

NUOVO CONSUMO

Il mensile per i soci Unicoop Tirreno • euro 1,50 • anno XVII • numero 173 • gennaio-febbraio 2008



LOTTA DI CLASS

Cause collettive, consumatori più tutelati, giustizia meno costosa: arriva anche in Italia la class action. Un deterrente per le aziende "scorrette".

**Assemblee Autonome
di Unicoop Tirreno**

Chi mal comincia
Le malattie reumatiche

Il lavoro secondo Coop
Dossier sul lavoro in Cooperativa

Chi fermerà la musica?
Guida all'acquisto dei lettori Mp3



INSERTO CARRELLO

Convenienza e qualità garantite
tutti i giorni per voi.
alle pagine 33, 34, 35 e 36

**CARTA SOCIO COOP.
PIENA DI VALORI,
PIENA DI VANTAGGI.**

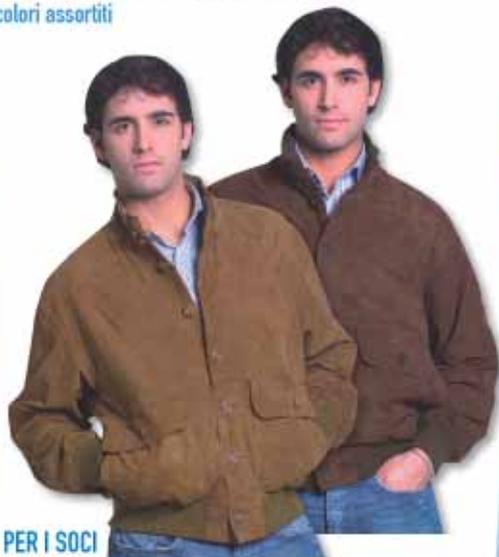


**SCOPRI TUTTI I VANTAGGI
RISERVATI AI SOCI COOP.**

I PUNTI DELLA RACCOLTA: ECCO COME USARLI.

GIUBBOTTO UOMO IN VERA PELLE SCAMOSCIATA

colori assortiti



PER I SOCI
49,00 euro

oppure
39,00 euro + 500 punti

MOTOSEGA EINHELL Mod. AC 35/35

motore 35cc a 2 tempi; lunghezza lama 35 cm; sistema antivibrazione; sistema automatico arresto catena; lubrificazione automatica; iniezione elettronica; starter avviamento rapido; potenza 1,4kW/1,9PS; serbatoio combustibile 300 ml; peso 7,5 kg.



PER I SOCI
95,00 euro

oppure
75,00 euro + 1.000 punti



ZUPPA DI COZZE APPETAIS

450 g x 2



PER I SOCI
6,93 euro
 il kg 7,70 euro
 oppure

4,93 euro + 100 punti
 disponibile anche negli
incoop

**MASSIMO
 6 cent.**
 PER OGNI CARTA

STAMPANTE EPSON STYLUS Mod. DX7400 MULTI



PER I SOCI
75,00 euro

oppure
59,00 euro + 800 punti



Offerte disponibili negli

ipercoop | coop

BILANCIA DA CUCINA SOEHNLE Mod. VENEZIA PLUS

colori: nero/argento; capacità 5 kg; divisione: 1 g; funzione escludi tara; piatto pesata rimovibile in vetro infrangibile.



PER I SOCI
12,50 euro

oppure
9,00 euro + 175 punti

FORNO MICROONDE COMBINATO TERMOZETA Mod. M2000 Silver

capacità 20 litri; potenza microonde 800 watt; potenza grill 1000 watt; digitale; 5 livelli di cottura e 8 menu; chiusura sicurezza bambini.



PER I SOCI
65,00 euro

oppure
50,00 euro + 750 punti



TARIFFA FACILE E TARIFFA VELOCE: la convenienza Coop Voce si fa in due.

Coop Voce è il servizio di telefonia mobile riservato ai Soci Coop e ai loro familiari: semplice, trasparente, conveniente. Oggi Coop Voce ti offre due profili tariffari, "Facile" e "Veloce": scopri quello che meglio si adatta alle tue esigenze. Ricorda, acquistando la Ricarica Premiata da 5 o da 10 euro otterrai un ulteriore sconto su queste tariffe.



Tariffa FACILE COOP

	Costo base	Con Ricarica Premiata da 5 euro (350 p.ti)	Con Ricarica Premiata da 10 euro (da 650 p.ti)
Pagando (in euro)	5,0	3,5	6,5
Si acquista traffico per (in euro)	6,0	6,0	12,0
Ricevendo uno sconto pari al	17%	42%	46%
Lo scatto alla risposta costa (in cent.)	12,5	8,8	8,1
Gli scatti successivi costano (in cent.)	12,5	8,8	8,1
Gli SMS costano in (cent.)	12,5	8,8	8,1

... e quindi:

costo della telefonata per 1 minuto (in cent.)	25	17,5	16,25
--	----	------	-------

Questa tariffa è consigliata a chi fa chiamate di lunga durata.

Tariffa VELOCE COOP

	Costo base	Con Ricarica Premiata da 5 euro (350 p.ti)	Con Ricarica Premiata da 10 euro (da 650 p.ti)
Pagando (in euro)	5,0	3,5	6,5
Si acquista traffico per (in euro)	5,0	5,0	10,0
Ricevendo uno sconto pari al	0%	30%	35%
Lo scatto alla risposta costa (in cent.)	0,0	0,0	0,0
Gli scatti successivi costano (in cent.)	17,0	11,9	11,1
Gli SMS costano in (cent.)	12,0	8,4	7,8

Questa tariffa è consigliata a chi fa un uso frequente del telefono per chiamate di breve durata.

I PUNTI COOP AIUTANO I TUOI PUNTI DEBOLI.



TRASFORMA I PUNTI DEL COLLEZIONAMENTO IN UN BUONO PER IL CENTRO ESTETICO O LA PALESTRA.

coop
for you

Unicoop Tirreno si prende cura del tuo benessere e ha selezionato per te una serie di palestre e centri estetici di qualità: così è nata "Coop for you". Oggi puoi utilizzare i punti della tua raccolta per ottenere un coupon da spendere all'interno di questo circuito; l'elenco completo delle palestre e dei centri convenzionati è contenuto in un pieghevole che trovi in distribuzione presso il tuo Punto Vendita Coop. Regalati un momento di relax: perché fare spesa alla Coop è un modo per volerti bene.

coop
Unicoop Tirreno



Mensile per il consumatore
Spedito in abbonamento
ai soci di Unicoop Tirreno

Direttore responsabile

Aldo Bassoni

Redazione

Rita Nannelli
Beatrice Ramazzotti
Luca Rossi
Barbara Sordini
Cristina Vaiani

Hanno collaborato

Barbara Autuori
Francesca Baldereschi
Martina Balocchi
Barbara Bernardini
Anna Ciaperoni
Tito Cortese
Eleonora Cozzella
Eugenio Del Toma
Silvia Fabbri
Daniele Fabris
Stefano Generali
Costanza Giambalvo
Maria Carla Giugliano
Silvia Inghirami
Giovanni Manetti
Chiara Milanese
Roberto Minniti
Giorgio Nebbia
Paola Ramagli
Anna Somenzi
Mariano Votta

Progetto grafico
NeWork&B

Impaginazione

Marco Formaioni

Copertina

Agenzia Grazia Neri

Impianti e stampa

Coptip Modena

Direzione e redazione

SS1 Aurelia Km 237

Frazione Riotorto - 57025 Piombino (LI)

Tel. 0565/24720 - Fax 0565/24210

e-mail: nuovoconsumo@unicooptirreno.coop.it

Editore

Vignale Comunicazioni srl

Pubblicità

Gemme Pubblicità di Graziella Malfanti

via Pacinotti, 12 - 57025 Piombino (LI)

tel. 0565 49156 - 226433 - fax 0565 39003

e-mail: graziella.malfanti@tiscali.it

Responsabile pubblicità

Roberta Corridori

Registrazione del Tribunale di Livorno

n° 695 del 24/07/2001

Iscrizione ROC 1557

del 4/09/2001

Tiratura prevista: 468.600 copie

Chiuso in tipografia il 16/1/2008



Stampato su
carta 100% riciclata

Procedere con cautela

2008 in tono minore. Tra bollette impazzite, mutui alle stelle e risparmi risicati da salari sempre più leggeri, la prudenza è d'obbligo e gli italiani imparano a fare di necessità virtù.

Prudenti come ora non lo siamo stati mai. Troppe delusioni, scottature, incertezze. Chi vive del proprio lavoro e deve fare i conti con bollette impazzite, mutui alle stelle, risparmi calanti e inflazione crescente, non può permettersi distrazioni. Se l'era del gaudente incosciente è tramontata da un pezzo, quella del tirare a campare è sempre in agguato, mentre gli italiani, pur tra le incertezze e le preoccupazioni, sono alla ricerca di qualche centro di gravità meno provvisorio e più affidabile. Molti, troppi, fanno i conti con le proprie casse, e dopo un Natale un po' più austero del solito, affrontano il 2008 con la cautela di chi è diventato saggio per forza. Negli ultimi anni tagli alle spese li abbiamo fatti tutti. E non sempre sono spese superflue. Tranne i ricchi, che come ci dicono le statistiche se la passano sempre meglio, il popolo lavoratore ha fatto della prudenza la parola chiave. Sarà così anche nel 2008. Ce lo confermano i dati di un sondaggio Coop, effettuato all'inizio di gennaio, che mette in luce quali siano le maggiori preoccupazioni degli italiani: prima di tutto la difficoltà a fronteggiare le spese, poi l'attenzione alla salute propria e dei familiari, infine il timore di vedere sfumare la sicurezza del posto di lavoro. Ma se per caso

entrasse qualche euro in più del previsto, niente spese pazzesche ma risparmi all'insegna del motto prendi il gruzzolo e mettilo da parte. Del resto brucia ancora la sensazione sgradevole di una tredicesima evaporata in fretta più per pagare gas luce acqua e telefono che per i regali di Natale. Se si paragona a un anno fa, era esattamente il contrario: il 37 per cento degli italiani destinavano la tredicesima ai regali (oggi il 34), il 34 per cento ci pagava le bollette (oggi il 42). Per non parlare delle famiglie (il 30 per cento in più) che hanno impegnato la tredicesima per domare le rate di un mutuo sempre più imbizzarrito. Naturale, quindi, entrare coi piedi di piombo nel nuovo anno. Ammesso che cambiare il frigo o comprarsi un vestito nuovo sia un lusso, c'è chi ne farà a meno. E per fortuna che il 56 per cento degli intervistati ritiene che supermercati, iper e *discount* abbiano contribuito con le loro politiche di prezzo a aiutare maggiormente le famiglie a risparmiare e a mantenere una buona qualità della vita. Sarà così anche in futuro e



Coop come sempre farà la sua parte. Ma tanti sacrificheranno anche il piacere di un viaggio in cambio di qualche ragionevole sicurezza sul conto in banca o sul libretto della Coop.

rubriche

Il punto	7
Procedere con cautela	
Lettere	10
Previdenza	11
Nella sua totalità	
Coop risponde	12
Chi protegge il cittadino	13
Sali e scendi	
Controcanto	19
Calcio mercato	
Prodotto a marchio	30
C'era due volte	
Sani & salvi	39
ABCibo	39
Una marcia in più	
Evergreen	40
Pace verde	40
Viva la balena	
La merce muta	45
Doni di natura	
Specie protette	49
Qua lo zampino	
A tavola	54
Dolci di Carnevale	
Presidi Slow Food	57
Capra tosta	
Nel carrello	57
Consumi in scena	66
Un concetto difficile	

NC

Piccolo schermo	59
<i>Che fine ha fatto la Tv dei ragazzi?</i>	
Tempi moderni	61
Dietro la maschera	62
<i>Essere un altro non solo a Carnevale.</i>	
Aria fresca	63
In perfetto equilibrio	64
<i>Relax e tonificazione in piscina.</i>	
Cuore di Coop	65

15 | Prima pagina



Arriva anche in Italia la *class action*, l'azione collettiva di risarcimento dei consumatori danneggiati dalle imprese. Giustizia sarà fatta?

attualità

COOP INFO	
La parola ai soci	20
La vetrina dei soci	21
Il conto della spesa	22
Una sala nel deserto	24
Terre di confisca	25
La Coop ti fa bella	27
Giramondovivo	28

SALUTE / Chi mal comincia 37
Quando un doloretto nasconde una malattia reumatica.

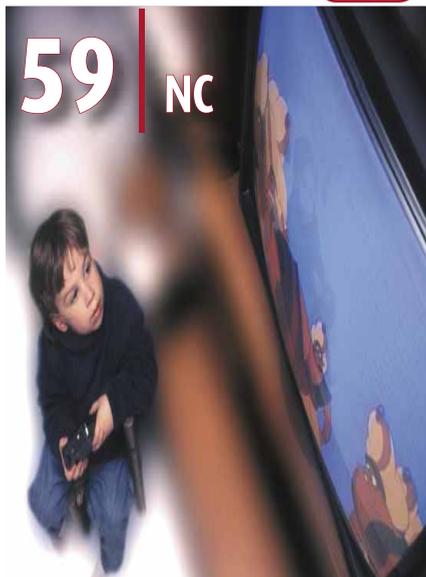
DOSSIER / Il lavoro secondo Coop 42
L'impegno di Coop sul fronte dell'occupazione.

inserto carrello

33



59 | NC



37 | salute



prodotti

GUIDA ALL'ACQUISTO / Chi fermerà la musica?

46	<i>Sempre all'ascolto con un lettore Mp3.</i>
GLI EXTRA / Bodyguard	48
<i>Body Mass per tenere sotto controllo il peso.</i>	
TIPICO / A dura provola	50
<i>Il formaggio dalle mille forme.</i>	
SALTIMBOCCA / Tuttofar	52
<i>Nel mondo delle farine, dal "far" dei romani alla tapioca.</i>	
COTTI & CRUDI / Vai a farti friggere!	56



A proposito di bio

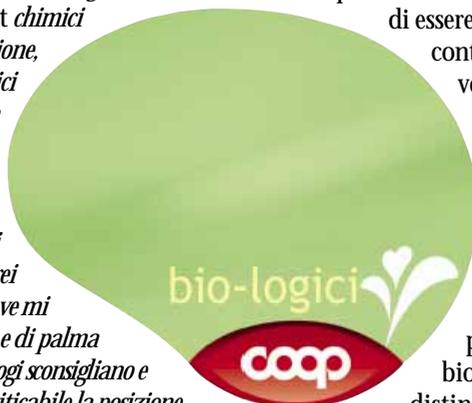
La risposta di Claudio Mazzini – Fermo posta, Nuovo Consumo di novembre, pagina 10 – sui prodotti biologici è stata insieme deludente e preoccupante. Viene, infatti, affermato che i prodotti biologici a marchio Coop proprio biologici non sono. Senza dubbio saranno conformi alla normativa, ma il prodotto biologico ha altre caratteristiche. Stupisce che si dica che “alla base dell’agricoltura biologica vi è la riduzione dell’uso degli input chimici impiegati nella coltivazione”: non la riduzione, ma l’eliminazione di pesticidi, anticrittogamici ecc. è specifico dell’agricoltura biologica. La riduzione, come voi ben sapete, la attuano anche alcuni produttori non biologici, con la lotta integrata e in altri modi. Se vengo a sapere che vi sono tracce di prodotti chimici anche nei prodotti Coop, ma perché dovrei continuare a comprarli? Inoltre, ancor più grave mi pare l’uso di oli vegetali come quelli di cocco e di palma che non solo i cultori del biologico ma i dietologi sconsigliano e invitano ad evitare. Infine, mi pare molto criticabile la posizione nei confronti del “biologico” autentico, considerato come settore “di nicchia”, forse “incontaminato” – scrive Claudio Mazzini – “ma senza alcuna rilevanza economica”. Si vuole dire che la Coop opera solo in base alla rilevanza economica che possono avere i prodotti e che, perciò, li aggiusta per renderli più vendibili?
via e-mail

Risponde Claudio Mazzini, Responsabile Innovazione e Valori di Coop Italia Direzione Qualità

Innanzitutto la ringrazio per la sua lettera. Mi spiace che abbia giudicato deludente la mia risposta che voleva essere una difesa del biologico e le assicuro che l’intenzione non era di giustificare tutto con la rilevanza economica. Tuttavia per brevità di spazio forse è quello che è emerso, pertanto vorrei provare ad integrare la prima risposta con altre considerazioni che forse ci aiutano a inquadrare meglio il tema. Innanzitutto la frase sugli *input* chimici: ovviamente i prodotti Coop rispettano quanto previsto dal regolamento comunitario che vieta assolutamente l’uso di prodotti chimici di sintesi, questo è il prerequisito per poter essere definiti “da agricoltura biologica”, ma in aggiunta a questo Coop da anni applica regole di controllo più restrittive quali, ad esempio, il controllo della presenza di contaminazioni o l’esclusione dall’alimentazione degli animali destinati a diventare carni Coop dei grassi di origine animale. Inoltre Coop aderisce a un protocollo volontario per controllo dei prodotti da agricoltura biologica. Per il problema grassi come Coop abbiamo da anni eliminato gli idrogenati (che sono

certamente pericolosi per la salute) e stiamo lavorando anche per ridurre, e se possibile eliminare, i tropicali. Infine nella risposta a cui lei fa riferimento abbiamo scritto, per brevità, che il prodotto da agricoltura biologica a marchio Coop è sicuro, buono e conveniente. Anche in questo caso vorrei provare ad illustrarle questa “filosofia”. Per sicuro intendiamo specificatamente per il biologico le seguenti attività: i prodotti biologici sono per legge certificati da un ente terzo.

