali (acciaio, cellulosa, cereali, oleaginose) ha moltiplicato i prezzi per cinque in poco tempo ed è ormai sempre più difficile evitare di ripercuoterli interamente sui prezzi, speculando ancora sull'ampia differenza dei costi salariali.

Differenze sempre meno marcate tra zone del mondo

Dunque, per dirla in breve, siamo di fronte a un vero e proprio fenomeno di accelerata convergenza tra i nostri paesi e i paesi ritenuti a costi bassi e a prodotti a buon mercato, proprio perché i prezzi dei paesi emergenti, grandi esportatori e invasori dei nostri mercati, salgono molto più in fretta dei nostri. Se da un lato il fenomeno può essere positivo, d'altro lato generando un maggior prezzo dei beni importati, come ci dimostra il grafico, può anche portare ad una maggiore inflazione e decretare la fine dell'epoca dei prezzi bassi, spesso inumamente sempre più bassi.

SILVANO TOPPI, ECONOMISTA

IVA unica al 6,1% i consumatori dicono no

Diciamo subito che ai consumatori l'IVA unica al 6,1% non piace. L'avevamo già criticata all'inizio dello scorso anno, quando il Consiglio federale aveva annunciato le linee principali della riforma e la criticiamo adesso che il ministro delle finanze Hans-Rudolf Merz ha presentato il progetto. Commercianti, assicuratori malattia, albergatori, ambienti editoriali e sportivi hanno già sottolineato che l'imposta unica sul valore aggiunto avrebbe effetti devastanti. Solo gli ambienti economici e il Plr sono soddisfatti. Economie suisse scrive in un comunicato che la semplificazione dell'IVA non è solo il mezzo più efficace per dare respiro all'economia ma favorirebbe la crescita e la prosperità.

Stando, invece, alle stime della Comunità d'interessi commercio al dettaglio svizzera l'introduzione di un tasso del 6,1% causerebbe costi supplementari per 950 milioni di franchi. Per non parlare dei premi delle casse malati che potrebbero aumentare con il nuovo tasso di imposizione fino al 5%, mentre il Consiglio federale stima un incremento del 2,5% che, comunque, non è uno scherzo. L'IVA, in quanto tassa sul consumo non è compatibile con un accesso sociale alle cure mediche (attualmente esenti da IVA), ha detto il portavoce di Santésuisse, Paul Rhyn, perché non si consumano volontariamente prestazioni in questo settore.

Le associazioni di difesa dei consumatori si opporranno a questo progetto nefasto per il potere d'acquisto, soprattutto per le fasce delle classi media o bassa, un vero e proprio boomerang per le famiglie.

Attualmente l'IVA è del 7,6% ma sui beni di uso quotidiano (alimenti, bevande non alcoliche, medicine, giornali, libri) è riscossa un'IVA ridotta al 2,4% mentre il settore della ristorazione e alberghiero approfitta attualmente di un tasso ridotto al 3,6%. In un'intervista al quotidiano LaRegion, l'economista Christian Marazzi, dichiara che "il passaggio da un'IVA differenziata a una lineare (con un tasso unico che andrebbe a sostituire i tre attualmente in vigore) rende ancora più iniqua un'imposta che iniqua lo è per definizione, in quanto penalizza i più poveri rispetto ai più ricchi". Ma, secondo Marazzi, la proposta del Consiglio federale risulta ancora più incomprensibile se si pensa che stiamo vivendo in un periodo nel quale il rischio di una ripresa dell'inflazione su scala mondiale è molto alto (vedi analisi di Silvano Toppi che pubblichiamo a lato): un'inflazione che tocca generi di prima necessità come i prodotti alimentari e l'energia. Sarebbe quindi il momento meno opportuno per proporre una riforma del genere.

Abolita la Tariffa dell'Ordine degli avvocati

Dal 1° gennaio 2008 la Tariffa dell'Ordine degli avvocati non esiste più. Nel numero 6.07 della BdS avevamo riferito sulla discussione in atto nel nostro Cantone a livello legislativo a seguito della decisione della ComCo con la quale era stato statuito che la Tariffa dell'Ordine degli avvocati fosse un intralcio alla libera concorrenza fra avvocati. L'idea di fondo era che la remunerazione dell'avvocato doveva essere decisa in base a un contratto di mandato ad hoc e non più in base ai parametri fissati nella legge. Dal 1° gennaio, dunque, l'onorario dell'avvocato è retto dall'accordo tra l'avvocato e il cliente, con la riserva del rispetto delle regole professionali e deontologiche. Il cliente che intende contestare la nota d'onorario emessa dal suo avvocato deve rivolgersi alla Pretura e non può più adire il Consiglio di moderazione.

Il Consiglio di moderazione giudica sulla correttezza della nota d'onorario emessa dall'avvocato solo nei casi in cui il cliente beneficia del gratuito patrocinio con l'assistenza giudiziaria.

L'abolizione della Tariffa dell'Ordine degli avvocati dovrebbe costituire un vantaggio per i clienti/consumatori che potranno d'ora in avanti pattuire direttamente con il loro avvocato la tariffa oraria e l'entità degli altri costi assunti dall'avvocato e, se non soddisfatti delle condizioni offerte, rivolgersi ad un altro legale. Rimane ovviamente sempre implicito che non sempre una tariffa oraria bassa equivale ad un servizio di qualità.

