

# assemblea 2021

ACSI

## Rapporto sull'attività svolta nel 2020

L'attività 2020 dell'ACSI è stata fortemente influenzata dall'emergenza sanitaria. Mentre l'attività informativa attraverso il periodico La Borsa della spesa, il sito e i social ha potuto essere garantita (pur con le difficoltà dovute all'introduzione del telelavoro), le attività in presenza hanno dovuto essere annullate/sosepe per un lungo periodo (assemblea annuale, Caffè riparazione, azioni scambio dell'usato in particolare) o trasferite nella modalità online (partecipazione a commissioni, gruppi di lavoro, convegni, tenuta di corsi sul budget familiare).

### 1. Introduzione

Per illustrare quale sia l'attività dell'Associazione consumatrici e consumatori della Svizzera italiana (ACSI) è utile ricordarne gli scopi, enunciati negli statuti. L'articolo 3 recita:

Nell'ambito e nel rispetto dei diritti fondamentali dei consumatori universalmente riconosciuti, gli scopi dell'ACSI sono:

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

### 2. Informazione

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

#### 2.1 La borsa della spesa

Il principale canale d'informazione dell'ACSI è la sua rivista La borsa della spesa (BdS) con 8 edizioni all'anno. È inviata a tutti i soci e, su richiesta, anche in versione online (a fine 2020 erano 169 i soci a preferire la rivista online, di cui 18 fanno parte della fascia d'età fra 18 e 30 anni). Nel 2020 la tiratura media è stata di 6920 copie.

Tra gli approfondimenti sui più svariati temi, ricordiamo che anche all'inizio del 2020, è stato effettuato il consueto rilevamento prezzi (inchiesta spesa) in 6 supermercati in Ticino e 2 in Italia (2.20). Inoltre: fast fashion (la moda usa e getta), l'insostenibilità del consumo di avocado alle nostre latitudini (1.20) e gli integratori alimentari per i bambini (7.20).

Nell'anno dello scoppio della pandemia abbiamo voluto dare particolare rilievo ai temi legati all'ambiente, alla biodiversità e al consumo responsabile tenendoli in considerazione in ogni edizione. Ricordiamo soltanto gli imballaggi di plastica (2.20), l'energia grigia (3.20) e l'energia rinnovabile (4.20), i pesticidi nel piatto (4.20), il bilancio ecologico degli alimenti (5.20), l'economia circolare (6.20), l'indice di riparabilità (7.20) e i regali e l'ambiente (8.20), senza dimenticare, tra gli altri, gli innumerevoli articoli per sensibilizzare sul tema dello spreco alimentare. In tema di alimentazione, tra i vari articoli, sono state proposte in tutte le edizioni delle schede sugli alimenti arricchiti di proteine

Da inizio primavera, le chiusure e gli annullamenti dovuti all'emergenza sanitaria hanno posto ai consumatori diversi problemi legati ai propri diritti e alla propria salute a cui abbiamo risposto con diversi articoli: Covid e consumi, come districarsi nelle informazioni (3.20), viaggi e annullamenti, quale mascherina sce-

gliere, dopo Covid19 e risparmio previdenziale (4.20). Inoltre molti consumatori hanno dovuto ricorrere maggiormente agli strumenti digitali per lavoro e per gli acquisti e pertanto ci siamo chinati regolarmente anche su questi temi, in particolare con le rubriche sull'e-commerce e DoppioClick.

È continuata anche l'informazione ai pazienti, sui loro diritti ma anche sulla medicina inutile e dannosa. Inoltre, per dare maggior risalto all'attività di consulenza e tutela dei consumatori, sulla BdS sono pubblicate vertenze andate a buon fine "grazie all'intervento dell'ACSI" così come i casi sui quali purtroppo non si è riusciti ad avere ragione. In ogni edizione è stato proposto almeno un test comparativo realizzato in collaborazione con i colleghi della Federazione Romanda dei Consumatori e l'organizzazione internazionale ICRT. Un test (sulle spese di richiamo delle principali compagnie telefoniche) è stato pubblicato anche in collaborazione con la Konsumentenschutz.