Noi però abbiamo scelto, per i prodotti a marchio Coop, di essere volontariamente inseriti nel sistema di controllo, sottoponendoci a nostra volta alle verifiche di un ente di certificazione per avere un rapporto univoco e un’omogeneità nelle verifiche dei prodotti per i fornitori e per noi. Inoltre, in aggiunta a quanto previsto per legge, abbiamo stabilito un piano di analisi e uno di verifiche ispettive specifico e aggiuntivo. Ma oltre la sicurezza i prodotti Coop (tutti, dunque anche il bio) devono rispettare tutti gli altri valori distintivi di Coop (no *ogm*, no coloranti, no grassi idrogenati, esclusione o restrizione dell’utilizzo di molti additivi), debbono essere etici, rispettosi dell’ambiente e convenienti... un lavoro complesso e non sempre a portata di mano. E le assicuro che spesso ci fa perdere qualche “opportunità di mercato”. Quanto al buono, tutti i prodotti a marchio Coop sono valutati con il metodo *Approvato dai soci*: un prodotto per essere messo in vendita (e per rimanere a scaffale) è valutato da un numero significativo di soci che esprimono la propria opinione confrontando il prodotto con l’analogo della marca *leader*. Per il prodotto Coop la regola è che deve essere buono almeno quanto il prodotto di riferimento, e se non è così non viene messo in vendita e dunque deve essere riformulato. Sul conveniente aggiungiamo alcune considerazioni oltre a quanto già scritto. Non possiamo certo permetterci come Coop di avere prezzi non convenienti. Questo per Coop è un valore e avere un fatturato alto significa che i consumatori ritengono che il prodotto ha un buon rapporto qualità/prezzo. Come vede molte sono le cose da dire e spesso l’impossibilità di spiegare le scelte nel dettaglio a volte crea qualche buco nell’informazione di cui ci scusiamo. Ci faccia sapere cosa ne pensa perché essere stimolati da soci che pretendono da Coop la dimostrazione della sua differenza è per noi molto importante, e non creda che i suoi suggerimenti (così come molti altri) non vengano tenuti nella giusta considerazione. Anche in questo siamo diversi e il motto dei prodotti a marchio Coop *li trovi alla Coop ci trovi la Coop dentro* le assicuro non è solo uno *slogan*!



Vittoria!

Sul numero di aprile 2007 di Nuovo Consumo Aldo Bassoni (del quale, per inciso, trovo sempre interessanti le opinioni) scriveva della contesa giudiziaria tra il governo indiano e la Novartis a proposito della produzione di medicinali salva vita senza brevetto. Poiché mi è sfuggito su altri giornali l'esito della contesa, vorrei con la presente sapere da Bassoni se ha altre notizie in merito. Colgo l'occasione per esprimere il mio particolare gradimento per la rubrica di Giovanni Manetti in ultima pagina, soprattutto per la lucidità di osservazione e la capacità espressiva ed espositiva.

Ettore Apolloni

La farmacia dei poveri potrà continuare a produrre medicine a basso costo per i mercati del Terzo mondo: la Corte suprema di Madras, nel sud dell'India, ha infatti respinto la richiesta del gigante farmaceutico svizzero *Novartis* perché fosse dichiarata incostituzionale e contraria alle norme del *Wto* (*Organizzazione internazionale del Commercio*) la legge indiana sui brevetti dei farmaci. Se la richiesta fosse stata accettata, l'India avrebbe dovuto ridurre drasticamente la sua produzione di farmaci generici (le copie a basso prezzo delle formulazioni originali) provocando un danno gravissimo a milioni di pazienti nei paesi in via di sviluppo che proprio sui prodotti dell'industria farmaceutica indiana contano per accedere a cure altrimenti molto costose. Ogni tanto vincono anche i più deboli.

Aldo Bassoni

Tutti in pista

In riferimento all'articolo Contromano (Nuovo Consumo di ottobre) sugli incidenti stradali vorrei dire che è bello e tutto, ma bisogna combattere per avere piste ciclabili, come in Trentino e in Emilia Romagna. Con le piste ciclabili si va più sicuro sia noi in bicicletta che gli automobilisti. Non servono solo le domeniche ecologiche, ma mesi e mesi... Groningen, in Olanda, è il paese dove ci sono più biciclette e anche gli hotel le offrono ai clienti gratuitamente durante il loro soggiorno. Si pedala molto sicuri e rispettati anche dagli automobilisti. Facciamo anche noi qualche cosa: fatti non parole.

Lettera



Errata corrige

Nel numero di ottobre di *Nuovo Consumo* – pagina 23 – è stato pubblicato tra i candidati alle elezioni del Comitato soci Avellino (Sezione Irpinia) Violante Domenico con il nome di Violante Domenica. Ce ne scusiamo con lui e con i lettori.

Nella sua totalità

È vero che in futuro sarà più facile per tutti valorizzare ai fini della pensione i contributi versati in fondi diversi?

Lettera

Il protocollo sul *welfare* introduce alcuni correttivi alla totalizzazione disciplinata da ultimo con il *d.lgs. 42/2006*. Oltre che venire incontro ai giovani che con l'estendersi di forme di lavoro precario e autonomo avranno un maggior numero di posizioni previdenziali frammentate, le condizioni per il cumulo gratuito dei contributi saranno più favorevoli anche per i lavoratori anziani. Per chi rientra nel sistema contributivo (**dal 1996 in poi**) saranno superate le limitazioni previste dal *d.lgs. 184/97* secondo cui il lavoratore può "totalizzare" a condizione che non abbia maturato il requisito minimo in alcuna delle gestioni dove ha versato. Senza contare che la pensione realizzata con il cumulo delle contribuzioni non viene messa in pagamento prima del 65° anno di età se l'importo maturato non è almeno pari all'assegno sociale maggiorato del 20 per cento.

Per i lavoratori che rientrano nel sistema retributivo o misto (**prima del 1996**) la soglia minima che rende cumulabile il singolo spezzone scenderà da sei a tre anni. Non cambieranno invece le regole per il calcolo della pensione totalizzata: ogni cassa applicherà alla quota di sua competenza il calcolo contributivo. Quello retributivo, di norma più favorevole, sarà garantito soltanto a coloro che hanno maturato nel singolo fondo (*Inps, Inpdap* ecc.) il requisito minimo di età e di contribuzione.

Ad es. un uomo di sessant'anni con trent'anni di lavoro dipendente e dieci di attività a collaborazione ha diritto alla pensione di anzianità totalizzata, per la quale sono richiesti quarant'anni di versamenti. Non avendo però raggiunto l'età minima (65) per la pensione di vecchiaia, entrambe le quote saranno calcolate con il sistema contributivo. Se ad essere interessata, a parità di condizioni, fosse una donna che ha raggiunto l'età minima (60) per la pensione di vecchiaia, avrebbe diritto a un calcolo retributivo sulla quota *Inps* e contributivo su quella della gestione separata.

La convenienza della totalizzazione è scontata per chi senza il cumulo dei contributi resterebbe senza pensione – in quanto in nessuno dei fondi dove è stato assicurato è in grado di raggiungere il requisito minimo – e per quanti possono ottenere in questo modo la pensione di anzianità usufruendo del calcolo retributivo sulla quota di pensione dove hanno maturato l'anzianità di più lunga durata.

LiberEtà: e-mail redazione@libereta.it

Coop risponde



Coop di sicuro

Mi sono accorta che tutti i giochi che avete in vendita sono made in China. Da Coop mi aspetterei una maggiore tutela, almeno per i giochi dei bambini molto piccoli.

Lettera

L'impegno di Coop anche nel settore dei giocattoli è rivolto alla convenienza, alla sicurezza e al rispetto dell'ambiente come testimoniano, per esempio, i palloni da calcio, calcetto e *beach volley* della linea *Solidal Coop*, prodotti acquistati a condizioni eque in alcuni paesi di Asia, Africa, Centro e Sud America senza la presenza di intermediari. Un prodotto di alta qualità ed eticità garantita dal marchio Coop. Vero è che la Cina produce la quasi totalità dei giocattoli distribuiti in Italia. Un mercato così diffuso ci impone di prestare attenzione alla qualità dei prodotti che mettiamo in vendita, soprattutto quando riguardano i bambini. Pertanto abbiamo deciso di selezionare solo i giocattoli che ottengono il marchio *CE* superando i test di sicurezza previsti dalle normative vigenti.

Alta qualità

I prezzi sono arrivati a livelli incredibili, meno male che la Coop siamo noi... Soprattutto su frutta e verdura ho notato notevoli differenze con i prezzi delle concorrenza.
via e-mail

Tutti i prodotti Coop sono garantiti da una sorveglianza totale sulla filiera produttiva: dal campo alla vendita. Assicuriamo la presenza di un residuo chimico molto inferiore ai limiti stabiliti per legge e l'assenza di qualsiasi trattamento successivo alla raccolta. La conservazione, infatti, è garantita dalle basse temperature senza l'utilizzo di sostanze chimiche. Anche i prodotti non a marchio Coop provengono da zone di produzione vocate e sono sottoposti ad accurati controlli sanitari. È possibile quindi che la tutela della qualità possa comportare un costo superiore rispetto a prodotti meno controllati.

Servizio Filo Diretto di Unicoop Tirreno - Numero verde 800861081

latte fresco maremma



**TOSCANO
100%**

Sede: GROSSETO
Via Scansanese, 150
Tel. 0564.26393
www.lattemaremma.it

Chi protegge
il cittadino



Sali e scendi



Come amministratore di condominio sono interessato al recente accordo stipulato da CittadinanzAttiva e Schindler in tema di manutenzione ascensori. Potrei saperne di più?
via e-mail

CittadinanzAttiva e Schindler SpA hanno di recente sottoscritto un accordo per la revisione completa dei contratti di manutenzione ascensori. Da dicembre 2007, in particolare, sono previste maggiori tutele per il condomino-consumatore, ma anche elementi di sistema che vogliono rendere più dinamico il mercato.

In sintesi ecco alcune delle novità introdotte sia nei contratti in essere che nei nuovi:

> si riduce l'entità delle penali in caso di inadempimento del cliente degli obblighi contrattuali;

> si riduce la durata del tacito rinnovo da un periodo che poteva essere anche di 10 anni ad un massimo di 3;

> i tempi per la disdetta si riducono da un anno prima della scadenza del contratto a soli 60 giorni, per i contratti di breve

durata, a 90 giorni per tutti gli altri contratti;
> la possibilità di Schindler di eseguire – in assenza di un esplicito ordine del cliente – quei soli interventi che, fino ad un tetto massimo di spesa pari a 500 euro, siano indispensabili e indifferibili per la sicurezza dell'impianto e per la salvaguardia dell'incolumità degli utenti;

> viene riconosciuto il diritto del cliente a ottenere un tempestivo avviso da Schindler qualora, anche a causa dell'anzianità dell'impianto, non siano più disponibili sul mercato una o più parti di ricambio, con contestuale obbligo di Schindler di fornire al cliente un'altrettanto tempestiva proposta scritta in merito ai possibili interventi alternativi;

> viene riconosciuto il diritto del cliente a non pagare i canoni contrattuali nel caso in cui, per fatto imputabile a Schindler, l'impianto deve essere tenuto fermo per un periodo superiore a trenta giorni.

Mariano Votta, ufficio stampa CittadinanzAttiva
CittadinanzAttiva-Pit Servizi: tel. 0636718555
(da lun. a ven.: ore 9-13.30) fax 0636718333
e-mail: pit.servizi@cittadinanzattiva.it

RICCORREDI

348 8509767
www.riccardocorredi.it

La vera Poltrona
con Massaggio
Shiatsu



VISTO
IN TV



mod. DIANA
La REGINA
delle Poltrone

DIFFIDATE
DALLE
IMITAZIONI

In visione e prova
SOLAMENTE

Presso lo Showroom **IPERCOOP**
"Fonti del Corallo" uscita Porta a terra (LI)
dal 18 Febbraio al 2 Marzo

POLTRONE
alzanti
super Relax
massaggianti
SCONTO DEL

50%

MATERASSI
Lattice e Memory
per un corretto
RIPOSO

Apertura Nuovi negozi Riccardo Corredi
in **FRANCHISING** anche nella tua città!
Per tutte le informazioni **LINEA DIRETTA**
348 8509767



LATTICE



LOTTA DI CLASS

I consumatori danneggiati dalle imprese potranno intraprendere azioni collettive di risarcimento. Approvata a dicembre scorso, anche in Italia entra in vigore – a partire dal primo luglio – la class action. Tra entusiasmi e polemiche. di Silvia Fabbri

I diritti dei consumatori diventano anche collettivi. Il danno subito viene risarcito in moneta sonante. E tutti i danneggiati, in caso di condanna, potranno ricevere l'eventuale indennizzo.

Sono le novità della *class action*, o azione collettiva di risarcimento, normativa approvata in via definitiva il 21 dicembre scorso che entrerà in vigore a partire dall'1 luglio 2008: una rivoluzione, per il nostro ordinamento, e come tale la giudicano le

associazioni di categoria dei consumatori. «È un colpo di fortuna, il fatto che – dopo anni di battaglie – sia stata finalmente inserita come emendamento nella legge finanziaria», commenta **Rosario Trefiletti**, presidente di *Federconsumatori*. «Una novità che difende i consumatori e contribuisce a combattere la concorrenza sleale tra le imprese», sottolinea **Paolo Landi**, presidente di *Adiconsum*. Ma c'è chi non la pensa così. *Confindustria*, ad

esempio. «È un atto di grave ostilità contro l'impresa – dicono gli industriali – che costituirà un pesante disincentivo a investire nel nostro paese che è già agli ultimi posti per attrazione di capitali stranieri. Un provvedimento rozzo che espone aziende e lavoratori a gravi rischi». Accuse cui controbattono le stesse associazioni di consumatori: «non è affatto un provvedimento contro le imprese – risponde Landi – è un provvedimento contro le imprese che si comportano in modo illegale». «La *class action* – ricorda anche Trefiletti – è nata negli Stati Uniti, cioè il paese in cui il libero mercato è Bibbia. Perciò non si comprende perché le imprese italiane si sentano minacciate».

Tutti a causa

Ma come funziona la *class action*? È uno strumento processuale che consente a una pluralità di soggetti che vogliono far valere un medesimo diritto di rivolgersi all'autorità giudiziaria con un'unica causa i cui esiti si riflettano su tutta la categoria. Insomma, vinta la causa, il risarcimento è per tutti. «Questo è uno degli elementi di novità della *class action* – spiega Landi – e cioè che è previsto un risarcimento che spetta a tutti, qualora il giudice riconosca il comportamento illegale da parte di un'impresa. Il punto è che ottenere indennizzi in denaro è sempre stato molto difficile per il singolo consumatore sia nel caso di grosse cifre che di cifre irrilevanti. Magari si tratta di pochi spiccioli per il consumatore (perché per lo più sono piccole truffe, piccoli raggiri, come la società dell'acqua che addebita qualche euro in più) ma che, moltiplicati per milioni di persone, diventano milioni di euro da risarcire». Un bello spauracchio per le imprese. «Fino ad ora – continua Landi – le imprese si sono difese resistendo fino all'ultimo grado di giudizio, non conciliando mai in sede stragiudiziale. E questo per scoraggiare tutti gli altri consumatori a non ricorrere contro di loro».

Poche ma buone

Insomma, colpirne uno per educarne cento. Come per dire: vedi che succede se mi attacchi? Non solo dovrai spendere una quantità di quattrini in cause lunghe anni e anni, ma in più troverai grandi studi legali che non te la daranno mai vinta.

«C'è anche chi dice – afferma il presidente di *Federconsumatori* – che con l'*azione collettiva di risarcimento* i tribunali italiani, già prossimi alla paralisi, si intaseranno sempre di più. Invece è vero proprio il contrario: perché al posto di innumerevoli azioni singole ce ne sarà una sola collettiva. E poi a chi teme decine di *class action*, rispondiamo che la normativa prevede già oggi un "filtro" alla presunta



corsa all'azione risarcitoria, ovvero l'ammissibilità della causa da parte di un giudice». «Per noi – commenta Landi – andrebbe addirittura rafforzato l'elemento della conciliazione, aumentando gli spazi di negoziazione tra consumatori e impresa. Inoltre si potrebbe istituire una sorta di commissione conciliativa che si occupi di applicare le decisioni del giudice relative alla quantità e ai criteri del risarcimento». L'obiettivo è dunque quello di risolvere il contenzioso nel più breve tempo possibile, senza perdersi in battaglie legali lunghe ed estenuanti che andrebbero a tutto svantaggio del consumatore.

PASSIAMO all'azione

Ma quali sono i casi più tipici di applicazione dell'azione di risarcimento collettivo? La restituzione, da parte di una banca, di una commissione illegittimamente addebitata sui conti correnti di migliaia di utenti. Ma anche il risarcimento dei danni causati ai risparmiatori da una frode finanziaria e da un prodotto difettoso, da una pratica commerciale sleale o da un comportamento anticoncorrenziale (come ad esempio l'azione di "cartello", ovvero di accordo tra

produttori per fissare un prezzo e sottrarsi alle regole del mercato) e della libera concorrenza. Infine può essere applicata la *class action* anche nel caso ci si voglia far rimborsare il prezzo pagato e i danni causati da dis-servizi come un *blackout* energetico, viaggi organizzati annullati o non rispondenti a quanto contenuto nei contratti, i voli cancellati.

Non tutti potranno essere "titolari" di un'azione di risarcimento collettivo. La *class action* potrà essere avviata dalle associazioni dei consumatori presenti nel *Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti*, ma anche da parte di consumatori, investitori e altri soggetti, portatori di interessi collettivi "legittimati", cioè considerati tali dal giudice chiamato ad esprimersi sull'ammissibilità dell'azione legale. «È esattamente questo il filtro che impedirà l'esplosione delle azioni di risarcimento collettivo che gli industriali temono – chiarisce Landi – perché ci sarà un giudice che dovrà valutare, in una prima fase, che la causa sia rispondente alla norma».

In attesa di GIUDIZIO

Dopo la dichiarazione di ammissibilità della causa, il giudice determina i criteri per la determinazione del risarcimento per ciascun consumatore o utente. Per quantificare concretamente gli indennizzi, il presidente del tribunale competente promuove una Camera di conciliazione tra impresa e consumatori per un accordo definitivo sulla questione. Quest'atto costituisce "titolo esecutivo" ovvero consente al giudice di promuovere l'esecuzione forzata del risarcimento.

Infine va ricordato che la *class action* non ha carattere retroattivo, cioè dovrà riguardare gli illeciti contrattuali e i comportamenti anticoncorrenziali avvenuti a partire dall'entrata in vigore della nuova norma. Un colpo

NELL'INTERESSE DI TUTTI

Secondo il testo approvato il 21 dicembre scorso (in vigore dal 1° luglio 2008) sono legittimate ad agire in tutela degli interessi collettivi le associazioni del *Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti* che possono chiedere al tribunale del luogo in cui ha sede l'impresa l'accertamento del diritto al risarcimento del danno. Possono intentare la causa anche associazioni o comitati che non fanno parte del *Consiglio Nazionale* ma che sono "adeguatamente rappresentativi degli interessi collettivi".