AVV. KATYA SCHOBER-FOLETTI, CONSULENTE GIURIDICA ACSI

L'olio combustibile si tinge di verde



Le inventano proprio tutte i grandi manager della rivendita dell'olio combustibile per tingersi di verde. La pubblicità lo dimostra. In una (vedi sopra) si legge "questo annuncio sull'olio combustibile fa pubblicità agli impianti solari": diciamolo pure, più che agli impianti solari fa pubblicità al gasolio! L'impianto solare è indicato come una combinazione all'impianto a olio combustibile per la fornitura dell'acqua calda durante l'estate e l'inizio dell'autunno. Questo, a dire il vero, non è proprio una novità e non è di certo un'invenzione dei signoroni del gasolio. Tanto più che i pannelli solari possono essere combinati "alla perfezione" con ogni tipo di impianto di riscaldamento, e non solo con l'impianto a olio combustibile, come indicato nella pubblicità. Ma quello che fa soprattutto specie in questa pubblicità è che si dice "anche in futuro, il riscaldamento a olio combustibile rimarrà la soluzione in assoluto più affidabile, economica e pulita". Che sia affidabile non possiamo non riconoscerlo (è fonte energetica da molto tempo), ma che sia la più economica e la più pulita non comprendiamo proprio come credano di darcela a bere!

"Riscaldare con l'olio per proteggere meglio il clima" è lo slogan di un altro mes-

saggio pubblicitario delle compagnie petrolifere. Eppure, questo combustibile di origine fossile, è notoriamente uno dei responsabili dell'effetto serra che sta cambiando il clima a livello planetario e di conseguenza sta mandando in malora il nostro ambiente...

C'è che le compagnie petrolifere, pur navigando ancora a vele spiegate, vedono all'orizzonte delle nubi. Esse sono evidentemente in affanno constatando l'accresciuta sensibilità dei consumatori nei confronti dei problemi ambientali e di salute che l'irrefrenabile impiego delle fonti energetiche di origine fossile stanno procurando al pianeta e a tutti gli esseri che vi ci dimorano. E il costante aumento del prezzo dell'olio combustibile di questi ultimi anni sta facendo il resto, convertendo anche i meno sensibili ai problemi ambientali della necessità di rinunciare a questa fonte energetica. A dimostrazione, ripetiamo quanto scritto nell'ultima BdS: lo scorso anno più della metà delle case mono o bifamiliari costruite in Ticino, sono state dotate di sistemi di riscaldamento alimentati con fonti diverse da quelle di origine fossile. Le compagnie del petrolio vedono nero: ecco perché cercano in tutti i modi di tingersi di verde negli slogan pubblicitari. Ma la decenza non ha qualche limite?

Contratti di servizio: da rivedere regolarmente

Una dozzina di anni fa, la signora A.M. aveva comperato, da Interdiscount, un televisore e in quell'occasione aveva stipulato anche un contratto di servizio per l'apparecchio. Senonché, questo televisore dopo tanti anni di onorato servizio, poco tempo fa ha cessato di funzionare e la proprietaria ha deciso di sostituirlo con un nuovo modello.

La signora si è però dimenticata della scadenza annuale del contratto di servizio e, puntualmente, il 1° agosto dell'anno scorso, arriva la fattura da pagare.

A.M. non ritiene di doverla saldare perché l'apparecchio è stato nel frattempo sostituito e non è più in funzione. Ma questo non basta per la ditta: a fine settembre arriva il secondo sollecito (fr. 41.-). La signora reclama con le stesse motivazioni, e in questo caso, unitamente al terzo sollecito (di fr. 59.-), in data 24 ottobre, riceve un avviso dell'Interdiscount: le ricordano che la disdetta del contratto deve pervenire per scritto con due mesi di preavviso per la prossima data di scadenza annuale (il 30 aprile 2008) ma che, in via eccezionale, tengono conto della disdetta per il 31 dicembre 2007, ossia con due mesi di preavviso rispetto alle spiegazioni inoltrate da A.M. E le danno tempo 10 giorni per pagare il terzo sollecito, dopo di che, se la fattura non sarà saldata, l'incarto passerà alla ditta d'incasso Intrum Justitia SA.

Il 20 novembre, a termine scaduto e senza aver ricevuto i soldi, Interdiscount invia una raccomandata con l'annuncio della rescissione immediata del contratto e dell'avvenuto passaggio dell'incarto alla Intrum Justitia per le pratiche di incasso. Con lettera del 23 novembre, quest'ultima si fa viva presso A.M. intimando il pagamento della fattura che nel frattempo è lievitata a fr. 136.

Senza alcuna convinzione, ma solo per bloccare questa "escalation" la signora A.M. paga infine la fattura.

Consigli ACSI

Il caso illustrato dimostra quanto sia importante rivedere periodicamente i contratti di manutenzione e di servizio. E soprattutto di valutare bene se, dopo svariati anni di funzionamento, non sia il caso di disdirli.

Fuori temperature da brivido dentro si muore dal **caldo**?

Se durante l'estate ci tocca fare la spesa col maglione a causa delle differenze di temperature tra l'esterno e l'interno dei negozi (vedi Bds 6.07), d'inverno dobbiamo mettere il costume da bagno sotto il cappotto per evitare la sauna all'interno dei negozi? Quante volte, d'inverno, ci siamo lamentati che nei negozi fa un caldo bestiale? Ebbene, per verificare la reale situazione in gradi centigradi, la Bds ha fatto qualche rilevamento in negozi, bar e ristoranti del Luganese. Risultato: in 7 su 15 dei luoghi visitati la temperatura superava i 21°C e la temperatura massima registrata è di 24°. Si potrebbe dunque fare di meglio per risparmiare energia.



Durante i mesi invernali, proprio quando c'è il tour de force degli acquisti natalizi seguito da quello dei saldi, i consumatori che si aggirano per i negozi hanno sovente la fronte perlata di gocce di sudore o, per evitare che trucco e fondotinta si sciolgano, girano per i negozi col cappotto e la sciarpa in mano... un'impresa che può essere piuttosto laboriosa quando si hanno già alcune borse da portare. Ma fa veramente così caldo nei negozi, o è la differenza di temperatura con l'esterno, unitamente agli abiti pesanti che indossiamo, che ci fanno sudare?