Nel 2020, alle consuete rubriche se ne è aggiunta una nuova dedicata al tempo libero (Spostamenti) voluta per suggerire escursioni alternative in sintonia con una maggiore sostenibilità. Invariate le altre rubriche: doppioClick, animali, consumi nel mondo, e-commerce, previdenza professionale e paprika, nonché la regolare collaborazione con l'economista Silvano Toppi, autore di approfondimenti e riflessioni su temi legati al consumo.

Ai soci che lo desiderano viene inviata anche la Newsletter dell'ACSI: via email essi ricevono avvisi, notizie e inviti a partecipare a eventi o ai nostri sondaggi. Nel 2020 sono state inviate 7 comunicazioni a oltre 1600 soci (1676 fine marzo 2021).

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

Il sito internet è un canale informativo molto utilizzato. Oltre alla storia dell'ACSI, contiene, tra l'altro, le prese di posizione dell'associazione e dell'Alleanza, le edizioni online della BdS (le ultime 8 riservate ai soci, le precedenti visibili per tutti), notizie d'attualità e informazioni utili per districarsi nel mondo dei consumi (Manuale del consumatore). Tramite il sito lanciamo anche dei sondaggi: nel 2020 ne sono stati svolti quattro: due condotti dall'ACSI (Fare acquisti durante l'emergenza e Regali di Natale e rifiuti) e altrettanti realizzati in collaborazione con FRC e Konsumentenschutz (Più verdure non standard nei negozi? e Sei a favore di un indice di riparabilità?). Tutti hanno avuto dei buoni riscontri con una media di 350 partecipazioni.

Secondo i dati di Google Analytics (programma che permette un'analisi scientifica e statistica degli utilizzatori del sito), durante l'anno sono state effettuate 208 mila visualizzazioni di pagina (circa il 19% in più rispetto all'anno precedente) e gli utenti sono stati quasi 100 mila (più del 49% rispetto al 2019).

Invariati i dati statistici relativi al sesso e all'età degli utilizzatori. Il 54% dei visitatori sono uomini, il 46% donne. Per quanto riguarda la fascia d'età, il 33.5% ha 25-34 anni; il 27.5% 18-24; il 15.5% 35-44; 12.5% 45-54; 5.5% 55-64; 5.5% più di 65.

Il sito si è rivelato anche nel 2020 un buon veicolo per acquisire nuovi soci (169) più utilizzato rispetto all'anno precedente (103) grazie verosimilmente anche all'introduzione della possibilità di pagare online la quota sociale.

#### 2.3 Facebook, YouTube, LinkedIn

A marzo 2021 la pagina FB dell'ACSI vanta 4350 "amici", circa

100 like (“Mi piace”) in più rispetto allo stesso periodo dello scorso anno (4240). La pagina è regolarmente aggiornata con avvisi, notizie ed eventi e tramite la stessa giungono anche segnalazioni e richieste di informazioni. I dati forniti da FB indicano che la ripartizione dell'utenza è sostanzialmente invariata: il 70% sono donne, il 30% uomini e si collocano in gran parte nella fascia d'età 35-64 (53% donne e rispettivamente 20% uomini). Circa la loro provenienza, Lugano è sempre nettamente in testa, seguita da Bellinzona, Mendrisio e Locarno.

È generalmente seguita da una ventina di utenti quotidianamente. Nel corso dell'anno è stata il veicolo della campagna promozionale [acsi.uniscitiano.ch](http://acsi.uniscitiano.ch) che ha portato 75 nuovi soci.

Nel 2020 non sono stati realizzati video informativi. Sul canale YouTube ACSI - La Borsa della Spesa, tuttavia i nostri video restano visibili (come d'altronde sul sito [acsi.ch](http://acsi.ch)).

Da ottobre 2020 siamo presenti anche sul canale social LinkedIn.