I consumatori o utenti che intendono giovare dell'azione collettiva di risarcimento devono comunicare per iscritto la propria adesione all'associazione o al comitato proponente. È il cosiddetto meccanismo dell'*opt-in*.

Alla prima udienza il tribunale, sentite le parti, si deve pronunciare sull'ammissibilità della domanda: è dichiarata inammissibile quando è manifestamente infondata, quando sussiste un conflitto di interessi o quando il giudice non ravvisa l'esistenza di un interesse collettivo da tutelare.

Se la domanda è ritenuta ammissibile il giudice determina i criteri in base ai quali liquidare la somma da corrispondere o da restituire ai consumatori o utenti.

Nei 60 giorni successivi alla notifica della sentenza, l'impresa propone il pagamento di una somma con atto sottoscritto, comunicato a ciascun consumatore. Se la proposta viene accettata, costituisce titolo esecutivo.

Se l'impresa non comunica la proposta entro i 60 giorni, il presidente del tribunale competente istituisce una camera di conciliazione, composta dagli avvocati delle rispettive parti, che quantifica i modi, i termini e l'ammontare da corrispondere ai singoli consumatori o utenti. Il verbale di conciliazione costituisce titolo esecutivo.

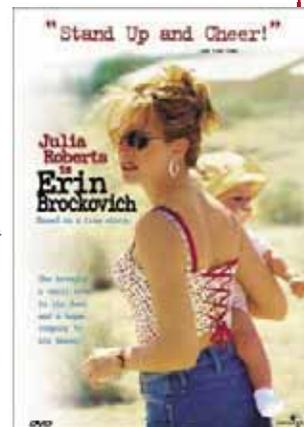
CAVALLI DI BATTAGLIA

I casi più clamorosi di *class action* si sono verificati nel paese in cui la norma è una vera e propria arma nelle mani dei consumatori, gli Stati Uniti. A partire dal caso di **Erin Brockovich** reso famoso dal cinema di Hollywood. È la storia vera di una segretaria precaria di uno studio legale a Los Angeles che – per spirito di sopravvivenza, curiosità e senso della giustizia – indaga sulla *Pacific and Gas Company* che ha contaminato le falde acquifere di una cittadina californiana provocando tumori ai residenti. Sostenuta dal suo principale, vince la battaglia legale ottenendo per i 260 querelanti indennizzi per un totale di 330 milioni di dollari (e un assegno di 2 milioni per sé).

Ma era addirittura il 1965 quando l'avvocato **Ralph Nader** accusò la *General Motors* di aver introdotto sul mercato un modello – la *Chevrolet Corvair* – "unsafe at any speed", ovvero insicura ad ogni velocità. La potente azienda automobilistica perse la causa per diffamazione che intentò contro l'avvocato. Oltre al risarcimento, i consumatori ottennero cinture di sicurezza, paraurti rinforzati, *test antishock* obbligatori per i nuovi modelli.

Celebri anche le cause intentate contro le grandi multinazionali del tabacco, **Philip Morris** e **Reynolds**, da ex fumatori ammalati di cancro: alcuni processi si sono conclusi con indennità in miliardi di dollari.

Gli avvocati americani, più recentemente, hanno cominciato a studiare un nuovo filone, le cause contro i *fast food* per il dilagare dell'obesità infantile. Sotto accusa le pubblicità rivolte ai bambini e i pupazzetti regalati assieme ai cibi. Insomma, non è che l'inizio.



SIA FATTA GIUSTIZIA!

Leggi a confronto tra Italia, Europa e Stati Uniti.



Stati Uniti

La *class action* statunitense è assai più offensiva di quella italiana. Ogni cittadino è legittimato a promuovere una *class action*, mentre in Italia tale potere è affidato alle associazioni di consumatori riconosciute. Negli *Usa* può essere addirittura uno studio di avvocati a promuovere un'azione, per poi pubblicizzarla tra consumatori, in modo da reclutare via via un numero sempre maggiore di clienti. La legge consente, infatti, che gli avvocati si prendano una percentuale sull'indennizzo che riescono ad ottenere per i propri clienti, sia se vincono la causa in tribunale sia se convincono l'azienda a patteggiare dietro pagamento. La regolarità dell'azione di risarcimento collettivo deve essere vagliata e approvata dall'autorità giudiziaria che nomina un curatore. L'altra grossa differenza è che nell'ordinamento italiano è previsto l'*opt-in*: per avere diritto al risarcimento il consumatore italiano deve aderire all'azione collettiva con comunicazione scritta. Tutto il contrario di quello che accade nella *class action* americana, dove il sistema è quello dell'*opt-out*: la dichiarazione iniziale, cioè, riguarda chi non vuole aderire alla classe, e quindi intende rifiutare l'azione collettiva, eventualmente per intraprenderne una personale.



Spagna

La legge (che risale al 2000) prevede che possano agire in modo collettivo sia le associazioni abilitate (come in Italia) che i gruppi di consumatori. L'azione va promossa attraverso i mezzi di comunicazione di massa che consentono di avvisare tutti i consumatori che hanno subito il danno e che intendono ottenere il risarcimento. Dopo l'inizio del procedimento non è ammessa l'individuazione o la costituzione di altri soggetti, ma il cittadino può anche agire separatamente.



Francia

Nel 1992 sono state inserite alcune norme che autorizzano le associazioni di consumatori, in seguito al ricevimento di un mandato, ad agire in nome di molteplici consumatori che hanno subito un danno simile. I meccanismi di questa legge sono però talmente complessi che essa è sostanzialmente inutilizzata. Inoltre due progetti di legge si propongono di modificare la normativa attuale: uno di questi si avvicina molto al modello americano.



Germania

Nel 2005 è stata introdotta una legge limitata al mercato finanziario per tutelare i risparmiatori. Questa legge introduce forme di risarcimento per danni subiti dal risparmiatore per inesatte, ingannevoli, omesse informazioni o comunicazioni sui mercati dei capitali e sul rispetto delle normative relative alle offerte pubbliche d'acquisto e alla vendita di azioni. È punibile tutto ciò che induce il risparmiatore a un'infondata attesa di guadagno (prospetti informativi, bilanci di esercizio e consolidati, relazioni sviluppate nelle assemblee e comunicazioni varie). La causa si può intentare solo se sono state avviate un minimo di 10 azioni individuali. Questa norma prevede inoltre l'instaurazione di una "legge pilota": la sentenza potrà, infatti, stabilire che un determinato procedimento diventi riferimento per altre cause.



Regno Unito

La legge britannica che prevede l'azione collettiva è denominata *Group Litigation Order* ed è stata introdotta nel 2000. Consiste in un'ordinanza in cui viene regolata la trattazione di cause che presentano questioni comuni o connesse di fatto o di diritto, anche proposte separatamente dinanzi alla stessa corte. È il giudice che nomina un avvocato *leader* a difesa dei casi del gruppo e distribuisce i costi della causa. Questo ordinamento, dunque, non è strettamente una *class action*, bensì un meccanismo flessibile che consente la trattazione congiunta di una pluralità di cause simili. In questo modo più cause vengono trattate una sola volta, con effetto vincolante per le parti e con evidenti benefici in termini di economia processuale.



di spugna rispetto al passato? «Come associazioni di consumatori non siamo per niente d'accordo – commenta Trefiletti – ma per noi la questione prioritaria era introdurre comunque la *class action*. Discussioni ulteriori avrebbero potuto essere un modo per bloccarla ancora».

Un altro “filtro” all'azione risarcitoria è il cosiddetto *opt-in*. In sostanza solo il consumatore che aderisce all'azione collettiva con comunicazione scritta – ovvero entra a far parte della *class* – potrà ottenere il risarcimento. Un meccanismo che rende la *class action* all'italiana assai più “morbida” di quella che c'è negli altri paesi d'Europa. Anche se c'è da dire che il sistema italiano si è dotato di uno spauracchio in più: la parcella degli avvocati dei ricorrenti sarà pagata (anche se parzialmente) dalla società condannata.

L'UNIONE FA LA FORZA

Le 16 associazioni del *Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti* (CNCU) accreditate e autorizzate ad attivare la procedura risarcitoria collettiva secondo l'elenco presente nel sito del CNCU www.tuttoconsumatori.it.

Acu 026615411

Adiconsum 064417021

Adoc 0645420928

0686398975-0686367211

Adusbef 064818632

Assoutenti 066833617

Casa del consumatore

0276316809

Centro tutela consumatori

e utenti 0471975597

CittadinanzAttiva 06367181

Codacons 892007

Codici 0655301808 - 065571996

Confconsumatori

0521230134 - 0521233583

Federconsumatori 0642020759

Lega consumatori 0248303659

Movimento consumatori

064880053

Movimento difesa cittadino

064881891

Unione nazionale consumatori

063269531

Controcanto
di Tito Cortese



Calcio mercato

La costruzione di nuovi stadi da parte delle società di calcio è un investimento “privato” quindi non può essere a carico della fiscalità generale come invece la pubblica assistenza.

In un paese moderno e bene ordinato la pubblica assistenza è a carico della fiscalità generale, costituisce cioè una spesa che ricade sulle tasse pagate dai cittadini in quanto tali, così come le voci di bilancio che riguardano la generalità delle persone: difesa, sanità, ordine pubblico, istruzione, giustizia, ambiente, infrastrutture essenziali, cultura e via dicendo. Ad altre esigenze, anche largamente condivise, si provvede invece nell'ambito del principio di mutualità, attraverso i contributi specifici dei diretti interessati: il caso più vistoso è quello della previdenza, che è gestita dall'ente pubblico con fondi alimentati dai lavoratori e dalle imprese.

È generalmente riconosciuto che si è in presenza di una anomalia, di un elemento di confusione, se la pubblica assistenza non ricade sulla fiscalità generale e grava invece, almeno in parte, sui bilanci della previdenza sociale: tale situazione, che ancora sussiste per taluni aspetti in Italia, è inevitabilmente motivo di polemiche

e di conflitti e non contribuisce certo a facilitare la soluzione condivisa delle questioni aperte sul piano della sicurezza sociale.

Ma l'anomalia può diventare una vera e propria bizzarria, difficile da spiegare in termini di ragionevolezza, quando la fiscalità generale, alla quale pure non si attribuiscono per intero gli oneri della spesa assistenziale che le toccherebbero, si vede invece scaricare, più o meno marginalmente e indirettamente, il gravame di spese che niente hanno a che vedere con l'interesse generale.

Tra i tanti esempi che si possono fare c'è il recente piano per la costruzione di nuovi stadi da parte delle maggiori società di calcio, “un affare da miliardi di euro” come scrivono i giornali. Intendiamoci, niente da dire sul fatto che le società di calcio siano proprietarie degli impianti nei quali si giocano le partite, e che nelle aree di questi impianti esse vogliano sviluppare attività extracalcistiche e commerciali per rafforzare i propri bilanci. Ma proprio perché di *business* si tratta (alberghi, negozi, multicinema e altro) proprio non si vede perché l'erario debba sobbarcarsi a una spesa di diversi milioni di euro l'anno per finanziare gli interessi su questi investimenti del tutto privati. Altro che confusione. Se ne riparli, almeno, dopo che si sarà risolta l'annosa questione della separazione tra previdenza e assistenza.



LA PAROLA AI SOCI

Per la prima volta **Unicoop Tirreno** dà voce ai soci distribuendo, allegato al prossimo numero di **Nuovo Consumo**, un questionario che si informa sui loro interessi, sul rapporto con il punto vendita e su quali temi vorrebbero vedere maggiormente impegnata la Cooperativa.

di Barbara Sordini

La nuova strategia era già stata annunciata: il socio è al centro del mondo *Unicoop Tirreno*. E con il socio la Cooperativa stringe subito i rapporti facendogli arrivare a casa, allegato al numero di marzo di *Nuovo Consumo*, un questionario per capire meglio e in modo diretto quali sono le aspettative e gli interessi. Unico impegno per i soci quello di rispondere ai quesiti che gli saranno sottoposti e riconsegnare il tutto presso il punto vendita di riferimento. I soci potranno compilare il questionario anche via internet sul portale **www.e-coop.it**. «L'obiettivo è quello di cercare di capire gli interessi dei nostri soci – afferma **Massimo Lenzi**, direttore delle Politiche Sociali – con l'avvio di un'attività chiamata *marketing sociale* attraverso l'utilizzo del questionario che è stato realizzato in collaborazione con l'*équipe* del professor Marco Frey della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa a cui spetterà anche il compito di raccogliere i risultati e fare una sintesi. Grazie alle risposte dei soci potremo avvalerci di nuovi dati per trovare dentro i Comitati neoeletti degli interlocutori portatori di interessi. D'altro canto verificheremo se gli stessi Comitati sono o meno rappresentativi dei territori di appartenenza. I risultati

saranno a nostra disposizione dal mese di giugno, speriamo in tempo utile per essere raccontati a ogni comitato durante le assemblee di bilancio. Mi aspetto e auspico una grande collaborazione da parte dei soci – afferma Lenzi – per avviare questo nuovo percorso che principalmente dovrà tenere conto dei loro pensieri nelle diverse realtà».

A domanda RISPONDE

Il questionario è articolato in tre sezioni e, attraverso le varie domande, il socio sarà il protagonista dei vari argomenti. Prima di tutto, non si tratta di un foglio da compilare in maniera anonima, anzi. I soci dovranno riportare elencati tutti i loro dati anagrafici per essere all'evenienza contattati, coinvolti e informati delle varie attività di cui si occupa la Cooperativa. Nella prima sezione le domande vertono sugli interessi del socio, sulle iniziative a cui partecipa e su quelle di cui si dovrebbe occupare la Cooperativa. Altre domande sonderanno poi la conoscenza

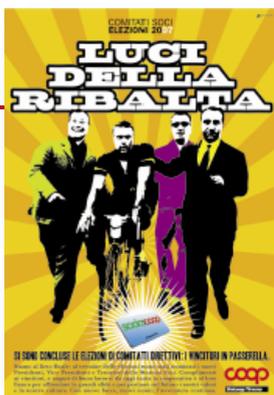
da parte del socio della struttura *Unicoop Tirreno*, e quindi degli organismi di rappresentanza e dei ruoli elettivi all'interno della Cooperativa. La seconda sezione mette in stretto contatto il socio e *Unicoop Tirreno*: si richiede infatti come valuta l'impresa sia dal punto di vista commerciale che da quello sociale, la distintività di *Unicoop Tirreno* rispetto agli altri gruppi della Grande Distribuzione, la valutazione dei servizi offerti con eventuali commenti e osservazioni.

Una nuova STRATEGIA

La terza sezione si occuperà dei rapporti del socio con il proprio punto vendita di riferimento e sottoporrà domande inerenti il canale di vendita (supermercato, ipermercato...), sul perché lo frequenta, quali sono gli aspetti di particolare importanza per l'acquisto dei prodotti ecc. Lo scorso mese, all'interno delle nuove Consulte dei Componenti i Direttivi delle Sezioni soci, alla presenza di tutti gli eletti, Massimo Lenzi e Marco Lami, presidente di *Unicoop Tirreno*, hanno dato l'avvio all'attività della nuova strategia e dei piani di azione della Direzione Politiche Sociali, di cui il questionario è un emblematico esempio.



Massimo Lenzi



PRESIDENTI ALLA CARICA

Sono stati eletti all'interno dei nuovi Comitati direttivi i trenta presidenti delle rispettive Sezioni soci di Unicoop Tirreno.

SEZIONE SOCI	PRESIDENTE
Avenza-Massa	Paola Micheloni
Versilia	Laura Marcucci
Livorno	Maria Mazzarino
Rosignano	Mario Scarpellini
Cecina-Donoratico	Graziella Cartei
Venturina-San Vincenzo	Silvana Pratesi
Piombino	Rinaldo Barsotti
Elba	Jessika Muti
Follonica-Castiglione d. P.	Simonetta Radi
Colline Metallifere	Luigi Lo Presto
Grosseto	Rosario Termini
Civitavecchia	Stefania Giannetti
Viterbo	Famiano Buttarelli
Roma-largo Agosta	Francesco Barreca
Roma-Colli Aniene	Annamaria Tocca
Roma-Laurentino	Romilda Flora
Roma Nord	Maria Luigia Ricci
Casilina	Sara Rizzo
Pontina	Rosario Grasso
Etruria	Antonio Paone
Irpina	Gaetana Aufiero
Area Vesuviana	Gaetano Peranio
Castelli Romani	Spartaco Mancini
Valnerina	Giorgio Lucci
Paglia-Vulsinia	Claudio Strappafelci
Agro Falisco	Filippo Capodimonti
Cimini	Fulvio Santini
Est Maremma	Laura Boncioli
Costa d'Argento	Doriana Rispoli

La vetrina dei soci

SPORT INVERNALI

Presentando la carta *SocioCoop* il socio ha diritto a sconti e agevolazioni presso alcune strutture convenzionate nelle più rinomate stazioni sciistiche italiane. Le regioni interessate dalla convenzione sono la Valle d'Aosta (con le località Champorcher e Pila), il Piemonte (con Bardonecchia, Macugnaga, Monterosa e Limone Piemonte), il Trentino (con Folgaria, Lavarone, Paganella, Dolomiti e San Martino di Castrozza, Passo Rolle) e l'Emilia Romagna (Cimone). Gli sconti, dal **10 al 15 per cento**, sono previsti sugli *ski pass*, sugli impianti di risalita, sulle lezioni di sci e sugli *hotel* convenzionati. Inoltre al socio spetta lo sconto del **10 per cento** sul noleggio di attrezzature per gli sport invernali nei negozi *Rent and go*.



Per informazioni sulle strutture convenzionate www.e-coop.it. L'elenco delle strutture è consultabile anche presso i punti vendita di *Unicoop Tirreno*.



APRITI COOP!

Quarto (NA)

Unicoop Tirreno apre a Quarto (NA) il suo nono ipermercato, il quinto in Campania dopo Afragola, Avellino, Teverola e Benevento. Inserito nel nuovo grande centro commerciale "Quarto Nuovo" l'Iper è stato inaugurato il 6 dicembre alla presenza del presidente Marco Lami. Oltre 60 milioni di euro di investimento; 8.500 mq di superficie; 270 dipendenti (età media 26 anni, in maggioranza residenti a Quarto); 36 casse; 3 mila posti auto e una vastissima offerta commerciale che comprende anche l'angolo *Coop Salute* per la vendita dei farmaci da banco e numerosi servizi (consegna a domicilio, centro telefonia, servizio consegna foto, pagamenti rateali, punto assistenza post-vendita). L'IperCoop rimane aperto sette giorni su sette.