I risultati dei nostri 15 rilevamenti (elencati a lato) rivelano che in 7 casi la temperatura superava i 21°C e la temperatura massima registrata era di 24°C.

Perché consideriamo come limite 21°C? Sulle temperature invernali all'interno di luoghi pubblici o frequentati dal pubblico non esiste una norma che impone un limite all'esercizio degli impianti di riscaldamento: esistono leggi sulla fase per la progettazione e il dimensionamento ma non per la fase di esercizio. Prendiamo dunque come riferimento la raccomandazione SIA

(Società svizzera degli ingegneri e degli architetti) sull'energia termica nell'edilizia che indica come parametro standard per negozi, ristoranti e locali pubblici una temperatura interna di 20°C. E per essere elastici abbiamo valutato un +/- 1°C. Ecco dunque spiegato il nostro limite di 21°C.

Come detto in 7 su 15 luoghi visitati la temperatura superava i 21°C, il 46,5%. In quest'ambito - ci ricorda Claudio Caccia, responsabile regionale di SvizzeraEnergia - è bene sapere che, con il clima medio della nostra regione, ogni grado centigrado in più genera un aumento del 6% dei consumi per riscaldamento. Per la massima tem-

peratura registrata, 24°C (+3°C rispetto al limite considerato), il maggior consumo (e maggior costo) è del 19%.

Da una visione globale della nostra tabella si può dire che in molti casi la sensazione di "caldo bestiale" all'interno è dovuta più alla differenza con la temperatura esterna e all'abbigliamento non adeguato all'interno, che a reali alte temperature. Ma possiamo anche aggiungere che in parecchi altri casi si potrebbe fare di più per evitare sprechi d'energia e dare nel contempo maggiore confort ai consumatori e agli avventori che per forza devono frequentare negozi e bar con abiti caldi e stivaloni.

Le temperature sono state registrate tra il 14.12.07 e l'8.1.08 in mattinata e nel primo pomeriggio con l'ausilio di un termometro-igrometro. Per ogni rilevamento si è impiegato il tempo necessario affinché l'apparecchio stabilizzasse la temperatura.

	Temperatura registrata (° centigradi)		Temperatura registrata (° centigradi)
HM, Lugano Centro 2° piano	24°	Manor, Lugano 2° piano	21°
Migros, Lugano 1° piano	23°	Top Tip, Bioggio 1° piano	21°
Libreria Il segnalibro Lugano, 1° piano	23°	Bar Offside, Vezia	21°
Bar Agip, Vezia	23°	Ristorante Mary, Lugano	21°
Coop, Bioggio piano terra	22°	Migros, Agno Alimentari	20°
C&A, Lugano Centro piano sub	22°	La Halle, Bioggio piano terra	20°
Buffet Stazione FFS Lugano	22°	Caffé Commerciali Lugano	20°
		Bar Andrea, Lugano	19°

Benzina dai cereali, una scelta perversa!

I nodi non tardano a venire al pettine. I prezzi dei cereali panificabili, praticamente stabili per decenni, sono soggetti a un'impennata. Dovuta sia a condizioni climatiche avverse, che hanno diminuito i raccolti, sia all'aumento inarrestabile delle superfici adibite alla coltivazione di essenze trasformabili in etanolo.

La pernicioso corsa all'"oro verde" iniziata alcuni anni fa in Brasile, a scapito delle foreste tropicali e della loro insostituibile biodiversità, sta investendo tutti i continenti, acuendo le carenze alimentari nei paesi già cronicamente colpiti da carestie. Se il mezzo chilo di pane è rincarato di 20 centesimi, i consumatori svizzeri, per i quali il "pane quotidiano" è comunque sceso al ruolo di accessorio, se ne accorgeranno poco.

Mentre in altre realtà, economicamente più fragili, la rarefazione e il rincaro massiccio delle derrate alimentari di base, come il mais, la soia e il riso, sarà fonte di ulteriori gravi squilibri alimentari, e l'obiettivo proclamato di dimezzare la fame nel mondo diventa viepiù irraggiungibile.

Bioetanolo e biogas sì ma da materiali di scarto

Il forte rincaro delle energie fossili destinato a continuare fino all'esaurimento dei giacimenti, dovrebbe favorire un ripensamento dell'economia basata sulla dipendenza unilaterale da fonti inquinanti non rinnovabili. Ed è logico che in questo ambito anche bioetanolo e biogas possano dare

un contributo alla gamma delle energie rinnovabili. A condizione tuttavia, che vengano ricavate da materiali di scarto, come residui verdi, agricoli e forestali, dove esiste un ampio margine d'azione, a tutt'oggi poco o punto sfruttato. Per le varietà vegetali destinate a essere trasformate in combustibile, le esigenze di qualità sono di gran lunga inferiori rispetto ai requisiti cui devono rispondere i cereali panificabili o altre piante alimentari. Il degrado del suolo a seguito dell'estensione delle monocolture e della mancata rotazione delle colture appare quindi programmato.

Un altro cattivo passo

E' scontato che più aumentano le superfici coltivate ad agrocombustibili, più rincareranno i beni alimentari di base e di conseguenza la sottoalimentazione nei paesi già toccati da carestie endemiche. Tanto più che la diminuzione costante delle aree coltivabili dovuta al deterioramento climatico (desertificazione e alluvioni accompagnate da uragani) accompagnata dall'incremento demografico hanno ridotto le scorte alimentari mondiali attuali ai minimi termini (vedi ultimo rapporto ONU

sullo stato della Terra). L'umanità è quindi in procinto di compiere un altro pericoloso malpasso. Pur di soddisfare l'ingordigia energetica della minoranza ricca, i poteri economici sono disposti a sacrificare i diritti al cibo di due miliardi di umani.