## 2.4 Comunicati stampa

Per prendere posizione su temi d'attualità o per far conoscere la sua attività, l'ACSI emana regolarmente comunicati stampa. Nel 2020 ne sono stati diramati 22, compresi quelli diffusi dall'Alleanza delle organizzazioni dei consumatori, di cui fa parte anche l'ACSI. I comunicati stampa possono essere consultati su [acsi.ch](http://acsi.ch).

## 2.5 Mass media

L'ACSI è chiamata a rispondere a numerose sollecitazioni dei mass-media sui problemi più diversi (casse malati, costi della salute, acquisti, contratti, alimentazione, telefonia, acquisti in internet...). Nel periodo considerato, rappresentanti dell'ACSI sono stati presenti “in voce” ben 65 volte alla radio o in TV e sono stati intervistati 24 volte dai vari giornali. Da segnalare 4 interventi in video su temi concernenti la crisi sanitaria (2 sull'alimentazione, 1 su come fare la spesa e 1 su come evitare truffe e raggiri) andati in onda in aprile-maggio sulla RSI prima della lezione di ginnastica proposta quotidianamente da Pro Senectute. A ciò si aggiungono numerosissimi contatti con giornalisti che richiedono informazioni per la stesura di articoli e l'allestimento di servizi radiofonici o televisivi.

## 2.6 Appuntamenti informativi, conferenze, corsi, presenze pubbliche

L'ACSI è spesso chiamata a intervenire a dibattiti, serate informative o a animare corsi su diversi temi consumeristi. Le restrizioni dovute al Coronavirus hanno costretto l'ACSI a ridurre queste attività. Si è comunque riusciti a tenere 2 corsi “Mangiar bene spendendo poco”, 7 animazioni “Io e il denaro” in varie scuole (medie, scuole superiori) e a gruppi specifici (tra i quali gli incontri organizzati dalla città di Lugano per 18enni e per pensionati), 3 Tè della sostenibilità in collaborazione con l'Ideatorio dell'USI sui temi della plastica, dello spreco alimentare e della mobilità elettrica e a partecipare a Climathon (da Mendrisio online) dedicato allo spreco alimentare e alla sostenibilità.

## 3. Politica consumerista

La politica consumerista è stata realizzata soprattutto in seno all'Alleanza delle organizzazioni dei consumatori che raggruppa ACSI, FRC (Fédération romande des consommateurs) e Konsumentenschutz. La politica consumerista dell'ACSI è stata portata avanti anche attraverso la partecipazione a varie commissioni e gruppi di lavoro cantonali e nazionali. Inoltre ci sono state diverse risposte a procedure di consultazione su vari temi oltre che contatti e collaborazione con enti e organizzazioni.

### 3.1 Alleanza

L'Alleanza permette di affrontare in modo unitario, e quindi più

efficace, le grandi problematiche che toccano i consumatori svizzeri. Durante il 2020 l'Alleanza ha in particolare messo l'accento sui seguenti temi:

#### Lockdown

L'emergenza sanitaria ha toccato in modo importante i consumatori e dunque anche l'attività dell'Alleanza. Ci sono quindi stati interventi comuni sui temi dei trasporti e dei diritti dei passeggeri (richieste alle FFS per il prolungamento della durata degli abbonamenti e sull'introduzione di piani di sicurezza per i passeggeri), dei voli e dei viaggi (partecipazione a incontri fra autorità federali e responsabili del settore viaggi sul tema dei rimborsi ai consumatori), degli eventi culturali e sportivi e abbonamenti a palestre, nonché segnalazioni di truffe e bufale.

#### Etichetta nutrizionale

Durante tutto il 2020 l'Alleanza ha continuato a lottare per l'introduzione di un'etichetta nutrizionale che permetta ai consumatori di paragonare e scegliere con maggior facilità prodotti simili in base al loro valore nutrizionale. I consumatori svizzeri hanno espresso la loro preferenza per il sistema Nutriscore, intuitivo e di facile comprensione. Diverse aziende lo stanno introducendo per i loro prodotti a titolo volontario sostenute tuttavia dalle autorità federali preposte.