Fornoli (LU)

Dopo Pieve Fosciana un nuovo *Incoop* in provincia di Lucca, a Fornoli. A quanto pare la Garfagnana porta bene alla Cooperativa che con il piccolo punto vendita di Pieve, inaugurato la scorsa estate, sta ottenendo buoni risultati in termini di vendite e una media di 250 soci iscritti al mese. L'*Incoop* di Fornoli, aperto il 31 gennaio, si trova a 25 km da Pieve. È il 63° negozio del canale *Gestiscoop*, 580 mq di superficie e nove dipendenti.



IL CONTO DELLA SPESA

Convenienza dei prezzi e difesa del potere d'acquisto dei consumatori. La sfida di Unicoop Tirreno per il 2008.

di Luca Rossi

«Nel 2008 l'obiettivo fondamentale è il rafforzamento della strategia commerciale per aumentare la fedeltà di soci e consumatori. Lo possiamo raggiungere attraverso un miglioramento della nostra competitività e tenendo conto che è altresì importante conseguire una migliore redditività della Cooperativa». Così **Aldo Bucciantini**, Direttore commerciale centrale, definisce gli impegni per il 2008 di *Unicoop Tirreno*.

«Innanzitutto – continua Bucciantini – riproponiamo con forza il tema della convenienza dei prezzi a difesa dei nostri soci e consumatori. Dopo molti anni assistiamo ad una notevole ripresa inflazionistica, soprattutto negli alimentari, con un'inflazione all'acquisto prevista per l'anno al 5-6 per cento. *Unicoop Tirreno* è impegnata a contenere fortemente l'inflazione prima di tutto usando il potere negoziale con i fornitori per subire aumenti meno consistenti e per trasferirla il meno possibile sui consumatori. Faremo di tutto per contenere l'inflazione alla vendita utilizzando al meglio tutte le leve gestionali a disposizione».

Conferma, dunque, per il *Carrello della Spesa*: «L'applicazione della strategia dei prezzi del *Carrello* prevede convenienza su tutte le piazze e per tutti i canali. Prioritaria è la tenuta dei livelli competitivi rispetto ai concorrenti diretti su piazza». Conferma e sviluppo della strategia anche su qualità, servizi e funzionamento aziendale. «Abbiamo di fronte obiettivi assolutamente sfidanti – conclude Bucciantini – in quanto le condizioni di mercato restano difficili e per tanti soci e consumatori è sempre più complesso far quadrare i conti familiari. Tutta la Cooperativa dunque è impegnata in uno sforzo corale per conseguire maggiore efficienza e migliorare la competitività».

TEMPI difficili

Unicoop Tirreno affronta il 2008 in uno scenario che, allo stato, non mostra segnali di ripresa dei consumi e dei redditi disponibili. Nel contempo il quadro economico si sta aggravando

a seguito delle tensioni internazionali che riguardano il mercato delle materie prime, dei beni alimentari e il costo dell'energia.

«Permangono quindi difficoltà per le famiglie a far quadrare i conti – avverte **Leonardo Caporioni**, Direttore amministrazione e controllo – e così *Unicoop Tirreno*, in ossequio alla propria missione, intende privilegiare la convenienza dei prezzi a vantaggio dei soci e consumatori rispetto al conseguimento dei risultati economici continuando nell'impegno per ottenere più efficacia e più efficienza migliorando l'organizzazione aziendale. Particolare attenzione è rivolta alla qualità dell'offerta commerciale e dei servizi al consumatore».

La Coop, peraltro, in questi mesi in cui si sono evidenziate tensioni anche sui mercati finanziari, ha comunque preservato la propria solidità finanziaria e ciò consente tra l'altro di sviluppare i servizi finanziari finalizzati alla tutela del risparmio dei soci. «In un contesto difficile – conclude Caporioni – *Unicoop Tirreno* conferma quindi i propri obiettivi di convenienza, di miglioramento della gestione e, grazie alla propria solidità patrimoniale, la programmazione di ulteriori e importanti investimenti per il rinnovamento della nostra rete di vendita».

Assemblee Autonome 2008

Sezione soci n. 1 **CARRARA**

Mercoledì 27 febbraio, ore 17
AVENZA - Parrocchia Maria SS Mediatrice,
via Villafranca

Sezione soci n. 2 **VERSILIA**

Lunedì 25 febbraio, ore 21
PIETRASANTA - Salone dell'Annunziata,
Chiostrò Sant'Agostino

Sezione soci n. 3 **LIVORNO**

Venerdì 22 febbraio, ore 17
LIVORNO - Circolo ARCI "La Rosa", via dell'Ardenza, 99
(ingresso dal piazzale Coop nel retro del Circolo)

Sezione soci n. 4 **ROSIGNANO**

Lunedì 18 febbraio, ore 16.30
Sala Comunale delle Conferenze, p.za del Mercato

Sezione soci n. 5 **CECINA-DONORATICO**

Giovedì 21 febbraio, ore 16.30
CECINA - Cinema Tirreno, via Buozzi

Sezione soci n. 6 **SAN VINCENZO-VENTURINA**

Venerdì 29 febbraio, ore 16
VENTURINA - Sala CeValCO, via della Fiera, 3

Sezione soci n. 7 **PIOMBINO**

Giovedì 28 febbraio, ore 17
PIOMBINO - Teatro Metropolitan, p.za Cappelletti, 2

Sezione soci n. 8 **ELBA**

Mercoledì 20 febbraio, ore 16
PORTOFERRAIO - Sala Conv. Provincia,
viale Manzoni, 11

Sezione soci n. 9 **FOLLONICA CASTIGLIONE DELLA PESCAIA**

Giovedì 28 febbraio, ore 16
FOLLONICA - Centro Auser "I Tre Saggi", via Nenni, 2

Sezione soci n. 10 **COLLINE METALLIFERE**

Venerdì 22 febbraio, ore 16
BAGNO DI GAVORRANO - Sala "A.Senesi",
Casa del Popolo

Sezione soci n. 11 **GROSSETO**

Lunedì 18 febbraio, ore 16
Sala Eden, Bastione Garibaldi, Mura Medicee

Sezione soci n. 12 **CIVITAVECCHIA**

Giovedì 28 febbraio, ore 16
Sala Compagnia Portuale, via XXIV maggio, 2

Sezione soci n. 13 **VITERBO**

Venerdì 29 febbraio, ore 15.30
Sala Conferenze della Provincia, via Saffi

Sezione soci n. 14 **ROMA-LARGO AGOSTA**

Mercoledì 27 febbraio, ore 16
Sala Parr. S.Maria Madre della Misericordia,
via dei Gordiani, 365

Sezione soci n. 15 **ROMA-COLLI ANIENE**

Mercoledì 20 febbraio, ore 17
Parrocchia Sacro Cuore, viale Bardanzellu, 83

Sezione soci n. 16 **ROMA-LAURENTINO**

Lunedì 3 marzo, ore 16.30
Sala Parrocchia S.Mauro, via Sapori, 10

Sezione soci n. 18 **ROMA NORD**

Lunedì 25 febbraio, ore 17
Sala Parrocchia S.Maria della Speranza,
piazza Fradeletto, 15

Sezione soci n. 19 **CASILINA**

Mercoledì 27 febbraio, ore 17
COLLEFERRO - Centro Anziani, piazza Mazzini

Sezione soci n. 20 **PONTINA**

Venerdì 29 febbraio, ore 16.30
APRILIA - Ist. Comp. "G.Pascoli", via delle Palme

Sezione soci n. 21 **ETRURIA**

Giovedì 21 febbraio, ore 16.30
CERVETERI - Auditorium Istituto Superiore "Mattei"
via Settevene, Palo Nuova

Sezione soci n. 22 **IRPINIA**

Venerdì 22 febbraio, ore 16.30
AVELLINO - Centro Sociale "Samantha della Porta",
via Morelli e Silvati

Sezione soci n. 23 **AREA VESUVIANA**

Giovedì 28 febbraio, ore 16.30
CASALNUOVO DI NAPOLI
Centro Polifunzionale "Pasolini",
via Strettola trav. F. Coppi

Sezione soci n. 24 **CASTELLI ROMANI**

Venerdì 22 febbraio, ore 16.30
VELLETRI - Sala Micara (Museo Diocesano),
corso della Repubblica, 347

Sezione soci n. 25 **VALNERINA**

Giovedì 21 febbraio, ore 16
ORTE - Dopolavoro Ferroviario, corso Garibaldi

Sezione soci n. 26 **PAGLIA-VULSINIA**

Venerdì 22 febbraio, ore 16
TUSCANIA - Biblioteca Comunale, piazza Basile

Sezione soci n. 27 **AGRO FALISCO**

Giovedì 28 febbraio, ore 17
RIGNANO FLAMINIO - Teatro Comunale Paladino,
via San Rocco

Sezione soci n. 28 **CIMINI**

Venerdì 29 febbraio, ore 16
VETRALLA - Cooperativa Sociale "P. Canonica",
piazza Vittorio Emanuele

Sezione soci n. 29 **EST MAREMMA**

Mercoledì 27 febbraio, ore 21
RIBOLLA - Saletta Soci Coop, via Liguria, 1

Sezione soci n. 30 **COSTA D'ARGENTO**

Venerdì 29 febbraio, ore 16
ORBETELLO - Sala riunioni Parrocchia
S. Paolo della Croce - Neghelli

ordine
del giorno
assemblea

**Il Bilancio Preventivo 2008, le azioni di Coop a difesa dei soci
e dei consumatori, la partecipazione nella nuova Strategia sociale**

● A tutti i partecipanti verrà consegnato un buono omaggio per il ritiro di un prodotto ●

UNA SALA NEL DESERTO

Dopo Casa Matteo e l'Hotel delle Dune a Gorom Gorom, in Burkina Faso, nasce la sala parto del Progetto Matteo, unico presidio nel raggio di centinaia di chilometri per le donne del deserto. di Beatrice Ramazzotti

Signora Lia

Lia ha lavorato mesi per mettere insieme tutto il materiale necessario spedito con un *container* dal porto di Livorno. Alcune *Asl* toscane hanno donato letti ospedalieri, barelle, un fasciatoio, un'incubatrice, ferri chirurgici, mentre altro materiale (sterilizzatore, luci, lettino per le visite, medicinali) per un valore di 15mila euro sono stati acquistati dalla Cooperativa con i fondi del *Progetto Matteo* raccolti da soci, dipendenti, enti e associazioni. Con sé Lia ha portato anche un prezioso ecografo e altri farmaci che non potevano essere spediti. La sala parto è stata inaugurata a metà gennaio in occasione della visita della delegazione di *Unicoop Tirreno* (Anna Mencarelli, Silvia Ammannati, Mario Pantani, Maddalena Presenza, Diva Malotti, Rosa Vacca, Vanda Spoto, Walter



Le donne la aspettano da un anno, da quando hanno saputo cosa sarebbe sorto in quella nuova struttura vicino a *Casa Matteo*. Siamo a Gorom Gorom, in Burkina Faso, un villaggio in pieno deserto africano, dove il parto rappresenta la principale causa di morte di donne e bambini. Gorom Gorom è il luogo dove ormai da sette anni *Unicoop Tirreno* porta avanti il *Progetto Matteo* grazie al quale sono stati costruiti *Casa Matteo*, che oggi ospita settanta bambini senza famiglia, nove pozzi per l'acqua, un orto, un ostello – l'*Hotel delle Dune* – gestito da ragazzi del villaggio che affittano posti letto a volontari, operatori internazionali e turisti di frontiera coprendo parte delle spese di *Casa Matteo*. Una sala parto dotata di attrezzature, personale specializza-



to, strumenti sterilizzati è quasi un miraggio qui, dove i bimbi vengono al mondo sulle stuoie. La sala è stata allestita a dicembre sotto la supervisione di Lia Burgalassi, consigliera di amministrazione di *Unicoop Tirreno* e ostetrica.

Ulivieri, i due animatori e attori Marco Burgalassi e Silvia Lemmi, i giornalisti Carlo Ciavoni, inviato del *Venerdì* e di *Viaggi di Repubblica* e Roberto Bernabò vicedirettore de *Il Tirreno*). Vi lavorano Suor Therese e due ostetriche, il cui stipendio viene pagato dal

Comune di Piombino, mentre la *Pubblica Assistenza* piombinese sta sostenendo le spese per la formazione di due suore che diventeranno presto il punto di riferimento di centinaia di donne di Gorom Gorom e delle tribù nomadi circostanti.

TERRE DI CONFISCA

I progetti in nome del ritorno alla legalità che legano Unicoop Tirreno a Libera e alle coraggiose cooperative sociali di Corleone. di Beatrice Ramazzotti

Durante *Entrata Libera*, la serata in nome della legalità organizzata a Piombino lo scorso novembre, è stato ufficializzato l'ingresso di *Unicoop Tirreno* in veste di socio sovventore nella cooperativa sociale *Lavoro E Non Solo* (sede Corleone, dodici soci lavoratori, 120 ettari di terreni confiscati alla mafia da coltivare). L'elefante e la formica, per dirla con un'immagine che però rende l'idea dell'iniziativa, e soprattutto fa capire la portata della notizia per la piccola e coraggiosa cooperativa che fa parte del circuito di *Libera*, l'associazione anti-mafia fondata da Don Luigi Ciotti. Un caloroso applauso del pubblico ha sottolineato il momento in cui **Calogero Parisi**, presidente della *Lavoro E Non Solo*, ha consegnato al presidente di *Unicoop Tirreno* **Marco Lami** un barattolo di vetro contenente la terra di un campo confiscato. Le altre due novità legate alla serata, e che avranno uno sviluppo durante il corso dell'anno, riguardano il sostegno da parte di *Unicoop Tirreno* alla ristrutturazione, tramite la *Legacoop*

Sicilia, di una cantina a San Cipirello appartenuta al mafioso Brusca.

Dopo la confisca la cantina è stata saccheggata così la *Legacoop* siciliana ha lanciato un appello alla *Lega delle cooperative toscane* per la ricostruzione di questa struttura che potrà tornare a produrre vino, questa volta in modo legale e da uva coltivata da *Libera*, come il famoso e ottimo *Centopassi* già presente nei punti vendita Coop. Infine il terzo progetto: la trasformazione di una palazzina nel centro storico di Corleone di proprietà del "capo dei capi" Totò Riina in una foresta aperta a turisti e volontari. L'edificio di tre piani è stato consegnato il 30 novembre 2007 alla cooperativa *Lavoro E Non Solo* dal Procuratore Nazionale Antimafia **Piero Grasso**. Intorno a questo progetto si sta scatenando la fantasia dei soci: l'idea sarebbe far "adottare" ogni stanza a una Sezione soci di *Unicoop Tirreno*. Intanto il progetto di ristrutturazione è stato affidato all'architetto **Donella Garfagnini**.

CAPITI A FAGIOLINO

Verdi, buoni, biologici, chi li compra sostiene le piccole cooperative di coltivatori del Burkina Faso.

In tutti i punti vendita Coop italiani tornano i fagiolini verdi del Burkina Faso. Come lo scorso anno saranno riconoscibili dal marchio *TerraEqua*, il grande progetto di cooperazione internazionale di *Coop Italia* che prevede interventi di formazione e investimenti nei paesi africani in via di sviluppo. I fagiolini arrivano all'aeroporto "Galileo Galilei" di Pisa e vengono distribuiti su tutto il territorio nazionale in confezioni da 500 grammi. L'obiettivo è importarne complessivamente 500 tonnellate fino alla fine di marzo, coprendo così il periodo di fuori stagione della produzione nazionale. I biologici fagiolini burkinabè, nel 2007, hanno riscosso un ottimo successo di vendite e gradimento. Vengono coltivati nella zona di Kougussi e Sorou dalle cooperative *Scoo.Bam* e *Sog.Cam* a cui quest'anno si sono aggiunti due villaggi della località Kosmorou. I contadini coinvolti salgono così a 2mila: circa 300 famiglie che si dividono gli 84 ettari di campi coltivati a fagiolini. In più quest'anno un censimento sociale permetterà di stabilire un reddito equo per ogni contadino. (B.R.)

LIBRI

C'ERA UNA VOLTA IN RUSSIA

Erano contadini, artigiani, muratori, pasticceri, commessi, commercianti. C'era anche un professore di lettere. C'era un medico. C'era un pompiere. C'era un fotografo di oggetti d'arte e c'era un cocco di mamma con il gusto dell'avventura. Il più giovane aveva vent'anni, il più vecchio trentacinque. Finirono tutti nel mattatoio di Stalingrado, una delle più feroci e sanguinose battaglie della seconda guerra mondiale. Erano 77 soldati italiani scomparsi nel gorgo di quell'inferno nel quale precipitarono dopo l'accerchiamento delle armate tedesche da parte dell'armata rossa. I più fortunati finirono nei campi di prigionia.



Molti morirono di stenti e di malattie. Alla fine della guerra tornarono solo in due. Uno scrittore, **Alfio Caruso**, ha ricostruito la loro vicenda in un libro (*Noi moriamo a Stalingrado*, Longanesi) minuzioso e documentato che ci riporta a quei giorni terribili attraverso le storie di ognuno di quegli uomini.

INFORMATICI OVER 60

12 soci Coop tra gli allievi del corso di informatica per ultrasessantenni organizzato dal 196° Circolo Didattico e sostenuto dal Comitato soci di via Bettini a Roma. Le lezioni sono gratuite e tenute da studenti coordinati da un insegnante presso le scuole elementari della capitale "Walt Disney" e "Cardinal Massaia". Si tratta di un appuntamento settimanale di due ore, per un totale di 30, fino a maggio 2008.