Sarebbe certamente meno rischioso e in ogni caso più sensato e responsabile compiere una svolta energetica morbida basata sull'efficienza e la diversificazione massima delle fonti rinnovabili, non necessariamente distribuite in rete, una scelta che ci preserverebbe pure in larga misura dalle turbolenze e dai conseguenti ricatti politici dei paesi fornitori.

Irresponsabilità e inazione politica

L'irresponsabile latitanza della politica in materia energetica e l'inazione di fronte alla prevedibile e scontata rarefazione delle risorse fossili hanno condotto a un vicolo cieco dal quale non usciremo imboccando nuovamente una strada sbagliata e affamando ancor più l'altra metà dell'umanità. La politica energetica non può essere inventata, improvvisata dall'individuo, ma tocca agli Stati, alle istituzioni politiche, stabilirne i pilastri e gli obiettivi. Primo dei quali l'efficienza e la razionalità nell'uso di ogni vettore energetico. L'Unione europea, Francia in testa, è intenzionata a muoversi nella direzione auspicata. La prossima uscita di scena di George W. Bush dovrebbe segnare la fine dell'ostruzionismo americano in materia di riduzione delle emissioni a effetto serra. In Svizzera la svolta verso un paradigma sostenibile è finora ostacolata dalla coalizione degli interessi commerciali-finanziari di breve termine, che ha inoltre frenato i progressi tecnologici necessari per sopravvivere economicamente nell'era del dopo-petrolio. Il quadriennio appena inaugurato sarà determinante.

EVA FEISTMANN

Auto, consumi superiori a quelli dichiarati

Sono di molto superiori ai dati dichiarati dai costruttori i consumi delle automobili che circolano sulle strade d'Europa. E ne fanno le spese gli utenti e l'ambiente. Lo rivela il settimanale tedesco "Autobild" (nov. 07) che ha condotto collaudi su strada dei modelli più diffusi; in alcuni casi è emerso un consumo reale superiore del 53 % a quello indicato dalle case costruttrici. La rivista sottolinea che la discrepanza tra i dati non è dovuta a dolo, ma alla metodologia seguita per i test. In oltre 50 Paesi la norma prevede che i consumi per tragitti in città e su strada siano calcolati simulando il viaggio delle macchine su speciali rulli per un tempo complessivo di 1.180 secondi, circa 20 minuti: per 780 secondi si misura il consumo nel percorso urbano, per 400 secondi quello di un viaggio extraurbano; per un tempo massimo di 10 secondi si raggiunge invece la velocità di 120 chilometri orari. Nessuna simulazione di for-

ti accelerazioni e di brusche frenate.

Gli esperti di "Autobild" hanno viaggiato invece per 160 km, 54 dei quali in autostrada con 20 km percorsi ad andatura molto sostenuta e per 61 km su strade in aperta campagna e per 45 km in area urbana. Le sorprese registrate sono state clamorose e la discrepanza massima si è ottenuta viaggiando con una Mercedes G 55 AMG, che invece dei 15,9 litri di benzina per 100 km, indicati dalla casa, ne ha bevuti 24,3, vale a dire una differenza del 53 % in più. Marcate divergenze sono state registrate anche nelle auto dotate di sistemi a trazione ibrida.

Se la cava, invece, piuttosto bene la Fiat 500, modello 1.4 e 16 valvole, che ha consumato il 9,5% in più di quanto dichiarato; più "assetate" sono risultate la Bravo 1.4 T-Jet 16V (23,9 %) e la Panda Multijet 16V (più 37 %).

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

Per il benessere: alimentazione equilibrata e movimento

La Svizzera continua ad ingrassare. Un adulto su tre e ormai un bambino su cinque sono sovrappeso. Stando agli esperti, le persone che non sono ancora affette da sovrappeso o sovrappeso eccessivo possono cambiare molto con uno sforzo relativamente modesto: basta muoversi con maggiore regolarità e seguire un'alimentazione sana per ottenere un peso corporeo sano. Questo vale sia per gli adulti che per i bambini. In queste settimane sono riapparsi in tutto il Paese i cartelloni della campagna informativa promossa dalla fondazione nazionale Promozione Salute Svizzera con lo scopo di attirare l'attenzione su un fenomeno che rischia di avere ripercussioni gravi sui costi della salute. Anche la BdS vuole contribuire a diffondere capillarmente informazioni utili alla prevenzione e al benessere. Per questo continuiamo, anche nel 2008, la pubblicazione delle nostre schede informative con l'occhio puntato su alimentazione equilibrata e movimento. Seguiteci in questo sano percorso.



Fatti e cifre

Nel 1988 in Svizzera sono stati spesi 38 miliardi di franchi per la sanità. Oggi questa cifra supera i 54 miliardi (Ufficio federale di statistica, 2006). Più del 95% dei costi sono generati dal settore della cura delle malattie (trattamenti ospedalieri e ambulatoriali, farmaci, analisi, ecc.). La promozione della salute e la prevenzione potrebbero, quindi, fornire un contributo decisivo per arginare i costi della sanità. Anche perché il concetto di salute nel corso degli ultimi anni si è modificato e la salute viene oggi intesa come un equilibrio dinamico che può essere influenzato positivamente o negativamente. Le condizioni di vita quali stato sociale, educazione, occupazione, reddito, abitazione e ambiente incidono direttamente sullo stato di salute.

Agire a favore della salute pubblica implica avviare un processo che consenta a tutte le persone di raggiungere un maggiore grado di autodeterminazione in relazione alla propria salute e far sì che ogni individuo abbia la possibilità di migliorare il proprio stato. La promozione della salute deve comprendere:

- lo sviluppo di una politica globale favorevole alla salute dei cittadini
- la creazione di ambiti vitali sani
- il supporto a interventi comunitari incentrati sulla salute
- lo sviluppo delle conoscenze personali (potenziale in termini di salute)
- il riorientamento dei servizi sanitari.