#### Verdure non standard

In agosto l'Alleanza ha organizzato un sondaggio sulle verdure non standard (che non rispettano i canoni estetici). L'inchiesta ha evidenziato come i due terzi dei consumatori siano disposti a consumare una quantità maggiore di questi prodotti. L'Alleanza ha quindi chiesto ai distributori maggiore sensibilità su questo tema quale contributo alla riduzione dello spreco alimentare.

#### Indice di riparabilità

Da un sondaggio dell'Alleanza è emerso un largo supporto (98%) per un sistema di etichettatura che valuti la riparabilità di prodotti come elettrodomestici o apparecchi elettronici. Forte di questo risultato i rappresentanti dell'Alleanza porteranno il tema in Parlamento per cercare di far evolvere la legislazione.

#### Telefonia e Iva sul canone TV riscosso da Billag

A fine anno l'Alleanza ha potuto annunciare due importanti successi: il primo riguarda la telefonia (uno dei settori con il più alto numero di lamentele da parte dei consumatori), il secondo l'Iva riscossa indebitamente sul canone TV. Dopo anni di battaglie il Consiglio federale ha emanato un'ordinanza di applicazione che permettere di lottare contro le telefonate indesiderate, che prevede un abbassamento delle tariffe di roaming grazie a una fatturazione più giusta e, in generale, maggiore trasparenza. Dopo 5 anni si registra una conclusione positiva anche per la vicenda dell'Iva sul canone radio-Tv riscossa indebitamente da Billag. Ogni economia domestica riceverà, un rimborso di 50 franchi che andrà a scalare il canone 2021 o 2022.

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

### 3.2 Partecipazione a commissioni e gruppi di lavoro

A livello nazionale i rappresentanti dell'ACSI hanno partecipato attivamente alla Commissione federale del consumo (e alla sua sottocommissione “Medicals”), all'Alleanza alimentazione e salute, a incontri con vari uffici e dipartimenti federali (USAV, Agroscope) e ai comitati di 3 organizzazioni che si occupano di salute (Patientenstellen, Pro Salute e Smarter medicine); a livello cantonale al gruppo E-Health, alla commissione di vigilanza sanitaria, alla commissione cantonale Strategia demenze, al consiglio regionale della CORSI, alla commissione etica cantonale, alla commissione di certificazione per corsi di formazione EduQua e alla Conferenza agricola cantonale. Nel 2020 rappresentanti dell'ACSI hanno partecipato a oltre 40 riunioni.

### 3.3 Consultazioni popolari

A livello federale:

- L'ACSI ha invitato ad accogliere l'iniziativa "Più abitazioni a prezzi accessibili" (respinta con il 57,1% di no il 9.2.2020)
- L'ACSI ha invitato ad accogliere l'iniziativa "Per imprese responsabili" (respinta con il 57,5% di no il 29.11.2020)

### 3.4 Procedure di consultazione

A livello federale: legge federale sulle telecomunicazioni; legge sulla proprietà intellettuale; consultazione FINMA su sorveglianza casse malati; pacchetto contenimento costi della salute; CO – difetti di costruzione; esposizione prezzi; vigilanza LAMal;

A livello cantonale: varie convenzioni tariffarie nel settore sanitario.

### 3.5 Azioni e campagne

L'ACSI cerca di far sentire la voce dei consumatori e di difendere i loro interessi anche attraverso l'organizzazione di azioni specifiche. In particolare:

- Per proseguire l'impegno contro l'indebitamento eccessivo e per una buona gestione del denaro ACSI, Caritas e SOS-Debiti hanno

lanciato a fine 2019 il progetto REBUS (Rete Budget Sostenibile), sostenuto dal piano cantonale "Il franco in tasca". Nel 2020 l'ACSI è stata attiva nell'ambito di corsi (online) sulla gestione finanziaria e di interventi didattici rivolti ai giovani.