LA COOP TI FA BELLA

Fatti bella con i punti Coop. Approfitta dell'occasione che Unicoop Tirreno ti offre di utilizzare i punti per il ritiro di buoni validi nei centri estetici e nelle palestre del circuito **Coop for you**. di Cristina Vaiani

Un litro di latte, mezzo chilo di pane, yogurt, acqua, riso e un bel massaggio rilassante. La bellezza e il benessere fisico finiscono nella lista della spesa grazie a **Coop for you**, il circuito di palestre e centri estetici garantiti da Coop dove il socio ha la possibilità di utilizzare i punti del collezionamento ritirando buoni presso il punto vendita. La procedura è semplice. Basta presentarsi al punto di ascolto del proprio negozio Coop e investire "in bellezza" i punti della raccolta: ne servono 1.000 per aggiudicarsi un buono da 20 euro da utilizzare in palestra mentre 600 sono sufficienti per un buono da 10 euro spendibile nel centro estetico. Per scegliere la palestra o il centro estetico si può consultare in negozio o su internet l'elenco delle strutture convenzionate, oltre una quarantina rigorosamente selezionate da *Unicoop Tirreno* nei territori della Cooperativa, riconoscibili dalla vetrofania "questo esercizio fa parte del circuito Coop for you".

Buon per te

Sui buoni sono riportate le informazioni necessarie: ad esempio "buono del valore di 10 euro valido in tutti i centri estetici del circuito *Coop for you*". Sul retro si specifica che i buoni sono validi fino ad aprile 2009 e che sono cumulabili fino ad un ammontare che sia inferiore al costo della prestazione. E cioè per una pulizia del viso che costa 25 euro si possono cumulare due buoni da 10 e aggiungere 5 euro. I servizi del circuito delle palestre e dei centri estetici vanno ad aggiungersi alle altre possibilità che il socio ha a disposizione per utilizzare i punti raccolti con la spesa, dalle offerte mensili agli sconti immediati alla cassa, dalla possibilità di sostenere i progetti di cooperazione e solidarietà agli sconti sui viaggi e sul tempo libero o su abbonamenti a riviste. *Coop for you* rappresenta quindi un'opportunità in più che *Unicoop Tirreno*

offre ai soci che intendono utilizzare i punti del collezionamento.

Un servizio nuovo, ulteriore che dà sempre *Più valore al socio Coop*.

L'elenco completo delle palestre e dei centri convenzionati è consultabile su un pieghevole in distribuzione presso i punti vendita Coop oppure sul sito www.unicooptirreno.e-coop.it. Per informazioni tel. 800861081



TOSCANA

Centri estetici

Morphè tel. 056543399
Piombino Loc. San Quirico 5
Centro Benessere Bwell
Cecina tel. 0586661732
v. Marie Curie 4
Estetica Giovanna
Follonica tel. 056651205
p.za XXV Aprile 30/31
Pegaso tel. 0564457903
Grosseto v. Birmania 72
Informissima tel. 0586503313
Livornopza 185 reg.art.Folgore3
Rive tel. 0586858580
Livorno v. di Collinaia 4
Le Muse e gli Dei
Viareggio tel. 0584564739
v. Sciesa 14/A
Linealei tel. 0586891331
Livorno v. della Maddalena 16

Incanto tel. 0586794539

Rosignano S. v. del Fante 12
Estetica Roberta
San Vincenzo tel. 0565703182
v. Roma 16
Belle e bulli tel. 058572340
Carrara v. del Cavatore 29
Estetica e Benessere
Risveglio di Ostara
Grosseto tel. 0564456176
v. Monte Cengio 17

Palestre

Morphè Piombino
Centro Benessere Bwell Cecina
Pegaso Grosseto
Evolution Fitness Club
Avenza tel. 058550265
v. Campo d'Appio 33

LAZIO

Centri estetici

Centro Benessere Pompeo
Colleferro tel. 069780732
v. Giotto 161/163
Centro Estetico Mya
Fabrica di Romatel.0761576500
v.Le Lazio 2
Nettuno Collatina
Roma tel. 062588153
v. Q. Peperino 10
Nettuno Saxa Rubra
Roma tel. 062588446
p.za V. Mangano 12
La Magia del Benessere
Genzano di Romatel.069399992
v. Montegiove 17
Deby Line tel. 069363819
Genzano di R.v.Pizzicannella 37
Genesisfarm tel. 069275236
Aprilia v.Cav.diVittorioVeneto2

Le Naiadi tel. 0775203003

Frosinone v. Marittima 465
Fitvillage tel. 0641734601
Roma l.go Mattei Gentili 30
Nuova Forma tel. 0766842368
Tarquinia v. delle Torri 13
Palestre
Europaradise 1 tel. 069110180
Pomezia v. S. Pellico
Europaradise 2 tel. 069110180
Pomezia v. del Mare Km 18,2
Nettuno Collatina Roma
Nettuno Saxa Rubra Roma
Fitvillage Roma
New Energy tel. 0766856584
Tarquinia v. dei Velka 20
Inside Wellness Club
Ronciglione tel. 0761653029
p.za Principe di Piemonte 2

CAMPANIA

Centri estetici

Nevola tel. 0825534556
Solofra v. Starza del Conte 18
Glam Fit Gallery tel. 0814928019
Nocera Inferiore v. dei Ciliegi 6
Club Iduna tel. 0818607189
Afragola v. Marziasepe 1
Palestre
Club Iduna Afragola
Glam Fit Gallery Nocera Inf.
Fitness 2000 tel. 082452300
Beneventov.S.G.Moscato51/53

GIRAMONDOVIVO



Partono per nuove destinazioni i viaggiatori “responsabili” di Mondovivo. Tra le mete primaverili la Campania, dove è già stato “testato” un itinerario.

di Cristina Vaiani

Un gruppo di soci, dipendenti, consiglieri di amministrazione e giornalisti nella terra del Vesuvio. Sono andati a “testare” l’itinerario vesuviano-flegreo, nel senso che lo hanno visto in anteprima, lo hanno “approvato” e adesso lo promuovono come viaggio etico e sostenibile. L’esperienza si ispira ai viaggi per turisti responsabili del catalogo *Mondovivo* che *Unicoop Tirreno* e *ITC (Imprenditori turistici campani)* propongono ai soci Coop già dallo scorso anno. Un’offerta turistica diversa, innovativa, un progetto che si realizza anche grazie al supporto di una commissione turismo di soci che affianca la progettualità. Non a caso i soci che hanno partecipato all’*educational tour* – così si chiama il viaggio di “conoscenza” del gruppo Coop – diventano promotori e organizzatori delle mete future.

Questa degli itinerari campani è una delle iniziative più importanti nella storia di *Mondovivo*: il **vesuviano**

che penetra nelle vecchie fattorie dove ancora nascono i prodotti tipici, in borghi antichi e fabbriche di rame, santuari e musei, vigneti rarissimi e danze popolari. O il **flegreo** che con la sua piscina *mirabilis*, la grotta della Sibilla, la Solfatara e l’anfiteatro Flavio, custodisce uno dei più antichi patrimoni archeologici. A primavera sarà la volta dell’itinerario **nolano** alla scoperta di un villaggio preistorico e di Cimitile, uno dei borghi più antichi del Cristianesimo.

Bell’Italia

Ma tra le mete italiane di *Mondovivo* ce ne saranno altre, nel 2008, di grande attrazione: la Sicilia e le terre confiscate alla mafia di *Libera terra*; Livorno, la costa degli Etruschi e le isole dell’arcipelago; Torre del lago Puccini a 150 anni dalla nascita del grande compositore.

Lo spirito di *Mondovivo* è di promuovere un tipo di turismo più attento al territorio e alle piccole realtà locali capace di valorizzare le ricchezze storiche e ambientali, ma anche le produzioni tipiche nel rispetto dell'ambiente, delle persone e delle culture, coinvolgendo e lavorando insieme alle istituzioni locali, agli operatori turistici e alle associazioni del luogo.

«Si scelgono in genere territori meno noti al turismo di massa – afferma **Daniela Raspo**, responsabile servizi ai soci di *Unicoop Tirreno* –, ma ugualmente ricchi di storia e cultura, e si porta il turista a conoscere i luoghi, la gente, le tradizioni, le problematiche, le opportunità di quel territorio, il suo tessuto sociale e produttivo, la sua gastronomia. Il vero interesse sono le persone, la loro cultura e la loro storia... dopo un viaggio *Mondovivo* si torna a casa più ricchi».

Info: www.mondovivo.it

Per prenotazioni e informazioni: num. verde 800778114



IN PARTENZA

Speciale Pasqua
itinerario vesuviano
dal 21 al 24 marzo

Calendario delle partenze degli itinerari flegreo, vesuviano, nolano:

aprile 25, 26, 27
maggio 16, 17, 18
giugno 13, 14, 15
luglio 11, 12, 13
settembre 12, 13, 14
ottobre 19, 20, 21
novembre 14, 15, 16

MANIDOPERA

Riparte a Roma e Pomezia il servizio 100 mani.

Elettricisti, muratori, idraulici, installatori e assistenti di elettrodomestici, audio, video, informatica, e ancora giardinieri, fabbri, falegnami e tappezzeri, imprese di traslochi e trasporti, di pulizia e climatizzazione. *100 mani* al servizio dei soci Coop di Roma e Pomezia disponibili in 48 ore per installazioni e riparazioni di ogni genere alle tariffe stabilite da Coop. Il servizio, dopo una prima sperimentazione, riparte completamente rinnovato e potenziato grazie anche alla collaborazione con il portale *Numeroutile.it* gestito da una cooperativa della Capitale. Le aziende e i professionisti che aderiscono a *100 mani* vengono registrati sul portale con tanto di caratteristiche aziendali, servizi offerti, certificazioni e garanzie. Inoltre sono tenuti a sottoscrivere tutta una serie di condizioni – garanzie di correttezza, trasparenza e rispetto delle leggi in materia – tra cui l'accettazione del listino dei prezzi Coop. E cioè 22 euro per il diritto di chiamata più la tariffa oraria di 27 euro. Il costo all'ora si intende per ogni operaio specializzato impiegato mentre il materiale è conteggiato a parte. Prezzi comprensivi di *Iva*.

Prenotazioni al n. verde 800563310, per i cellulari è attivo il n. 0650514501. Risposta entro 24 ore.

ALLA VOSTRA SALUTE

Proseguono gli appuntamenti con gli esperti di salute e alimentazione presso lo Spazio soci del supermercato di via Pasubio a Cecina. Queste le prossime date, sempre **dalle 17 alle 19**.

8 febbraio *Intolleranze alimentari: glutine e lattosio, mangiare senza troppe rinunce* (dott.ssa Elena Nannelli, economo dietista Lorella Spagnesi); **11 febbraio** *I disturbi alimentari e i loro aspetti psicologici* (d.ssa Giuliana Cantini); **26 febbraio** *Conservazione degli alimenti* (dott.ssa Daniela Giustini).

ATTENTI A QUEI MENO DUE

Unicoop Tirreno ed *Enerpetroli* "Insieme per il risparmio": -2 centesimi al litro su benzina super senza piombo e gasolio ad ogni rifornimento. Questa è l'offerta riservata ai possessori della carta *SocioCoop* presso il distributore di **via della Palazzina 10 a Viterbo**. L'iniziativa rientra in un più vasto progetto di conven-

zioni riservate ai soci sull'acquisto del carburante: *Unicoop Tirreno* e altre cooperative stanno cercando di concordare con i vari impianti disponibili a questo tipo di convenzione uno sconto per i soci valido a livello nazionale.

Mostrare la carta *SocioCoop* al momento del pagamento; l'offerta è valida solo durante l'orario di apertura del distributore.



Ciullini Rosanna & C. S.N.C.



Lavorazione trippa
e prodotti a base
di carne

Ciullini Rosanna & C. snc
viale Europa 11/d
Grosseto
tel. 0564 455323

Prodotto
a marchio

coop

C'era due volte

Sulle etichette dei prodotti a marchio Coop una nuova indicazione che descrive il materiale con cui è fatta la confezione e indica in quale contenitore smaltirla. Per consumare senza distruggere il Pianeta Terra.

di Anna Somenzi

Nell'etichetta dei prodotti a marchio Coop arriva un aiuto per svolgere correttamente la raccolta differenziata dei materiali da imballaggio: quel che troverete, vicino alle solite indicazioni nutrizionali e produttive dell'etichetta, è infatti una piccola tabella grigia, con la scritta **Coop per l'ambiente** che porta l'indicazione chiara del materiale utilizzato nella costruzione dell'imballo e di dove vada smaltito (carta, plastica ecc.). Coop per prima ha recepito l'invito dell'Unione Europea a indicare in etichetta i materiali da imballo, proprio per aiutare i consumatori nella raccolta differenziata. Le indicazioni dall'UE prevedono però delle sigle non così facili da interpretare. Se infatti possiamo riconoscere come materiale plastico il **PET** (polietilene-reftalato), il componente delle bottiglie, la sigla **PAP 21**



del cartone non ondulato risulta sicuramente sconosciuta alla stragrande maggioranza delle persone. Ecco allora che sulla scatola della crostata di albicocche Coop accanto alla sigla europea *PAP 21* appare che cos'è: astuccio; di cosa è fatto: cartoncino; e dove va: raccolta carta. È chiaro così che cosa possiamo fare della nostra scatola...

LE 3 R

L'importanza della raccolta e del riuso dei materiali da imballaggio è in costante aumento in Europa dove paesi particolarmente attenti come Austria e Paesi Bassi vantano percentuali di riciclo pari se non superiori al 60 per cento dei loro rifiuti; l'Italia ha una media nazionale del 25,2 per cento con realtà ancora molto disomogenee sul territorio. Le aziende hanno una serie di obblighi rispetto alle materie che utilizzano, ma la partecipazione dei consumatori finali è molto importante. La piccola fatica di ognuno per la separazione dei diversi materiali porta un grande vantaggio per tutti. Ognuno di noi produce, infatti, oltre 540 chilogrammi di rifiuti urbani all'anno, secondo la relazione annuale del *Conai* (*Consorzio nazionale imballaggi*).

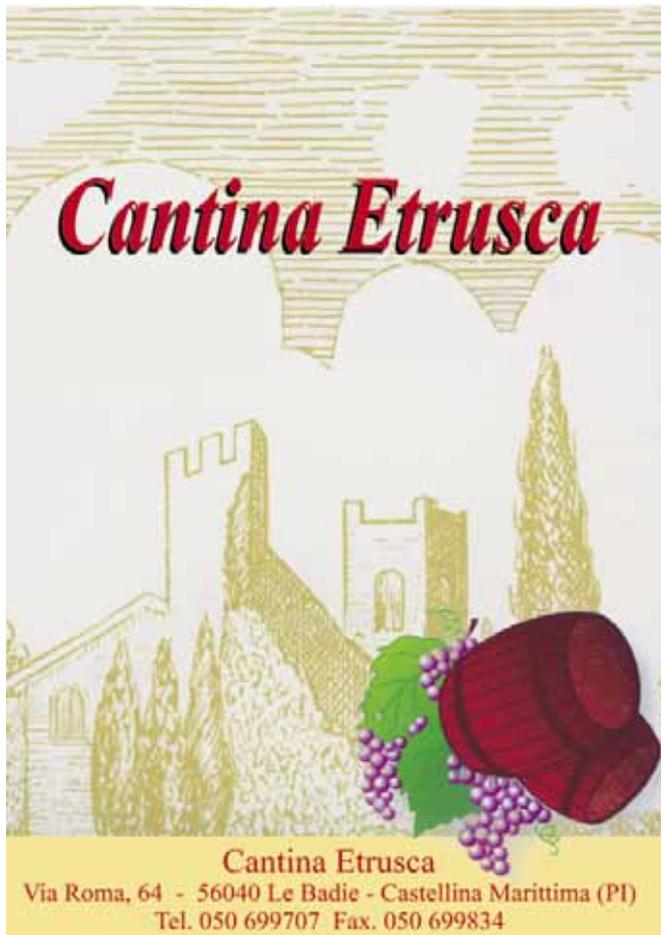
Molto è stato fatto sui prodotti a marchio Coop per ridurre al minimo gli imballaggi e costruirli nel modo più leggero possibile per l'ambiente. Il progetto *3R, risparmio riciclo riuso*, ha visto eliminare il cartoncino del tubo di maionese, creare le ricariche per i saponi, alleggerire i flaconi, utilizzare plastica riciclata ecc.

COOP PER L'AMBIENTE

Tutta la plastica, la carta, l'alluminio che eliminiamo al momento dell'uso dei prodotti, possono avere una seconda vita, anzi molte di più perché, per esempio, l'alluminio è riciclabile all'infinito, come pure il vetro, mentre la carta si riusa comunque almeno sei volte.

Riciclare serve anche a utilizzare meno materie prime – che non sono tutte rinnovabili e quindi finiscono –. Non solo. L'estrazione mineraria è un'attività che utilizza molta energia: riciclando l'alluminio è possibile risparmiarne fino al 95 per cento rispetto alla prima produzione. Il riutilizzo della plastica porta risparmi energetici del 70 per cento, dell'acciaio del 60, della carta del 40 e del vetro "solo" del 30 per cento.

La nuova tabella Coop per l'ambiente è un modo chiaro e utile per semplificare la raccolta differenziata e un'ulteriore testimonianza che Coop sta dalla parte dell'ambiente. La tabella *Coop per l'ambiente* è sulle etichette che accompagnano le torte, gli attrezzi da cucina, le *crêpes*, la biancheria letto e alcune minestre in busta, a breve sarà su tanti altri contenitori.



Cantina Etrusca

Cantina Etrusca
Via Roma, 64 - 56040 Le Badie - Castellina Marittima (PI)
Tel. 050 699707 Fax. 050 699834



PIGRECO
TELECOMUNICAZIONI

Posta Pneumatica per
BANCHE
INDUSTRIE
SUPERMERCATI e IPER

via De Gasperi 300 Castelbolognese (RA)
tel. 054 654 431



**Il prezzo più basso
che c'è sul mercato,
su prodotti garantiti.**



**Prodotti a marchio Coop
sicuri e convenienti.**



**Grandi marche vendute
con la convenienza Coop.**



SCEGLI IL CARRELLO.

Risparmia ogni giorno sulla tua spesa di sempre.

Nel carrello della spesa ora trovi anche nuove convenienti offerte. Solo per i soci, tutti i mesi su Nuovo Consumo e sul depliant commerciale che ricevi a casa. Il miglior prezzo, esclusivamente per te, dà più spinta al carrello e ti offre ogni mese un pacchetto di prodotti tra i quali scegliere per fare della tua spesa un vero affare quotidiano. Spazio Carrello è la tua guida alla convenienza sicura. Basta seguire le tracce colorate: il carrello rosso per i prodotti a marchio Coop, il carrello blu per i prodotti di marca e il carrello giallo per i prodotti di fascia prezzo più bassa. Decidi tu come combinare questi "colori". Il risultato sarà sempre lo stesso: un sicuro e consistente risparmio senza rinunciare alla qualità e alla sicurezza tipiche di Coop.