Le 9 opportunità

Porzioni sempre più grandi

Al supermercato le porzioni diventano sempre più grandi, come pure al ristorante. Se prima bevevamo 3 dl di una bibita zuccherata, oggi scoliamo senza problemi la bottiglia da 5 dl che ci viene proposta.

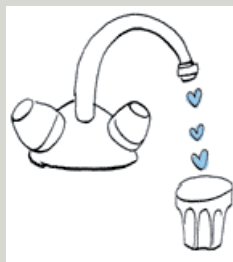


Opportunità n. 1

Il motto a tavola dovrebbe essere «Poco ma buono». Disporre le pietanze su piccoli piatti elegantemente preparati. Se possibile preparare alimenti freschi e ricorrere con parsimonia ai piatti pronti. Al ristorante basta ordinare solo una mezza porzione. E al momento di fare la spesa non tuffarsi a pesce sulle confezioni giganti solo perché sono in promozione.

Bibite energetiche

Ricordate ancora il sapore dell'acqua naturale oppure vi siete assuefatti alle bevande alla moda? L'ultimissima generazione di acqua minerale aromatizzata non fa parte delle bevande zuccherate, ma non si può neppure definire acqua. E le bevande alcoliche sono altrettanto ricche di calorie e si trasformano in cuscini di grasso.



Opportunità n.2

Placate la vostra sete quotidiana con acqua o, se vi piacciono, con tisane senza zucchero. Le bevande zuccherate o alcoliche vanno bene per le occasioni speciali. Ma non è festa tutti i giorni!

Offerte in abbondanza

Di ogni prodotto esistono innumerevoli varianti. Non vi capita mai di avere l'imbarazzo della scelta davanti agli scaffali del supermercato? Questa varietà di opzioni non



aiuta certo a fare la spesa in fretta. Ricordate che gli alimenti imballati in maniera appariscente e promossi con pubblicità dominanti sono quelli che contribuiscono meno a un'alimentazione sana.

Opportunità n.3

Rinunciate a fare inutili scorte di prodotti. Acquistare prodotti di stagione non solo è più sano ma anche più economico. La tabella delle stagioni (pubblicata sulla BdS 8.07) rappresenta un valido aiuto nella programmazione dei menu e consente di portare in tavola pietanze variate e variopinte. Anziché creatività sull'imballaggio si richiede creatività in cucina. E i complimenti sono tutti per voi.

7 su 7, 24 su 24

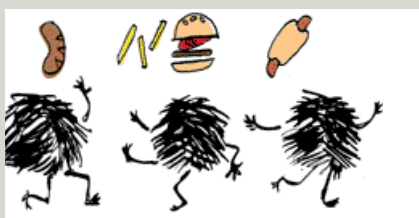
Il cibo ci perseguita ovunque andiamo. Bancarelle, catene di fast-food, negozietti presso i distributori di benzina ci allietano 24 ore al giorno



con deliziosi alimenti dal basso valore nutritivo. Nelle scuole i distributori automatici di bibite offrono ai bambini vere e proprie bombe caloriche pronte al consumo. Per un po' la fame (di zuccheri) viene placata, ma presto l'organismo reclama altro cibo e fare rifornimento non è certo un problema.

Opportunità n. 4

La soluzione si chiama regolarità. Non saltate mai i pasti, evitando così attacchi di fame selvaggia. Ogni pasto deve essere completo. Sapevate che un menu si compone di tre tipi di alimenti? Insalata, frutta e verdura ne costituiscono la parte fresca. Carne, pesce, uova o latticini sono la componente proteica. Gli alimenti rimanenti (per es. riso, pasta, pane, patate) rappresentano la componente energetica. Importantissimo: chi esce di casa senza aver fatto colazione, dovrà ricorrere ad un ricco spuntino a metà mattina.



L'acquolina in bocca

Mangiate perché sono le 12.15 o perché sono già più di 4 ore che non ingerite nulla? Abbiamo perso la capacità di ascoltare la nostra sensazione di fame. Il profumo del pane fresco al mattino stimola il nostro appetito alla pari del panino a mezzogiorno e della pizza alla sera. E una pubblicità appetitosa contribuisce a far venire l'acquolina in bocca.

Opportunità n. 5

Ridate il giusto ritmo al meccanismo di fame-sazietà mangiando regolarmente. Spesso è sufficiente mangiare qualcosa ogni 4 ore. Portate preferibilmente degli spuntini sani da casa al lavoro: aiuta il vostro bilancio «5 al giorno» (cioè 5 porzioni di frutta o verdura). Un pasto sazia più a lungo se composto in maniera equilibrata.

Troppo poco movimento

Giorno dopo giorno ci facciamo trasportare: dall'automobile, dal bus, dal treno o dal tram



fino al posto di lavoro, dove gran parte di noi resta seduto tutta la giornata. Una mancanza di movimento che si riflette anche sui nostri figli: ricordiamoci che siamo noi genitori il modello! Non a caso un bambino su cinque lamenta dolori occasionali o cronici alla schiena.

Opportunità n. 6

Aggiungere un po' più di attività fisica al proprio stile di vita promuove la salute e previene il sovrappeso. Ed è più semplice di quanto si creda: ad esempio basta prendere le scale invece dell'ascensore. E non è necessario sfinirsi. Sono sufficienti 3 volte 10 minuti di movimento al giorno per almeno 5 giorni la settimana.

Se l'ambiente ostacola il movimento

Sembrirebbe che l'ambiente in cui viviamo ci renda sempre più difficile la pratica di un'attività motoria. Gli spazi verdi sono sempre meno, prima di trovare un parco giochi occorre cercare a lungo e le strade non sono certo invitanti per chi vuole andare in bici, correre o camminare.