- Nel 2020 sono stati organizzati 10 Caffè Riparazione in varie località del cantone. I Caffè riparazione permettono l'incontro fra riparatori (professionisti e/o volontari) e consumatori che desiderano far riparare un oggetto per prolungarne la vita. Dei 149 oggetti consegnati un terzo circa (53) hanno potuto essere aggiustati. Questo progetto, che ha dimensione svizzera e europea, si inserisce nella filosofia dell'ACSI da sempre sensibile alla lotta contro lo spreco. Oltre che sul sito dell'ACSI le informazioni sul Caffè riparazione sono disponibili sulle piattaforme [www.repair-cafe.ch](http://www.repair-cafe.ch) lanciata dall'Alleanza e su [www.riparatori.ch](http://www.riparatori.ch).

- In occasione del 15 marzo (giornata mondiale dei diritti dei consumatori) l'ACSI ha messo l'accento sul tema dello sviluppo sostenibile, scelto quale argomento di riflessione a livello internazionale. Inoltre, insieme all'Alleanza e all'Ufficio federale del consumo, è stata ancora una volta attirata l'attenzione sulla necessità di avere anche in Svizzera uno strumento giuridico che permetta ai consumatori di difendere i loro interessi in modo collettivo.

- È proseguito l'impegno nell'ambito della campagna nazionale contro lo spreco alimentare "Save food, fight waste", lanciata a fine 2019. L'obiettivo è quello di sensibilizzare la popolazione per cercare di far fronte a un problema i cui dati sono allarmanti: ogni anno una persona butta 90 chilogrammi di alimenti, pari a un valore di 600 franchi. Vista la situazione sanitaria la campagna non ha potuto organizzare eventi pubblici ma si è dovuta limitare a redigere e diffondere articoli informativi e post sui social.

Conto economico	2020	2019
Contributi ricevuti dai soci		
- Quote sociali	326'507.10	340'646.35
- Donazioni	21'492.90	19'570.02
Sussidi pubblici	220'941.20	227'680.65
Ricavi da forniture e prestazioni	65'280.20	75'477.54
Altre entrate	3'181.05	888.97
<b>Proventi d'esercizio</b>	<b>637'402.45</b>	<b>664'263.53</b>
Costi per comunicazione	95'362.55	95'250.69
Costi per promozione	8'690.20	14'908.17
Costi per eventi associativi e pubblici	-	2'855.85
Prestazioni di terzi	32'736.95	44'353.95
Altri costi per prestazioni	-	5'935.50
<b>Totale costi per materiali e servizi</b>	<b>136'789.70</b>	<b>163'304.16</b>
<b>Risultato lordo I</b>	<b>500'612.75</b>	<b>500'959.37</b>
Costi del personale	390'446.60	385'224.60
<b>Risultato lordo II</b>	<b>110'166.15</b>	<b>115'734.77</b>
Locazione	9'262.50	15'000.00
Manutenzione	3'239.35	2'763.20
Assicurazioni	647.35	719.25
Quote associative e contributi	5'995.35	8'435.35
Materiale d'ufficio, telefono e porti	15'441.15	15'178.72
Rimborsi e indennità	31'175.60	36'915.00
Informatica	9'540.65	9'039.28
Altri costi d'esercizio	6'815.92	3'159.40
Ammortamenti	384.00	901.20
<b>Totale costi d'esercizio</b>	<b>82'501.87</b>	<b>92'111.40</b>
<b>Risultato operativo</b>	<b>27'664.28</b>	<b>23'623.37</b>
Risultato finanziario	2'721.08	2'508.87
Accantonamenti	10'000.00	8'000.00
Risultato straordinario	-	-
<b>Risultato prima delle variazioni fondi</b>	<b>14'943.20</b>	<b>13'114.50</b>
Variazione fondo generale	-	5'000.00
Variazione fondo per progetti	5'000.00	
Variazione fondo per 50° ACSI	5'000.00	5'000.00
Prelevamento da accantonamenti		-
<b>Risultato del periodo</b>	<b>4'943.20</b>	<b>3'114.50</b>