OFFERTE VALIDE DAL 1 AL 15 FEBBRAIO

BISTECHE SUINO
CONFEZIONE FAMIGLIA
1 kg

SCONTO
30%



MASSIMO
5 pezzi
PER OGNI CARTA

€ 3,90

prezzo per i non soci € 5,58

ARANCE TAROCCO COOP
3 kg

SCONTO
30%
ALLA CASSA



MASSIMO
10 pezzi
PER OGNI CARTA

SALAMELLA PICCANTE
SA.VI.
300 g ca. - il kg



SCONTO
25%
ALLA CASSA

MASSIMO
6 pezzi
PER OGNI CARTA

€ 9,25

prezzo per i non soci € 12,34

MOZZARELLA DI LATTE
DI BUFALA DOP
MANDARA
100 g x 5

MASSIMO
6 pezzi
PER OGNI CARTA



€ 4,70

il kg € 9,40

BISCOTTI FROLLINI
GRAN TURCHESE
COLUSSI
2 kg



MASSIMO
5 pezzi
PER OGNI CARTA

€ 3,49

il kg € 1,75

LINEA SOTT'OLII E SOTT'ACETI D'AMICO
980 g

MASSIMO
8 pezzi
PER OGNI CARTA
FRA I VARI TIPI



€ 3,90

il kg € 3,98

TUTA UOMO IN ACETATO
ADIDAS
Mod. Samba



€ 29,90

NOTEBOOK ACER
Mod. AS 5745Z - Processore Intel Dual Core T2330
da 1,73 ghz - Memoria Ram 2GB
Hard Disk 160 GB
Masterizzatore DVD double layer
Wi Fi 802.11
Webcam



€ 569,00

ECCO IL NOSTRO CONTRIBUTO A UNA SANA ECONOMIA FAMILIARE.



1l=0,99€



COOP TAGLIA IL PREZZO DEL LATTE:
DIAMO VALORE ALLE COSE BUONE.

coop
Unicoop Tirreno

CHI MAL COMINCIA

Tutto comincia con un dolorino, neppure intenso, a volte solo fastidioso. Un'aspirina e tutto passa, per tornare dopo un po'. Comincia spesso così, in sordina, una malattia reumatica. È praticamente impossibile parlare di reumatismi senza confondersi perché le malattie reumatiche sono una categoria davvero vastissima che va dalla febbre reumatica all'artrosi, dall'artrite fino all'osteoporosi e alla rara sindrome di *Sjogren*. «Si tratta di ben 125 patologie diverse – precisa il professor **Pier Giorgio Delvino**, direttore dell'Unità di Reumatologia presso l'ospedale "Sant'Andrea" di Vercelli e membro della *Società Italiana di Reumatologia* –. Non vi è dubbio, però, che in questo ampio panorama la parte più importante sia rappresentata dall'artrosi: ben 60 pazienti di reumatologia su 100 hanno a che fare con questo problema». Per la precisione circa 4 milioni di persone in Italia, di cui l'80 per cento sopra i 60 anni.

Fino all'osso

L'artrosi è una malattia delle cartilagini articolari che degenerano in seguito a difetti metabolici o a causa dell'invecchiamento generale. Come la maggior parte delle malattie reumatiche anche l'artrosi è caratterizzata dall'infiammazione che progressivamente dalla cartilagine interessa anche l'osso e può condurre, se non curata, alla necessità di una protesi a supporto dell'articolazione che non riesce più a svolgere il suo compito. «Oggi abbiamo a disposizione una classe di farmaci molto evoluta – spiega Delvino –: si tratta dei cosiddetti farmaci biologici, frutto delle moderne biotecnologie. Sono sostanze capaci di bloccare l'azione delle "citochine" infiammatorie, che determinano la distruzione dell'osso. In questo modo siamo capaci di interrompere il progresso della malattia. L'avvento di questi farmaci è stata una vera rivoluzione ed è tutt'ora una promessa per il futuro». Non più quindi solo aspirina e cortisone. «Il cortisone è sempre un farmaco importante in reumatologia ma mano a mano il suo ruolo si va ridimensionando» prosegue Delvino che sottolinea come la sola artrosi, benché diffusa, rappresenti solo la punta dell'*iceberg* in reumatologia.

Sono dolori!

Una delle patologie reumatiche forse più temute e più diffuse è l'artrite reumatoide, una malattia autoimmune, cronica e recidivante che colpisce tra il 2,5 e il 3 per cento

Dalla febbre reumatica all'artrosi, dall'artrite all'osteoporosi: tante le malattie reumatiche che arrivano con qualche doloretto e poi diventano un problema serio per la salute. Ma purtroppo in Italia di reumatologi ce ne sono davvero pochi.
di Barbara Bernardini

degli adulti, cioè circa 300mila persone in Italia. Le donne ne sono particolarmente colpite in un rapporto di 5 a 1 rispetto agli uomini. Inizia spesso con un'infiammazione che si palesa verso i 40 anni, accentuata da dolori e gonfiori alle articolazioni delle dita delle mani e dei piedi, del ginocchio, dell'anca e della colonna vertebrale. Nel 50 per cento dei pazienti l'artrite reumatoide tende a un peggioramento progressivo che porta in alcuni casi alla deformazione delle articolazioni. «C'è ancora una scarsa sensibilità verso le malattie reumatologiche nella popolazione – commenta Delvino –. In realtà si tratta spesso di patologie che potrebbero essere identificate in modo precoce, anche attraverso semplici esami diagnostici che consentirebbero di intervenire in maniera tempestiva». La *VES* è la misurazione della proteina C-reattiva riescono a identificare l'inizio di un processo infiammatorio anche quando è di entità ridotta, come nell'artrosi, mentre il "fattore reumatoide" nel sangue è un elemento preciso di diagnosi.

Terapia d'arto

Oggi la ricerca ha fatto molti passi avanti anche nella diagnostica: esiste, ad esempio, la capillaroscopia. Si tratta di un'indagine semplice che esamina lo stato dei vasi sanguigni intorno all'unghia ed è in grado di fornire molte indicazioni. Forse dunque dovremmo cominciare a prestare un po' più d'attenzione a quel dolorino che va e viene, o a quelle mani indolenzite, anche perché le malattie reumatiche colpiscono in totale ben 10 milioni di italiani e rappresentano la seconda

causa di invalidità. Secondo le ricerche più recenti, inoltre, le malattie reumatiche sarebbero legate anche all'insorgenza di infarti e *ictus*. Un bel pasticcio insomma, quando basterebbe una diagnosi tempestiva per scongiurare almeno le conseguenze più gravi. L'artrite reumatoide, ad esempio, può essere efficacemente contrastata se si interviene con la somministrazione di farmaci adeguati entro tre mesi dall'insorgenza dei primi sintomi. Tre mesi, non tre anni. Più facile a dirsi che a farsi, dato che la figura del reumatologo

non è esattamente tra le più diffuse e conosciute tra gli specialisti. Sono circa un migliaio su tutto il territorio nazionale, una carenza che forse sia il *Sistema Sanitario Nazionale* che le Università potrebbero colmare a tutto vantaggio non solo dei pazienti ma anche delle casse dello Stato, che ogni anno sborsa milioni di euro per l'assistenza e le pensioni di invalidità legati alle malattie reumatiche. In ogni caso, data l'importanza della nostra salute, all'occorrenza vale davvero la pena di mettersi in cerca di questa primula rossa.

MI INFIAMMO

Cosa c'è da sapere sui reumatismi.

Le cure termali sono eccezionali per curare le malattie reumatiche.

FALSO Il beneficio generale è spesso dovuto al rilassamento e alla fisioterapia, ma non esistono prove scientifiche a favore del fatto che il contenuto di sali delle acque termali abbia un'efficacia terapeutica nel diminuire i processi infiammatori caratteristici dei reumatismi.

L'alimentazione è importante per prevenire.

VERO Nel caso specifico della "gotta", la malattia reumatica determinata da un eccesso di acidi urici nel sangue, una dieta specifica può essere utile. In linea più generale, più che adottare una specifica alimentazione bisogna prevenire la sovralimentazione e l'obesità che rappresentano un drammatico fattore di rischio.

Il cambiamento di clima può alleviare i dolori reumatici.

VERO In alcuni casi le persone affette da artropatie croniche si sentono meglio in un clima caldo e asciutto.

Lo stress peggiora i reumatismi.

VERO Molti casi di fibromialgia, malattia reumatica che affligge spesso le donne, possono essere favoriti da uno stato alterato di emotività.

Le vitamine aiutano.

VERO E FALSO Mentre pare che la vitamina D contenuta nell'olio di fegato di merluzzo sia un ottimo integratore per la salute delle articolazioni, recenti ricerche suggeriscono che l'assunzione di dosi elevate di vitamina C per lunghi periodi possa avere effetti controproducenti sull'evoluzione dell'osteoartrite. Vitamine sì, ma sempre con moderazione.

Info www.reumatologia.it, oppure rivolgersi alla propria *Asl* per sapere dove si trova il centro reumatologico più vicino.

125 le malattie reumatologiche. **10 milioni** gli italiani colpiti. **5.500 milioni**

di euro sborsati dallo Stato per le pensioni di invalidità dovute alle malattie reumatiche.

Poco più di **1.000** i reumatologi sul territorio nazionale. **3 mesi** dall'insorgenza dei

sintomi il tempo entro il quale la terapia per l'artrite reumatoide risulta più efficace.



Febbre da caffè

Se avete la febbre e decidete di curarvi con la comunissima tachipirina (o simili anti-febbrili) forse sarebbe meglio che rinunciate a qualche tazzina di caffè. Secondo uno studio dell'Università di Washington, infatti, l'assunzione contemporanea di caffeina e di paracetamolo, cioè il principio attivo della maggior parte degli antifebbrili, trasformerebbe questa molecola in una vera bomba per il fegato, aumentando di tre volte il rischio di danneggiamento delle cellule epatiche.



Cannabis al vento

Non ci sono più dubbi, fumare la cannabis fa davvero male; peggio ancora del normale tabacco. Dopo molti allarmi relativi alla capacità della cannabis di danneggiare i neuroni cerebrali, dall'ospedale St. Mary di Londra arriva la notizia che questa sostanza sia deleteria anche per i polmoni. I medici che hanno condotto lo studio hanno trovato molti giovani fumatori di cannabis affetti da enfisema polmonare, una malattia tipica dell'età senile. Un altro buon motivo per cambiare abitudini.

A letto con il nemico

È un minuscolo batterio chiamato Chlamydia ed è un nemico dichiarato della fertilità maschile. Questo diffusissimo microorganismo, già conosciuto dal pubblico femminile in quanto causa di numerose infezioni e scarsa fertilità, sembrerebbe in grado di modificare la produzione dello sperma anche negli uomini influenzando negativamente la capacità di procreare. Un invito ai maschietti a tenere sott'occhio le infezioni e a concedere maggiori attenzioni alla salute del loro sistema riproduttivo.

Una marcia in più

Per dimagrire bene dopo aver smesso di fumare non basta la sola dieta, bisogna allungare il passo.

Alcuni anni fa l'Istituto svizzero per la prevenzione dell'alcolismo e altre tossicomanie (ISPA, Losanna) realizzò, sotto l'egida dell'*Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS)*, uno studio sullo stato di salute degli scolari tra i 12-15 anni e approfondì anche il rapporto tra fumo e disturbi alimentari. Risultò che gli appassionati di patatine fritte e hamburger bevono e fumano in media di più rispetto ai coetanei che si alimentano tradizionalmente e con maggiore equilibrio. E che le ragazze con problemi "di linea" fumano due volte di più delle coetanee normopeso e questo perché ritengono che fumare aiuti a dimagrire. In realtà non esiste un collegamento tra fumo e dimagrimento ma è pur vero che la maggior parte di coloro che smettono di fumare il quotidiano pacchetto di sigarette ingrassano, mediamente, nei sei mesi successivi, di 3-5 chili.

Quindi, se cominciate a fumare per dimagrire è un'inutile e pericolosa follia, bisogna pur convenire che smettere può causare temporaneamente qualche rimbalzo non gradito sulla bilancia. Ma questo è dovuto non tanto ai rapporti esistenti tra nicotina-appetito-spesa metabolica, quanto

alla diversa ricerca del cibo e a un riadattamento alle nuove abitudini alimentari.

Insomma, ancora una volta è lo stile di vita che conta e non soltanto un singolo fattore, sia pure importante come può essere il ritrovato gusto del mangiare tra gli ex fumatori.

Non bisogna dimenticare neppure la raccomandazione che l'*OMS*, preoccupata da alcuni anni della pandemia obesità e delle sue conseguenze medico-sociali, ha fatto più volte ai medici e in particolare ai nutrizionisti: se un fumatore obeso chiede aiuto per dimagrire ricordate che smettere di fumare è una decisione prioritaria, anche rispetto al dimagrimento.

A tutti coloro che sono in sovrappeso bisogna precisare che le due cose – abolizione del fumo e miglioramento delle abitudini alimentari – devono andare di pari passo; con la riserva però che i primi mesi il dimagrimento sarà in genere minore di quello che risulterebbe in un coetaneo non fumatore. Basta aumentare l'attività fisica: sembra che sia sufficiente allungare la passeggiata quotidiana di

15-30 minuti per portare a un corretto dimagrimento anche gli ex-fumatori senza ulteriori sacrifici alimentari.



Extra solarge

In materia di energia solare l'Europa pensa in grande: sono talmente incoraggianti i risultati del progetto comunitario *Solarge* – che promuove la diffusione di sistemi solari termici di grandi dimensioni in grado di fornire energia a alberghi, caserme, case di riposo, condomini e fabbriche – che la Commissione ha annunciato il varo di un nuovo programma di finanziamento per dare un forte impulso alla diffusione di questi impianti nei settori del turismo e dell'industria.

Emissione compiuta

A dispetto del *Protocollo di Kyoto* nell'ultimo decennio in Italia l'inquinamento da carbonio è aumentato, ma per fortuna le foreste, in espansione, hanno assorbito il 10 per cento in più delle emissioni. Lo segnala uno studio dell'Università di Helsinki condotto sui 27 paesi dell'Unione Europea: secondo gli esperti finlandesi proprio le foreste sono la chiave di volta per raggiungere l'obiettivo europeo di ridurre la produzione di gas serra del 20 per cento entro il 2020.



Torna a casa Taiping

Dopo la Nigeria, la Malesia e il Sudafrica è finalmente terminata l'odissea dei Taiping four, i quattro gorilla che hanno girato mezzo mondo e che finalmente potranno far ritorno in Camerun da dove erano stati portati via illegalmente. Ritorno a casa, visto che del Camerun sono originari come hanno dimostrato vari controlli e l'esame del *dna*.



viva la balena

Quest'anno la caccia baleniera "scientifica" del Giappone prevede, nel Santuario dell'Oceano Antartico, l'uccisione di oltre mille balene, comprese cinquanta balenottere comuni e cinquanta megattere: due specie in pericolo. La *Commissione Baleniera Internazionale* ha chiesto al Giappone di fermare il massacro nel Santuario. «Invece di nascondere la flotta baleniera, il Signor Fukuda dovrebbe cancellare il programma di caccia baleniera in Antartide che isola il suo paese dalla grandissima maggioranza delle nazioni civili – dichiara **Alessandro Gianni**, responsabile della campagna *Mare di Greenpeace Italia* –. Non c'è posto in Antartide per la caccia baleniera. L'Antartide è un posto di pace e di ricerca scientifica,

e questa non è ricerca». Un sondaggio pubblicato in Giappone nel giugno 2006 dal *Nippon Research Centre*, affiliato alla *Gallup*, ha mostrato che oltre due terzi dei giapponesi intervistati disapprova la caccia baleniera in Antartide e che il 95 per cento

non mangia mai, o solo raramente, carne di balena. È per questo che nei magazzini giapponesi sono ammassate circa 4mila tonnellate di carne di balena invendute: hanno anche provato a usarla come mangime per cani! «La fasulla ricerca scientifica giapponese sulle balene non ha mai prodotto un dato utile – aggiunge Gianni –. È solo uno sporco trucco per rubare soldi ai contribuenti giapponesi; gli scienziati non hanno bisogno di uccidere le balene per studiarle». La caccia baleniera, inoltre, mette a rischio l'attività del *whale watching* (la pacifica osservazione delle balene in mare) che è un'importante risorsa economica per alcuni paesi del Pacifico come Tonga: lì una singola megattera può avere un controvalore economico equivalente a un milione di dollari. L'industria mondiale del *whale watching* ha un mercato di un miliardo di dollari l'anno. Le balene valgono molto più da vive che da morte. Per questo *Greenpeace* ha lanciato una proposta per una rete di riserve marine che copra il 40 per cento dei mari del Pianeta, inclusa una proposta specifica nel Mediterraneo. Questa rete servirà a proteggere gli ecosistemi pelagici e quindi anche i cetacei.

Maria Carla Giugliano, Ufficio Stampa Greenpeace



il lavoro secondo Coop

Occupazione in aumento, contratti in larga prevalenza a tempo indeterminato, forte impegno per lo sviluppo e per nuove relazioni sindacali. Viaggio nel mondo del lavoro in Coop che, come ogni azienda moderna, si confronta con il problema della flessibilità e con la sfida della partecipazione. di Aldo Bassoni

L'accordo sul *Welfare* giunto in porto dopo una lunga e difficile navigazione riassume tutte le problematiche e le angosce che si sono accumulate in questi anni nel nostro paese sulla precarietà del lavoro. Logico che questo tema sia al centro del dibattito e delle attenzioni rispetto a quello che, più in generale, è il problema occupazionale: il lavoro che non c'è, quello che c'è ma è instabile, il precariato e la flessibilità. Siamo in un territorio sconfinato e complesso che interroga anche Coop, come tutte le imprese, sui suoi comportamenti, la sua identità, i suoi principi e le sue pratiche nel quotidiano rapporto con i dipendenti. Quando si parla di Coop si intende un esercito di 54mila dipendenti di cui quasi l'86 per cento a tempo indeterminato con una prevalenza di lavoro femminile (il 70 per cento sono donne) e una costante crescita occupazionale. Il primo dato, dunque, che balza agli occhi quando ci si affaccia sul mondo del lavoro in Coop è quello di una buona occupazione a cui sono estranee forme contrattuali, previste dalla legge, che incentivano la precarietà e in certi casi il disagio sociale. «Direi proprio che

a noi il precariato non interessa – dice **Paolo Palmerio**, Direttore del personale di *Unicoop Tirreno* –. A noi interessa la flessibilità, quella sì, ma una flessibilità che non sconfini nella precarietà». **Aris Accornero**, professore emerito di sociologia industriale all'Università "La Sapienza" di Roma, afferma che «la flessibilità è un requisito funzionale che ha i suoi limiti organizzativi, economici, sociali. Anche la flessibilità chiede sicurezza, perchè il lavoro non piombi nella precarietà».