Opportunità n.7

Stare attenti! Spesso la prima impressione inganna. Dove si trova il Percorso Vita più vicino? E i sentieri per escursioni? Nelle vostre vicinanze c'è forse un centro fitness, una piscina o qualche amico con cui fare walking? Organizzatevi! Regalate un tocco sportivo alla vostra abitazione, ad esempio con una cyclette. Oppure rinunciate ad uti-

lizzare l'ascensore. Intensificate i lavori di giardinaggio. Od ancora iscrivetevi ad un corso di yoga o di stretching.

Troppo tempo seduti

Né a scuola né sul posto di lavoro veniamo incoraggiati a migliorare la nostra forma fisica e ad accrescere la nostra agilità. Siamo sempre seduti. Quando mangiamo, quando aspettiamo l'auto-bus, sul bus, in ufficio, in auto, a scuola, a casa, davanti al televisore, mentre leggiamo. E il nostro posteriore cresce indisturbato. In Svizzera, l'inattività fisica causa ogni anno circa 2900 decessi prematuri e 2,1 milioni di malattie per un totale di 2,4 miliardi di franchi di costi diretti della salute che paghiamo di tasca nostra attraverso i premi di cassa malati.



Opportunità n.8

Non state seduti! Integrate l'attività fisica nella vita quotidiana. Percorrete una parte del tragitto casa-ufficio a piedi. Oppure in bicicletta anziché in motorino. Lasciate perdere l'ascensore. Sul mezzogiorno fate una passeggiata all'aria aperta. Meno televisione: ampliate i vostri orizzonti con una breve gita. E sperimentate le scrivanie alle quali si lavora in piedi.

Mille pretesti

“Non sto poi così male, mi sento benissimo anche senza sport”. “Non ho tempo e non sono tagliato per le attività fisiche” e ancora altri 995 assurdi pretesti ci trattenono dal fare qualcosa di sano per noi, ossia combinare un'alimentazione sana con una sufficiente dose di attività fisica.



Opportunità n. 9

Per ogni stupido pretesto c'è una buona risposta. Ad esempio che le malattie legate alla carenza di movimento si sviluppano lentamente e che quindi il benessere soggettivo per molto tempo non sembra risentirne. Oppure che le attività fisiche richiedono tanto tempo: con un po' di buona volontà si possono integrare perfettamente nel quotidiano. Non cercate troppe giustificazioni alla vostra irresponsabilità personale: non ne vale la pena.

Olio di colza, pregi e difetti

Alcuni consumatori ci hanno chiesto informazioni sull'olio di colza e sulle sue proprietà alimentari. Visto che il suo prezzo è più basso rispetto ad altri oli, può essere un valida e economica alternativa? La colza è la principale coltura oleaginosa del nostro Paese. Oggi, circa 8'000 agricoltori la producono su una superficie di 15'000 ettari. L'olio di colza svizzero copre circa un quinto del fabbisogno nazionale in olio alimentare.

L'olio di colza è ottenuto per pressioni successive dei semi della colza (*brassica campestris*), pianta appartenente alla famiglia delle Crocifere, i cui semi contengono il 39-45 % di olio. L'olio di colza ha un colore giallo, un odore particolare e un sapore gradevole. La caratteristica principale di questo olio è il suo elevato contenuto di acido erucico, presente in media per il 20-25 %, con punte, in passato, anche del 50%. Questo acido grasso monoinsaturo risulta tossico, se consumato in grandi quantità. Per questo motivo è stato fissato un limite massimo per il contenuto di acido erucico negli oli di semi vari e nelle margarine. Attraverso lavori di ricerca e di selezione delle varietà di colza si è riusciti in questi ultimi lustri a ottenere se-

mi di colza praticamente privi di acido erucico, dai quali si ricava l'olio di colza, cosiddetto "zero erucico".

Nel suo sito web, il Consiglio Nazionale delle Ricerche (CNR), l'Ente pubblico nazionale italiano che ha il compito di svolgere, promuovere, diffondere, trasferire e valorizzare le attività di ricerca nei principali settori di sviluppo delle conoscenze e delle loro applicazioni per lo sviluppo scientifico, tecnologico, economico e sociale, scrive in merito all'olio di colza:

"Per quanto riguarda l'Unione Europea al primo posto nella produzione di oli vegetali vi è l'olio di colza, seguito dagli oli di soia, oliva, girasole, mais e lino. Riguardo ai consumi, invece, gli oli vegetali utilizzati maggiormente nell'UE sono, in ordine decrescente: colza, palma, soia, girasole, oliva, mais e arachide. Nel loro uso alimentare, essi sono consumati direttamente (condimento di piatti a crudo o per cottura), ma sono soprattutto incorporati in prodotti dell'industria alimentare come margarine, panna e creme vegetali, maionese, salse, conserve vegetali e di pesce, prodotti dolciari". Quindi, come si può constatare, è uno degli oli maggiormente utilizzato in Europa, soprattutto per i prodotti dell'industria alimentare.

L'olio di colza reperibile sul mercato svizzero è ottenuto da processi di fabbricazione, quali la pressione e la raffinazione.

Premettendo che gli acidi grassi insaturi sono grassi benefici per la salute, l'olio di colza ha un alto contenuto di acidi grassi monoinsaturi (a un solo legame, che si trovano ad esempio in buone quantità anche nell'olio d'oliva) e di acidi grassi polinsaturi (a lunga catena, che si trovano in diversi altri oli vegetali, quali l'olio di girasole, di oliva, di soia, di noci, ecc.). Nell'olio di colza, il rapporto tra i due principali acidi grassi polinsaturi (W6 e W3, e dunque tra l'acido linoleico (W6) e l'acido linolenico (W3) è circa di 3:1, mentre il rapporto ottimale tra i due acidi grassi è 5:1 (grasso del pesce). Per ottimizzare questo rapporto sono stati messi in commercio degli oli di colza a cui vengono aggiunti degli acidi grassi polinsaturi provenienti dall'olio di pesce.