### Bilancio al 31 dicembre

	2020	2019
<b>ATTIVI</b>		
Liquidità	450'217.29	455'595.51
Crediti da forniture e prestazioni	19'239.15	1'460.00
Ratei e risconti attivi	29'371.15	38'172.20
<b>Attivo circolante</b>	<b>498'827.59</b>	<b>495'227.71</b>
Mobiliario e installazioni	-	-
Macchine d'ufficio	-	-
Informatica	576.00	960.00
<b>Immobilizzazioni mobiliari materiali</b>	<b>576.00</b>	<b>960.00</b>
<b>Attivo fisso</b>	<b>576.00</b>	<b>960.00</b>
<b>TOTALE ATTIVI</b>	<b>499'403.59</b>	<b>496'187.71</b>
<b>PASSIVI</b>		
Debiti per forniture e prestazioni	12'418.85	26'636.15
Anticipi ricevuti per quote sociali	270'989.78	274'945.30
Ratei e risconti passivi	6'895.50	10'450.00
Accantonamenti per impegni a breve	25'000.00	15'000.00
<b>Capitale dei terzi a breve termine</b>	<b>315'304.13</b>	<b>327'031.45</b>
Fondo riserva generale	72'000.00	72'000.00
Fondo per progetti	20'000.00	15'000.00
Fondo per eventuali azioni legali	15'000.00	15'000.00
Fondo per 50° ACSI	10'000.00	5'000.00
<b>Capitale dei fondi</b>	<b>117'000.00</b>	<b>107'000.00</b>
Capitale proprio inizio periodo	62'156.26	59'041.76
Risultato d'esercizio	4'943.20	3'114.50
<b>Capitale dell'associazione</b>	<b>67'099.46</b>	<b>62'156.26</b>
<b>TOTALE PASSIVI</b>	<b>499'403.59</b>	<b>496'187.71</b>

### 3.6 Collaborazioni

È proseguita anche nel 2020 la collaborazione con il DSS, nel quadro del Programma cantonale di prevenzione e promozione della salute. Su mandato del DSS, l'ACSI ha garantito una consulenza approfondita sulle casse malati ai beneficiari di prestazioni sociali in ottobre e novembre.

### 3.7 Altro

Fra gli impegni regolari dell'ACSI figurano pure:

- contatti con associazioni ticinesi e svizzere che affrontano temi legati ai consumi (difesa del servizio pubblico, vendita, protezione dell'ambiente, traffico, agricoltura, salute, commercio equo, CORSI, Faftplus per il lancio del concorso (S)Caccia al (il) peggio sulla pubblicità sessista);
- contatti con aziende o associazioni che le rappresentano (La Posta, Swisscom, Camera di commercio) e con fornitori di beni e servizi (Ordine dei medici, rete medici Medix, Unione contadini, Gastro Ticino)
- contatti con funzionari e autorità che trattano temi legati al consumo (Laboratorio cantonale, Ufficio di sanità, Servizio di promozione e valutazione sanitaria, Ufficio del medico cantonale, Farmacista cantonale, Ente smaltimento rifiuti, Dipartimento del territorio, Amministrazione contribuzioni, Conferenza agricoltura cantonale,...).

Nella prima parte dell'anno tutti questi contatti si sono diradati ma poi si è passati in modo efficace alla modalità online.

## 4. Servizi

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

### 4.1 Infoconsumi

Il servizio di consulenza telefonica ha risposto tutti i giorni feriali dalle 8.30 alle 11.30 a domande legate ad acquisti, contratti, fatture, qualità dei prodotti, reclami, garanzie, casse malati, diritti dei pazienti (richiesta della cartella sanitaria, errori di fatturazione, errori medici.), budget familiare, e tutto quanto riguarda i consumi. In totale sono stati trattati 2231 casi (un po' meno rispetto al 2019).

- Nel corso del 2020 sono state fornite 1839 consulenze (telefoniche, per e-mail, corrispondenza o durante incontri presso la sede dell'ACSI) concernenti acquisti e contratti. Fra i temi su cui il servizio è stato più sollecitato possiamo elencare: le telefonate commerciali nonostante l'asterisco apposto sull'elenco telefonico, i problemi legati alla telefonia fissa e mobile, i contratti telefonici non richiesti, l'invio di merce indesiderata o acquistata su siti di dubbia affidabilità, le spese esorbitanti aggiunte dalle ditte di incasso, gli acquisti tramite Internet, le garanzie, il servizio dopo vendita, la validità dei buoni. In particolare, a causa della pandemia, il servizio è stato molto sollecitato con richieste di aiuto per ottenere rimborsi di biglietti aerei per viaggi annullati, per corsi linguistici pure annullati e per abbonamenti a palestre che hanno dovuto rimanere chiuse.