A buon diritto

In Coop è questa flessibilità ad essere definita e contrattata. «L'accordo sul suo uso e sui suoi limiti, per essere un buon accordo – spiega **Franco Barsali**, responsabile nazionale settore lavoro *Coop-Ancc* –, deve contribuire a rendere veramente efficiente l'organizzazione, rispondere positivamente alle esigenze del servizio, promuovere la partecipazione dei lavoratori al lavoro e non creare, viceversa, disaffezione e disinteresse». D'altra parte la Grande Distribuzione presenta caratteristiche strutturali che

devono trovare adeguate e opportune risposte. Pensiamo agli orari di apertura, le aperture domenicali, i flussi di clienti che si muovono a ondate più o meno prevedibili. «Pur nel rispetto dei diritti e della dignità del lavoratore – precisa Barsali – occorre tenere conto nell'organizzazione del lavoro anche delle esigenze dei soci e consumatori». D'altronde la cultura d'impresa di Coop non contempla neppure forme di flessibilità spinta come il lavoro a chiamata che *Wal-Mart* – la più grande catena della Grande Distribuzione – ha annunciato di voler mettere in atto negli Stati Uniti ricorrendo a un sistema in cui sarà il computer a decidere le presenze negozio per negozio, sulla base dell'affluenza della clientela, stabilendo così che una cassiera debba tenersi a disposizione ed essere chiamata al lavoro in caso di bisogno o mandata a casa a metà turno per mancanza di clienti. Già in fase di rinnovo dell'ultimo contratto collettivo nazionale di lavoro, nell'autunno del 2003, Coop si è impegnata a non utilizzare il lavoro a chiamata. E infatti, nell'integrativo aziendale firmato quasi due anni fa da *Unicoop Tirreno* non compaiono né il

lavoro a chiamata né il lavoro interinale, quella forma di "affitto" della manodopera che tanto ha fatto discutere governo, partiti e forze sociali in questi ultimi anni fino all'approvazione dell'accordo sul *Welfare* che, per l'appunto, elimina questa e ridimensiona altre figure di lavoro insopportabilmente precario.

In più tempi

Di fatto Coop adotta soltanto tre forme contrattuali: il contratto a tempo indeterminato, il contratto a termine e l'apprendistato. «In particolare, sul contratto a termine che noi utilizziamo in una misura abbondantemente al di sotto della quota massima prevista dalla legge (il 15 per cento sul totale degli occupati, *ndi*) abbiamo introdotto il diritto di precedenza fatto proprio solo ora dalla legislazione sulle future assunzioni a tempo indeterminato – precisa Palmerio –: in pratica, almeno il 70 per cento dei nuovi assunti a tempo indeterminato devono riguardare lavoratori con contratto a termine». Una bella svolta, non c'è che dire: precedenza assoluta ogni volta che la Cooperativa ha bisogno di un lavoratore a tempo determinato e buone probabilità di passare a tempo indeterminato. «Per quanto riguarda l'apprendistato, dopo l'apertura dell'*IperCoop* di Quarto, presso Napoli, siamo sulle 200 unità su oltre 6mila dipendenti», precisa Palmerio. L'apprendistato è regolamentato da una legge che prevede la sua trasformazione in contratto a tempo indeterminato. In *Unicoop Tirreno*, praticamente la quasi totalità degli apprendisti viene poi assunta definitivamente dopo un periodo di impiego che può andare dai due ai quattro anni senza che, nel frattempo, ci sia alcuna differenza di retribuzione fra l'apprendista e il lavoratore a tempo indeterminato con uguale inquadramento. Si diceva di quanto sia importante la flessibilità dei lavoratori per un'impresa della Grande Distribuzione che deve fare i conti con variabili indipendenti come la stagionalità, gli orari, i diversi

Dipendenti Totale **6.097** di cui il **62%** donne. A tempo indeterminato **88,7%**, tempo determinato **11,3%**, *part-time* **48,8%**.

Lavoro part-time *IperCoop*: **70%**, supermercati: **39%**, piccoli negozi: **27%**.

2000-2007 I lavoratori a tempo indeterminato sono passati da 2.154 a **4.954** con un aumento di 2.800 unità in 7 anni.

(Dati *Unicoop Tirreno*)

flussi di clientela durante la settimana. «Per rispondere a queste esigenze non possiamo assolutamente privarci di uno strumento come il *part-time* – osserva Palmerio –. Tuttavia abbiamo portato il minimo di ore settimanali da 18 a 20, e oggi la media oraria dei nostri *part-time* è 24 ore». Inoltre, anche per i *part-time* è stato introdotto il diritto di precedenza rispetto alle trasformazioni a tempo pieno.

Salto di QUALITÀ

Qualità dell'occupazione significa anche sviluppo della partecipazione e miglioramento delle condizioni di lavoro. «Non c'è dubbio che il sistema di relazioni sindacali con Coop è mediamente migliore di quello che possiamo avere con altre imprese private della grande distribuzione – dice **Ivano Corraini**, segretario nazionale *Filcams-Cgil* –. Non a caso siamo riusciti a firmare un importante accordo lo scorso aprile che dimostra la volontà di fare un salto di qualità nella valorizzazione del lavoro all'interno delle cooperative e nello sviluppo della partecipazione alle scelte organizzative delle imprese. Sono queste le due sfide che ci attendono, noi come sindacato e Coop come sistema di imprese che mi auguro tendano a migliorarsi facendo leva sui valori positivi».

«Sono proprio questi gli assi su cui si

L'ISOLA CHE C'È

Lo strumento della conciliazione ha prodotto una serie di grandi innovazioni nell'organizzazione del lavoro. In *Unicoop Tirreno*, all'*IperCoop* di Livorno, nelle *Isole del tempo* ormai da anni sono le cassiere stesse a organizzarsi il lavoro in funzione dei loro tempi di vita. «Le "isole" funzionano – dice Paolo Palmerio – grazie alla partecipazione delle donne che, a partire da se stesse, si autogestiscono l'orario di lavoro». Una bella esperienza che dà concretezza a tanti bei discorsi sul rapporto fra tempi di vita e tempi di lavoro. Tra le altre sperimentazioni di particolare rilevanza citiamo in *Coop Lombardia* l'adozione di un codice di comportamento antimolestie, in *Coop Liguria* l'adozione di un'organizzazione del lavoro "condivisa", con possibilità di orari flessibili e, per gli ipermercati, di uno specifico modello partecipativo, in *Coop Nord Est* il varo di un progetto *Equal* con il monitoraggio quali-quantitativo dell'occupazione femminile, in *Coop Estense* il progetto *Commitment* che prevede specifiche riunioni di ascolto, periodiche e strutturate, e gruppi di miglioramento di reparto per ipermercati e di negozio per supermercati, in *Coop Adriatica* l'adozione di un *Protocollo* per lo sviluppo di azioni positive nel campo delle pari opportunità, della solidarietà e della conciliazione dei tempi di vita e di lavoro, sottoscritto con le OO.SS, in *Unicoop Firenze* le "isole" alle casse, ancora in *Unicoop Tirreno* l'asilo nido in regime di convenzione con l'Ente locale e lo *Sportello maternità/paternità* per l'assistenza ai dipendenti, in *Coop Centro Italia* il *Consiglio dei 90*, un organismo di consultazione eletto dai lavoratori, che si esprime su importanti questioni di rilevanza aziendale, in *Coop Italia* la formazione di tutti i dipendenti sui temi della Responsabilità Sociale d'Impresa *SA 8000*, in *Coop Italia* non alimentari l'adozione di una carta dei diritti e dei doveri dei dipendenti.

L'INTERVISTA

PUNTI DI CONTRATTO

Incontriamo Franco Barsali, responsabile nazionale del settore lavoro di Ancc-Coop, tra una riunione e l'altra proprio mentre la trattativa per il rinnovo del contratto si appresta a entrare nel vivo. «Il confronto sta producendo significativi avanzamenti, anche se non conclusivi, sia sul mercato del lavoro sia sul tema della flessibilità» dice Barsali con quel tanto di prudenza che si usa in queste circostanze. «Sul tema del salario - aggiunge Barsali - consapevoli delle difficoltà anche sul piano sociale e del calo dei consumi abbiamo intanto convenuto l'erogazione di una prima tranche di 50 euro mensili di aumento (al IV livello), comprensivi dell'indennità di vacanza contrattuale, a decorrere dal 1 gennaio 2008».

Uno dei temi caldi della trattativa è la flessibilità organizzativa.

«La flessibilità che abbiamo oggi non è sufficiente. E infatti la trattativa per il rinnovo del contratto si muove intorno a questo punto».

Dunque Coop vuole più flessibilità?

«È un'esigenza tipica di tutte le aziende commerciali che devono vedersela con problemi di orari, flussi di clienti, chiusure e aperture».

Ma flessibilità spesso fa rima con precarietà...

«Ne siamo consapevoli. Per questo, nell'affrontare il problema mettendolo in connessione con l'esigenza della stabilizzazione dei lavoratori, abbiamo fatto un'apertura molto forte sulla regolamentazione del contratto a termine che in Coop riguarda comunque solo meno del 14 per cento dei lavoratori».

Cioè?

«Come tutti sanno il contratto a termine è stato oggetto di modifica nell'accordo sul Welfare del 23 luglio scorso dove in pratica si concede la possibilità di superare la durata massima di 36 mesi con una procedura particolare sulla quale c'è stata una grossa polemica politica. Bene, noi abbiamo detto che non utilizzeremo questa possibilità».

Perché lo avete fatto?

«Per dare un segnale di quello che deve essere secondo noi il terreno effettivo

di una contrattazione dove la sfida competitiva vada di pari passo con la specificità del movimento cooperativo rispetto alle relazioni con i dipendenti. Naturalmente a noi interessa gestire le relazioni con i lavoratori in modo da incrementare l'efficienza delle imprese ma sappiamo anche che il miglioramento dell'organizzazione non può prescindere dalla motivazione e dalla partecipazione del personale».

A che punto è il confronto su questo tema?

«Su questo punto Coop è totalmente aperta. Fra l'altro stiamo realizzando i principi dell'accordo per lo sviluppo e per nuove relazioni sindacali siglato il 16 aprile 2007 con i sindacati davanti al Ministro Damiano [v. box pag. 45] che rappresenta il punto di arrivo e di partenza delle relazioni che noi intendiamo stabilire con i lavoratori. Questo è un passaggio fondamentale per contribuire al coinvolgimento delle persone e quindi anche all'efficacia dell'attività della Cooperativa a partire da un atteggiamento fondato sulla formazione, sulla partecipazione, sul coinvolgimento interno e sulla messa in atto di percorsi aziendali che diano un senso preciso di dove vogliamo andare».

muove da anni l'impegno di Coop sul versante dei rapporti con i lavoratori - conferma Barsali -. Per questo Coop ha investito in formazione del personale circa 7 milioni di euro nel 2006, garantendo più di 280mila ore di formazione che hanno interessato il 44 per cento dei dipendenti. Ancora nel 2006 sono state attivate a livello di singole cooperative nuove misure per relazionarsi al meglio con i dipendenti: gruppi di lavoro interfunzionali, gruppi di miglioramento nei singoli reparti di super e ipermercati, assemblee tra dirigenti e dipendenti in vari punti vendita».

Complessivamente sono stati circa 2mila gli incontri realizzati per garantire il coinvolgimento e la valorizzazione del lavoro. «Noi vogliamo un rapporto improntato ad una attenzione reciproca - conclude Palmerio - dopo di che tutti insieme dobbiamo fare in modo che la Cooperativa stia sul mercato per dare ai soci i prezzi più bassi e i prodotti migliori perché non c'è contraddizione tra il perseguimento di questi obiettivi e la costruzione di relazioni all'insegna dell'ascolto, della condivisione, del coinvolgimento e della partecipazione».



SIAMO D'ACCORDO

Nell' *Accordo per lo sviluppo e per nuove relazioni sindacali* sottoscritto il 16 aprile 2007 – alla presenza del ministro Cesare Damiano – da Coop e dai sindacati di categoria (*Filcams-Cgil, Fisascat-Cisl, Uil-tucs-Uil*) si riconosce la specificità dell'esperienza cooperativa, puntando allo sviluppo della partecipazione proseguendo anche sperimentazioni tuttora in corso a confermare, se possibile rafforzandola, la quota già significativa di lavoro stabile, a dar vita ad una organizzazione del lavoro comunque efficace che produca anche miglioramenti di produttività, purché socialmente sostenibili. Un capitolo a parte l'Accordo lo riserva allo sviluppo di Coop nel Mezzogiorno confermando l'importanza dei contratti di avvio che le parti stanno redigendo in territori di grande disagio economico-sociale dove la disoccupazione, la precarietà e il lavoro irregolare sono così diffusi (solo in Sicilia Coop investirà 600 milioni di euro creando 1.500 nuovi posti di lavoro). L'Accordo infatti fa esplicito riferimento a come "il mercato attuale non veda tutti gli operatori commerciali operare nel rispetto delle regole legali e contrattuali che si applicano al lavoro, né vede una pratica omogenea di relazioni sindacali, profonde e radicate come quelle storicamente presenti nella cooperazione di consumatori".

Oltre **54mila** gli occupati in Coop, più che raddoppiati negli ultimi dieci anni. **86,7%** dei dipendenti è a tempo indeterminato. **70%** del lavoro è femminile, ma le donne dirigenti sono solo **11,9%**: **37 su 275. 280mila** ore di formazione hanno interessato nel 2006 il **44%** dei dipendenti. **4.800** nuovi posti di lavoro previsti nel triennio 2006-2008.

(Dati nazionali)

La merce muta
di Giorgio Nebbia



Doni di natura

Come si producono le merci partendo dall'osservazione della natura e dei suoi comportamenti. Ce lo spiega la biomimetica.

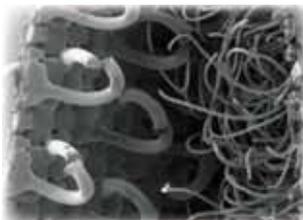
Esiste da qualche tempo una nuova disciplina scientifica che si propone di produrre merci e oggetti partendo dall'osservazione di come si comporta la natura. L'esempio finora più famoso è il "velcro" (nome commerciale), quel sistema di allacciamento di due pezzi di tessuto mediante delle specie di gancini che si attaccano l'uno all'altro. Il fenomeno è stato scoperto nel 1941 dall'inventore svizzero George de Mestral (1907-1990) notando che gli uncini del cardo di montagna si attaccavano al pelo del suo cane e ai suoi vestiti. Osservando al microscopio tali uncini ha provato a riprodurli con fili di *nylon* e ha brevettato l'invenzione negli Stati Uniti nel 1955. Con il successo noto a tutti. La nuova scienza, chiamata biomimetica, si propone di copiare la natura partendo da osservazioni di tutti i giorni: perché i delfini si muovono nell'acqua così veloci (a 50 chilometri all'ora)? Perché i coccodrilli piangono lacrime amare? Perché le tartarughe, quando sono poste sulla corazza per terra, si raddrizzano di nuovo sulle loro gambe? Perché i ragni

elaborano un filamento che è più resistente dell'acciaio, a parità di diametro? Quello dei delfini è un problema che ha attratto grande attenzione perché se si potesse far diminuire l'attrito fra una superficie che si muove nel mare (la carena di una nave) e il mare stesso si risparmierebbe molta energia. Un biologo americano, Gray, ha cominciato nel 1936 a studiare la struttura della pelle dei delfini per

capire perché essa consente un così basso attrito nell'acqua; un ingegnere tedesco, Max Kramer, ha perfezionato gli studi per conto della Marina americana e ha proposto di applicare una "pelle" artificiale sulla superficie immersa delle navi e dei sottomarini. Il biologo israeliano Katchalski studiò a lungo il meccanismo con cui alcune membrane biologiche lasciano passare i sali da una soluzione immersa in acqua dolce o lasciano passare l'acqua da una soluzione immersa in acqua salata. Le membrane che possiedono queste strane proprietà, diffuse in molti animali marini, sono asimmetriche, hanno una struttura diversa nelle due facce; sono state così preparate delle membrane di acetato di cellulosa con due diverse facce, con cui è possibile estrarre acqua dolce dal mare comprimendo sotto pressione l'acqua di mare su una delle due facce, un fenomeno chiamato osmosi inversa, utilizzato per molti impianti industriali di dissalazione. I principi della biomimetica sono esposti in molti libri e ormai anche in riviste scientifiche e sono oggetto di corsi

universitari, con applicazioni pratiche. Lo studio del rivestimento dei fiori di loto ha permesso di preparare vernici che proteggono le superfici degli edifici dalla polvere

portata dalle piogge; lo studio della struttura della madreperla ha permesso di ottenere nuovi materiali utili per denti artificiali; i progressi nella biomimetica richiedono il lavoro di biologi, ingegneri, chimici... e merceologi!



CHI, FERMERÀ LA MUSICA?

Impossibile "fermare" la musica con un lettore Mp3 in tasca: si può ascoltare camminando per strada, in autobus o in metro, durante la pausa caffè. di Roberto Minniti

Piccoli, comodi e pieni di musica. I lettori *Mp3* sono l'ideale per ascoltare musica camminando per strada, viaggiando in autobus o in metro, perfino durante la pausa caffè. Inventati per contenere la musica scaricata da *internet* e organizzarla in una discoteca portatile, sono già da qualche anno in cima alla lista dei desideri degli appassionati di tecnologia.