Il parere dell'ACSI

Sicuramente la qualità dell'olio di colza non è inferiore a quella degli altri oli vegetali in commercio, tenendo conto che è sicuramente meglio fare capo a oli pressati a freddo, che non raffinati. Con tutte le alternative che ci sono (ad esempio l'olio d'oliva extravergine con spremitura a freddo) l'olio di colza è un prodotto che si può tranquillamente consumare ma che non gode di particolari raccomandazioni.

GIULIANA SOLDINI
CONSULENTE ALIMENTAZIONE ACSI

Impossibile acquistare un PC senza sistema operativo?

Un consumatore ci ha sottoposto una questione che riteniamo interessante e per chiarirla abbiamo chiesto un parere all'Ufficio di Mister prezzi.

Mi ritrovo dopo 5 anni a cambiare il mio portatile. Quale utilizzatore di un sistema operativo diverso da quelli offerti da Microsoft (Windows XP o il più recente Windows Vista nelle sue svariate edizioni) mi sono recato in ben 4 rivenditori diversi (Fust, Interdiscount, Melectronics-Migros e Manor). Poiché tutte le offerte da me visionate includevano Windows quale sistema operativo ho chiesto ai commessi se è possibile avere il pc senza sistema preinstallato. La risposta è stata sempre la stessa e cioè no.

Il servizio clienti della HP mi ha spiegato

che l'HP vende i propri PC con il sistema operativo e con altri programmi quali ad esempio quelli di masterizzazione, o ascolto di files musicali (che però comunque girano tutti esclusivamente sul Windows) e che il tutto forma un pacchetto non rimborsabile. Vi chiedo:

1) Siete a conoscenza di marche di portatili che permettono l'acquisto senza sistema operativo Windows o che ne permettono se non altro il rimborso?

2) Perché devo essere obbligato ad anticipare dei soldi per l'acquisto di qualcosa che non utilizzo e dover poi farmi rimborsare (quando e se possibile) i soldi in un secondo tempo? Un computer non è una lavastoviglie dove ovviamente devo tenere il software incluso dal produttore, tanto più che già da molti anni esistono alternative al sistema Microsoft.

La questione segnalata non concerne direttamente i prezzi bensì la vendita "combinata" di due prodotti (hardware e software). Questo problema riguarda la legge sui cartelli per la quale è competente la Commissione della concorrenza la quale ha stabilito che il comportamento di Microsoft non è contrario alla legge sui cartelli, poiché l'offerta di PC con windows preinstallato corrisponde alla richiesta della maggior parte dei consumatori. Per l'acquisto di PC senza software Microsoft preinstallati consigliamo di rivolgersi a commercianti specializzati. Nei seguenti negozi potrebbero essere venduti dei PC senza windows preinstallato:

www.byte-line.ch
www.misco.de
www.weisssoft.ch
www.foletti.com
www.stegcomputer.ch

Segretariato acsi

Via Polar 46, CP 165 6932 Breganzona
 091 922 97 55 fax 091 922 04 71
 acsi@acsi.ch CCP 69-4470-1
 da lunedì a venerdì 8.30-10.30

La borsa della spesa

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

www.acsi.ch**Infoconsumi acsi**

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

Consulenza casse malati

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

Alimentazione

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

Contabilità domestica

da lunedì a venerdì 10.30-11.30
 091 922 97 55

Mercatini dell'usato

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

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

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

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

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

I mercatini di **Locarno** e **Mendrisio** sono chiusi durante le vacanze scolastiche. La sede di **Bioggio** è chiusa solo per le feste di fine anno; durante le altre vacanze scolastiche consultate la segreteria telefonica del mercatino. A **Bellinzona**, il mercatino è aperto durante la settimana delle vacanze autunnali mentre negli altri periodi di vacanze scolastiche è aperto il venerdì dalle 14 alle 17 (solo vendita). Aperture straordinarie sono segnalate tramite la stampa.

Questo è anche un polmone



Vi invitiamo a sostenere l'azione "drappi" promossa dall'ATA (Associazione traffico e ambiente) per sensibilizzare la popolazione sull'inquinamento delle polveri fini (pm10). Si tratta di esporre alle proprie finestre o balconi le bandiere bianche che poi, una volta impregnate di fuliggine, saranno raccolte ed inviate alle nostre autorità. Un bel regalo per sostenere la rivendicazione di un'aria più pulita. Quest'azione si è svolta anche in diverse città d'Italia quali Milano e Roma ottenendo un forte successo mediatico oltre a un risultato molto positivo a livello di sensibilizzazione. È anche possibile, per chi lo desidera, fotografare il drappo appeso e spedire l'immagine via mail; la ritroverete nella galleria fotografica del sito. E non dimenticate di rispedire le bandiere sporche prima di fine febbraio 2008.

Ordinate gratuitamente le bandiere su **www.ata.ch** dove potete trovare ulteriori informazioni su questa e altre campagne.