- Sono inoltre state fornite 392 consulenze concernenti temi legati alle casse malati, alle assicurazioni complementari, alla fatturazione di prestazioni sanitarie (mediche e dentistiche in particolare) e ai diritti dei pazienti.

- Le richieste concernenti informazioni e consigli su come si tiene la contabilità domestica e sulle principali voci di spesa sono state una decina.

### 4.2 Scambio dell'usato

Purtroppo nel 2020 questa azione ha potuto svolgersi solo saltuariamente a causa della pandemia.

## 5. Organi ACSI

### 5.1 Comitato direttivo

Il Comitato direttivo (CD) è composto attualmente da 10 membri di cui la presidente, due vicepresidenti e la cassiera che formano l'Ufficio presidenziale (UP). Il comitato pone gli indirizzi strategici e promuove le iniziative volte a raggiungere gli scopi sociali, si accorda sulla definizione e la diffusione di prese di posizione pubbliche. La presidente, in collaborazione con l'UP, supervisiona l'attività del segretariato, della redazione e la gestione finanziaria dell'associazione, condivide richieste e risultati col comitato e pre-dispone e ne monitora l'esecuzione. Nel 2020 il CD si è riunito 5 volte e l'UP 6 volte.

### 5.2 Assemblea generale

L'assemblea generale si è svolta in forma scritta (questionario per i soci pubblicato sul numero 5.20 della Borsa della spesa e sul sito). Le risposte di 88 socie e soci sono state verbalizzate il 1° settembre 2020.

## 6. Collaboratori e logistica

L'attività del segretariato è garantita da una segretaria generale al 60%, da una segretaria amministrativa al 65% e coadiuvata dall'impegno della presidente e dei membri del Comitato direttivo, soprattutto per ciò che concerne i contatti con autorità e altre organizzazioni e la presenza nelle commissioni.

La Borsa della spesa, il sito, la pagina Facebook sono gestiti dalla redazione composta da una redattrice responsabile impiegata all'80% e da un redattore al 70%. La redazione si avvale pure di alcuni collaboratori esterni.

Il servizio di consulenza Infoconsumi è gestito da una collaboratrice impiegata al 70%. Il servizio si avvale delle consulenze di un'avvocata (assunta al 20% da agosto).

La sede dell'ACSI si trova a Pregassona in locali di proprietà della città di Lugano alla quale versa il canone locativo. Nel 2020, a causa del Covid, il Comune ha deciso di restituire parte dell'affitto versato per i mesi del Lockdown (fr. 5'737.50)

## 7. Soci

A fine dicembre 2020 i soci paganti dell'ACSI erano 6'461, di cui 284 nuovi soci. I soci persi (disdette, decessi, traslochi senza comunicazione del nuovo indirizzo,...) sono 463, ciò che porta a una diminuzione di 179 soci rispetto a fine 2019.

## 8. Finanze

I conti ACSI 2020 chiudono con un avanzo di fr. 4'943.20. Nello schema viene evidenziata la suddivisione percentuale fra le varie voci di entrate e uscite.

Entrate	fr. 637'402.45	Uscite	fr. 632'459.25
Tasse sociali	51%	Comunicazione	15%
Versamenti sostenitori	3%	Stipendi e oneri sociali	62%
Sussidio federale	22%	Spese amministrative	10%
Sussidio cantonale	12%	Altro	13%
Diversi	12%		

Lugano, maggio 2021

Evelyne Battaglia-Richi, presidente  
Laura Regazzoni Meli, segretaria generale

**Sul sito trovate i punti salienti del programma d'attività 2021.**