Una vita nuova al telefonino

In Svizzera, circa 7 milioni di persone possiedono un telefonino che viene sostituito, in media, ogni 18-24 mesi. Il progetto Solidarcomm, promosso da Terre des hommes, Swisscom e Idris, propone una soluzione ecologica, sociale e solidale per il recupero degli apparecchi usati. Si invitano i consumatori a portare i telefonini inutilizzati nei negozi Swisscom; da lì sono immediatamente inviati a Réalise (associazione per la formazione degli adulti) per essere selezionati e classificati. Gli apparecchi che non funzionano sono riciclati in Svizzera. Gli apparecchi funzionanti o che lo diventeranno dopo una messa a punto, sono inviati alla società Idris che li mette in vendita nei paesi in via di sviluppo. Per ogni portatile raccolto, Idris versa 1 franco a Réalise e 5 franchi a Terre des Hommes. Solidarcomm permette in questo modo di sostenere progetti di solidarietà, e di fornire un mezzo di comunicazione, attraverso una filiera affidabile, a popolazioni con un debole potere d'acquisto, in paesi dove le linee di telefono fisso sono rare e costose. **www.solidarcomm.ch**



Gli alberghi più belli della Svizzera

È uscita la nuova edizione rivista e aggiornata della pubblicazione dell'Heimatschutz Svizzera Die schönsten Hotels der Schweiz – Les plus beaux hôtels de Suisse, da tempo esaurita, che presenta una cinquantina di alberghi della belle époque, un vecchio castello o una semplicissima locanda, che si distinguono per le loro caratteristiche architettoniche. Il libretto è destinato a segnalare al pubblico un interessante patrimonio spesso sconosciuto e a invogliarlo a trascorrere qualche giorno piacevole in una cornice diversa dal solito. Le strutture alberghiere grandi e sfarzose della categoria di prezzo superiore sono facili da reperire, più difficili da trovare sono invece gli alberghi più piccoli e meno costosi. In particolare, è oggi quasi del tutto impossibile trovarne con la struttura interna originaria intatta. La pubblicazione Die schönsten Hotels der Schweiz – Les plus beaux hôtels de Suisse colma proprio questa lacuna. Oltre al rispetto nei confronti della struttura originaria, sono stati presi in considerazione anche l'arredamento, l'autenticità, l'ambiente e la passione con cui l'albergatore dirige il suo esercizio.

La pubblicazione, 76 pagine, tedesco e francese, con molte foto può essere ordinata sul sito **www.heimatschutz.ch**. Prezzo fr. 12.– (membri Heimatschutz fr. 6.–).



Casa Lucomagno, Olivone

desidero ricevere:

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

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

Data _____ Firma _____

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

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

La borsa della spesa

- App. foto reflex digitali Dic. 07
- Sci slalom e multicondition Nov. 07
- Croccantini per cani Set. 07
- Mascara waterproof Ago. 07
- Videoproiettori Giu. 07
- Produzione di PC, aspetti etici Mar. 07
- Fast food, aspetti etici Gen. 07
- Marchi alimentari Dic. 06
- Caffè, aspetti etici Nov. 06
- Gelati confezionati Set. 06
- Sviluppo foto: laboratori virtuali Ago. 06
- Case farmaceutiche Mag. 06
- Software per immagini digitali Mar. 06

FRC Magazine, Losanna

- Smartphone Dic. 07
- Tinture per capelli Nov. 07
- Auricolari Bluetooth Ott. 07
- Videocamere Lug. 07
- App. foto ultracompatte Giu. 07
- Bilance pesa-persone Mag. 07
- Seggiolini per bicicletta Apr. 07
- Programmi antivirus Mar. 07
- Binocoli Ott. 06

Altro Consumo, Milano

- Rasoi elettrici Dic. 07
- Automobili ecologiche Nov. 07
- Lavastoviglie Nov. 07
- Videocamere digitali Nov. 07
- Televisori schermo piatto Nov. 07
- Olio extravergine Ott. 07
- Seggiolini auto per bambini Giu. 07
- Aspirapolvere Giu. 07
- Monitor TFT da 19" Giu. 07
- Condizionatori a parete Mag. 07
- Ferri stiro con caldaia separata Mag. 07
- Stampanti laser e getto d'inchiostro Apr. 07
- Stampanti multifunzionali Mar. 07
- Trapani ad accumulatore Feb. 07
- Batterie ricaricabili+caricatori Lug. 06

Test, Berlino

- Caschi sci e snowboard Gen. 08
- Lettori DVD portatili Gen. 08
- App. foto digitali Gen. 08
- Telefonini Gen. 08
- Navigatori GPS Dic. 07
- Macchine caffè espresso Dic. 07
- Frigoriferi piccoli Nov. 07
- Pneumatici invernali Ott. 07
- Materassi Ott. 07
- Lavatrici Set. 07
- Seggiolini per bambini Ago. 07
- Minitelvisori portatili Lug. 07
- Lettori MP3 Lug. 07
- Termopompa Giu. 07
- Lettori Blu-ray e HD - DVD Giu. 07
- Pulitori a vapore Apr. 07
- Apparecchi cottura a vapore Gen. 07

diventa socio/a

data _____

cognome _____ nome _____

via e numero _____

nap _____ località _____

Desidero aderire all'ACSI per il 2008 e ricevere La borsa della spesa
 Quota annuale fr. 40.– (estero fr. 45.–, sostenitore da fr. 50.–)
 Il nostro regalo per te: una comoda borsa della spesa tascabile

Desidero regalare un'adesione per il 2008 con abbonamento a La borsa della spesa al prezzo di fr. 40.– a:

cognome _____ nome _____

via e numero _____

nap _____ località _____

Inviare questa pagina ritagliata e compilata a: ACSI, cp 165, 6932 Breganzona. Potete diventare soci o regalare un abbonamento a La borsa della spesa anche telefonando in segretariato (091 922 97 55), inviando un fax (091 922 04 71) o una e-mail (acsi@acsi.ch).

Guida aggiornata per consumatori protagonisti



Dopo il successo della prima edizione, **La Guida ai consumi responsabili** è stata riveduta e aggiornata con un ampio capitolo dedicato alla multimedialità. La seconda edizione è disponibile gratuitamente, per chi ne fa richiesta, al Segretariato ACSI.