Sul loro successo, per esempio, aveva scommesso la *Apple* con l'ancora incontrastato *iPod*. Una scommessa vinta, dato che l'azienda di Cupertino ha fatto volare i suoi bilanci proprio grazie a milioni di esemplari venduti in tutto il mondo. Ma i *player* digitali sono oggi così numerosi che, affacciandosi alla vetrina di un qualsiasi negozio di alta fedeltà, si rischia di perdere la bussola. Le possibilità d'acquisto sono numerosissime e le caratteristiche da comparare molte, forse troppe: la capacità della memoria, la durata delle batterie, la qualità del suono, ma anche l'impatto visivo, il *design*, il *display*, la dimensione e ovviamente il prezzo. Anche se a prima vista sembrano tutti uguali è proprio alla cassa che si sentono le differenze più marcate. Come orientarsi tra tanti modelli?

Pro memoria

La prima cosa da sapere è che questi apparecchi possono avere una *flash memory*, vale a dire una memoria contenuta nel *chip* dello stesso lettore, oppure un *hard drive*, cioè un piccolo *hard disk*. Chi usa la prima formula, in genere, riesce a presentare lettori meno cari, di dimensioni molto ridotte e difficili da rompere, ma in compenso non riesce a offrire un modello di capienza illimitata e, di solito, esclude foto o *film*. La memoria, infatti, in genere non supera 1 *gigabyte*, ovvero lo spazio digitale che corrisponde a mille minuti di musica. La seconda opzione, invece, è più avanzata tecnologicamente, e i lettori *Mp3* così realizzati possiedono uno schermo per guardare immagini e filmati e possono contenere audiolibri e centinaia di canzoni.

Il vero problema, però, è costituito dalle batterie di questi gioiellini tecnologici. La maggior parte dei "grandi" lettori ha un grande difetto: è sostanzialmente usa-e-getta. L'apparecchio, infatti, è alimentato da batterie ricaricabili incorporate (in dotazione al momento dell'acquisto) il cui tempo di ricarica varia dalle 3 alle 4 ore circa. Queste batterie garantiscono una durata maggiore delle alcaline, ma non possono essere sostituite, se non rivolgendosi all'assistenza e pagando cifre che possono anche superare il costo di un lettore nuovo. Dopo circa 2 anni (a seconda del numero di ricariche effettuate), quindi, si rischia di dover acquistare un nuovo modello.

Vamos a la Player

A metà strada tra i più grandi e i più piccoli, troviamo i lettori con *micro hard drive* (dal diametro di circa un pollice), la cui capacità arriva a 6 *Gb* o più, a fronte di un peso contenuto, che supera di poco i 100 grammi. Si tratta di *player* molto più leggeri dei fratelli maggiori, rispetto ai quali archiviano

Lettori Mp3

marca e modello	memoria	batterie	tipo di file	altre caratteristiche	prezzo
CREATIVE MUVO V100 1GB	1GB*	mini stilo	MP3, WMA	reg. digitale, equaliz. 4 preselezioni	55
CREATIVE ZEN 4 Gb	4GB SlotSD SDHC	ricaricabile*	AAC (M4A), MP3, WMA, WAVE e audible, WMV o DivX/XviD risoluz. 320x240	radio FM e mic. per registrazioni digitali	140
SAMSUNG YP-K3JQ 2GB Nero	1GB*	ricaricabile*	comp.** Win SE/ME/2000, XP	radio FM	89
SAMSUNG YP-P2JAB Nero Bluetooth	4GB*	ricaricabile*	comp.** Win XP / Vista Win Media Player 10	Display 3" f.to 16:9, radio FM RDS (auric. come ant.), 194 30 staz. mem., Bluetooth 2.0 cl. 2, campo 10 m, colleg. verso 2 disp. Bluetooth	194
PHILIPS PSA610	3GB*	ricaricabile*	MP3, Win Media Audio	cronografo parlante, comando musica in rilievo lati display	79
PHILIPS SA5145	4GB*	ricaricabile*	comp.** XP e Vista	display a colori retroill. 1,8", radio FM, 8 equaliz. audio predefinite	129
SANDISK SANSA E260 4GB FM	4GB SlotSD	ricaricabile*	comp.** XP	display a colori da 1,8", radio con 20 staz. mem., reg. dig.	110
SONY NW-E002B WALKMAN	512MB*	ricaricabile*	comp.** ATRAC, MP3 e WMA	display OLED a 1 riga	108
SONY NWZ-S616F Black	4GB*	ricaricabile*	nd	display QVGA da 1,8", radio 30 staz. mem.	131
APPLE IPOD SHUFFLE	1GB*	ricaricabile*	comp.** MacOSX v. 10.3.9 o succ. Win XP Home o Prof. o Win 2000		riproduce music
APPLE IPOD TOUCH 16GB	16GB	ricaricabile*	comp.** MacOSX v. 10.4.10 o suc. Win Vista o XP Home o Prof.		multi-touch wid

* incorporata ** compatibilità

La caratteristica fondamentale del *file Mp3* è la sua estensione, decisamente inferiore rispetto a quella dei normali file audio: una canzone in *Mp3* occupa un decimo della memoria che prenderebbe normalmente risultando quindi più semplice da gestire attraverso la rete *internet* o da archiviare in qualsiasi memoria. Questo "alleggerimento" è frutto della compressione dell'audio in formato *Mp3* ottenuta filtrando un brano musicale digitale per eliminarne le informazioni non necessarie. Tutti i suoni cancellati, però, sono impercettibili all'orecchio umano. Di conseguenza, è molto difficile notare grosse differenze dal punto di vista qualitativo nell'ascoltare un *cd* in formato *wave* (il formato tradizionale) o in *Mp3*. Ma anche tra gli *Mp3* c'è da distinguere.

Il fattore che incide sulla qualità dei *files Mp3* è il bitrate (flusso di dati in *bit* per secondo, *kbps*): a bitrate maggiori (i valori vanno dai 128 ai 320 *kbps*) corrispondono migliore qualità audio e una quantità più grande di spazio occupato: 100 ore di musica a 128 *Kbit/s* diventano 75 ore a 192 *Kbit/s* e scendono a 40 ore a 320 *Kbit/s*.

Un altro elemento strettamente legato alla qualità del suono, secondo alcuni, è la struttura del lettore: quelli con *hard disk* hanno una migliore qualità audio, perché, grazie alle dimensioni, sono dotati di *chip* e circuiti audio migliori.

Per ottenere una buona qualità sonora, infine, è consigliabile l'uso di adeguati auricolari. Quelli in dotazione sono sufficientemente buoni, se però è necessario acquistarne un altro paio, ci si deve orientare su prodotti di fascia media o medio-alta.

Mp3 & Co Esistono altri sistemi di compressione audio come i più recenti *Windows wma* o gli *Aac*, con una qualità audio migliore. È preferibile un lettore in grado di leggere più formati.

Display Servono per visualizzare brano, artista e album e, in alcuni modelli, anche foto e filmati. Ultimamente sono apparsi sul mercato gli *Oled (Organic Light-Emitting Diode)*, che permettono di visualizzare scritte con una definizione e una chiarezza superiore a quella dei normali *display Lcd* in bianco e nero.

meno musica, ma si equivalgono spesso in termini di svantaggi, come la presenza di parti interne in movimento, che limitano le attività fisiche, e le batterie non rimovibili.

L'ultima grande categoria è quella dei *player* con memoria *flash*: possono avere una capacità da 32 *Mb* a 2 *Gb*, non hanno parti in movimento (in questi modelli non si parla di *hard disk*, ma di memoria interna), funzionano con batterie rimovibili (di solito le microstilo) e sono famosi per le funzioni *anti-shock*, che ne permettono l'uso mentre si fa *jogging*, *snowboard* o *bungee jumping*. La maggior parte di questi modelli, oltre a essere un classico lettore *Mp3*, può essere utilizzata come chiavetta *Usb* per archiviare e trasportare i dati del *Pc* ed è dotata di radio e registratore vocale.

X-files

In ogni caso, prima di decidere per l'acquisto di un lettore di *Mp3* è bene farsi un'idea chiara dell'uso che se ne farà. Innanzitutto è bene controllare la compatibilità del modello con il sistema operativo che si usa: mentre tutti i modelli sono adatti ai *Pc*, infatti, potreste trovarvi di fronte a un *player* che non "comunica" bene con il *Mac*. Stessa considerazione vale per il tipo di *files* supportati. Se desiderate utilizzare l'apparecchio per scopi differenti dalla musica controllate che sia compatibile con il formato *Jpg* (per riprodurre le foto) e con l'*Avi* (i video). Se il lettore non si usa per video o fotografie si può anche rinunciare a un visore di dimensioni molto ampie, dato che al crescere dei pollici cresce anche il prezzo.

BODYGUARD

Come una guardia del corpo, misura la composizione corporea e quantifica il grasso in eccesso. È il Body Mass, la nuova frontiera del peso forma. di Daniele Fabris

Peso delle nostre brame! La mania di rimanere in forma ormai non ha limiti. Certo, liberarsi da troppi chili in più è esigenza sacrosanta, come ricordano tutti i medici da anni, se si vuole evitare disturbi e malattie anche molto gravi. Ma di qui ad assomigliare a modelle e modelli della televisione, perfetti e con ventri tanto piatti da sembrare scolpiti ce ne corre. Eppure la rincorsa ai simboli continuamente propinati da *spot* e trasmissioni di vario genere non si ferma mai. E interessa, ovviamente, anche molti mercati che proprio sulla linea fondano i propri affari.

Una delle ultime trovate per i patiti del peso forma è, per esempio, il *Body Mass*, un dispositivo che promette di misurare la composizione corporea e di indicarci quanto grasso abbiamo oltre il consentito.

Massa in scena

In pratica questo strumento dovrebbe distinguere tra massa grassa e magra del nostro corpo attraverso il principio della bioimpedenziometria. Il nome, complicato, indica la semplice – si fa per dire – misurazione delle resistenze che il corpo oppone al passaggio di una corrente elettrica (debolissima e tale da non essere neppure percepita,

non preoccupatevi). La distinzione è resa possibile dal fatto che nella massa magra si concentra molta più acqua di quanta sia nella massa grassa del nostro corpo. In questo modo, promettono i produttori, potremo conoscere i pesi forma dei nostri corpi e perfino l'indice di tono dei nostri muscoli.

Eppure sotto l'apparente scientificità di questi strumenti sono molti gli esperti – che pure usano la bioimpedenziometria – a mettere in guardia da conclusioni affrettate. Una localizzazione del grasso nel tronco (come quella di cui soffre chi è sovrappeso) viene infatti “attenuata” agli occhi della macchina da braccia e gambe troppo snelle. Per eliminare questa imprecisione, dunque, si dovrebbe considerare nella misura anche la forma del corpo esaminato. Secondo molte ricerche, poi, a influenzare il risultato può essere anche lo spostamento di un elettrodo di un solo centimetro, causando in alcuni casi un errore del 10 per cento.

Indice di GRADIMENTO

In sintesi, dunque, la stessa persona che si allarma per un indice di massa grassa del 20 per cento, e cerca di

correggerla, potrebbe ritrovarsi con un'altra misurazione con un risultato minore che lo conforta anche se non è cambiato molto nel suo corpo.

A chi serve una misurazione del genere? Per dare una risposta è bene sapere che esiste un modo meno complicato, ma soprattutto gratuito, per valutare il proprio peso. Si chiama *Indice di Massa Corporea* (in inglese *Body Mass Index*, non a caso con molta somiglianza con gli apparecchi venduti per misurare la massa grassa). Il suo funzionamento è molto semplice: si calcola un numero incrociando peso e altezza della persona su una tabella *standard* che si trova facilmente anche su *internet*. Viene comunemente utilizzato dai nutrizionisti, dietologi e medici per determinare situazioni di sottopeso, sovrappeso e obesità negli adulti. L'*IMC* fornisce generalmente un'indicazione affidabile sulla quantità di grasso corporeo e viene dunque applicato per individuare categorie di peso a rischio per problemi di salute. Nel caso di atleti o persone con masse muscolari particolarmente sviluppate, tuttavia, l'*IMC* non si rivela uno strumento preciso e può indicare come sovrappeso una persona che ha i muscoli ben sviluppati ma neppure un filo di grasso.

CARRO ATTREZZI

Un attrezzo per monitorare la frequenza del battito cardiaco, un altro per controllare le calorie, un altro ancora per potenziare i muscoli. Tanti "oggetti" fitness per ogni esigenza.

Atleti tecnologici o pazienti in continuo monitoraggio? A osservare molti sportivi oggi, verrebbe da farsi una domanda del genere tanti e tali sono i dispositivi utilizzati per tenere sotto controllo il corpo e le sue reazioni allo sport.

Uno dei più frequenti, per esempio, è il cardiofrequenzimetro, un dispositivo per monitorare la frequenza dei battiti. Il boom di questi apparecchi è da cercare nella paura di sottoporre il cuore a stress eccessivi. Per questo si cerca la tranquillità del monitoraggio continuo delle pulsazioni. Purtroppo, però, le cose non sono così semplici, dato che non è detto che esista una frequenza cardiaca limite oltre la quale si verificano problemi in persone malate. È bene ricordare, dunque, che chi ha un cuore sano si protegge con meccanismi naturali e dovrebbe riconoscere gli eccessi con facilità. Chi è malato, invece, è bene che eviti alcuni sport, come la corsa.

Altrettanto invitanti, per l'atleta della domenica, sono i dispositivi che permettono il controllo delle calorie spese durante l'esercizio. L'utilità, in questo caso esiste, se non altro a livello psicologico: vedere quante calorie abbiamo perso con un'ora di esercizio, infatti, può indurre a mantenere una costanza di allenamento. Ma è bene non aspettarsi troppa precisione. Il risultato di un esercizio dipende, infatti, da molte caratteristiche personali dell'atleta, come la sua quantità di massa grassa, il metabolismo e il modo di fare l'esercizio.

Più rischiosa, invece, la rincorsa delle scorciatoie allo sport. Come quelle che portano agli elettrostimolatori.

Questi apparecchi, negli spot, potenziano i muscoli, favoriscono la circolazione, fanno dimagrire ed eliminano la cellulite, pur rimanendo comodamente sdraiati sul divano.

L'elettrostimolazione, però, è sostanzialmente una tecnica riabilitativa, serve cioè a tonificare muscoli costretti alla inattività e non sostituisce la normale attività sportiva.

Questa tecnica, inoltre, stimola determinati muscoli ma non i loro antagonisti e quindi diminuisce la loro capacità di coordinazione. È opportuno ricordare, poi, che persone a rischio (cardiopatici, portatori di pace-maker e protesi, donne in gravidanza ed epilettici) non possono utilizzare questi strumenti.

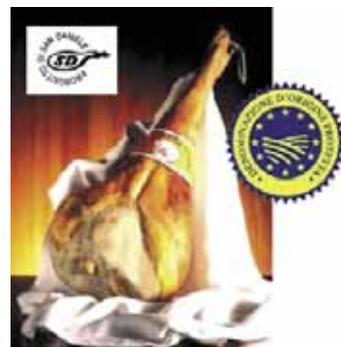


Specie
protette

Qua lo zampino

Il prosciutto con lo zampino simbolo del Friuli e della migliore gastronomia italiana.
di Anna Ciaperoni

Il **Prosciutto San Daniele Dop**, quello con lo zampino, è uno dei più antichi e rinomati prosciutti italiani. Prodotto simbolo del Friuli e più precisamente della Carnia, è anche una vera e propria bandiera gastronomica nazionale. Insieme al *Prosciutto di Parma* e al *Parmigiano Reggiano* è tra i principali "ambasciatori" del *made in Italy* alimentare di qualità nel mondo. La Carnia, l'area montana della provincia di Udine, ha una spiccata vocazione per la produzione di insaccati, grazie al suo clima fresco e asciutto, molto adatto alla stagionatura e all'affumicatura di salumi e prosciutti. Non a caso un altro prosciutto di montagna molto prelibato, il *Sauris*, insieme ad altri celebri ma rari insaccati, nasce qui, a 1.400 metri s.l.m. Il *San Daniele* si distingue tra i tanti prosciutti italiani per il suo gusto particolarmente dolce e delicato e per un profumo intenso, inconfondibile. Al taglio, le fette perfettamente stagionate, hanno un colore rosso-rosato nella parte magra, mentre la parte grassa è perfettamente bianca. La produzione del *Prosciutto San Daniele* è molto antica e deriva dall'usanza celtica, affinata poi in epoca romana, di conservare le carni con l'aggiunta di sale. Il prodotto gode da tempo di meritata fama, tanto da essere apprezzato dalla nobiltà dei principati e regni fin dal Medioevo. Risultano documentati una sua spedizione nel XVII secolo ai principi di Ungheria e la sua presenza nelle mense del Concilio di Trento. Mentre, tra i suoi illustri estimatori più recenti annovera Gabriele D'Annunzio. È rimasto un prodotto tipicamente artigianale-montano fino agli inizi del 1900, quando iniziò la produzione su scala semi-industriale. La fetta deve essere tagliata sottile, poiché ciò esalta la sua fragranza e delicatezza del sapore che caratterizza il *Prosciutto di San Daniele*. Per le sue caratteristiche si accompagna bene, oltre che con il pane, anche con la piadina romagnola e la crescentina di Parma. Il contrassegno, impresso da un marchio a fuoco sulla cotenna, rappresenta la forma stilizzata di un prosciutto con lo zampino, a forma di chitarra, con l'indicazione della sigla SD. Sotto lo zampino sono riportate due cifre che rappresentano il numero di identificazione del produttore.



Tipico



A DURA PROVOLA

Dai monti di Sicilia l'unica provola stagionata dalle curiose forme, cavallo, colomba, pupazzo e la più tipica "a pera". Il formaggio che si sfoglia come una cipolla.

di Eleonora Cozzella

Quelle più curiose hanno la forma di cavalli (cavadduzzi), di colombe (pallummeddi), di utensili vari o di pupazzi e venivano un tempo lavorate in questo modo per farne dono ai bambini nei giorni di festa. Oggi piacciono soprattutto ai turisti come simpatico *souvenir* gastronomico. Ma la forma più usuale della provola dei Nebrodi resta comunque quella tipica oblunga "a pera" con la parte maggiore ovoidale e la classica testina dei caciocavalli, utilizzata per legare le forme e appenderle.

È una specialità casearia dei monti Nebrodi in Sicilia, un formaggio a pasta filata saporito e peculiare perché

l'unica provola ad essere stagionata. Un tempo di stagionatura che non è sempre lo stesso ma varia secondo il peso del formaggio: ci sono forme piuttosto piccole (dagli 800 grammi a un chilo, nei Nebrodi Nord Occidentali cioè l'area di Mistretta, Castel di Lucio, Caronia), forme da circa due chili prodotte nei Nebrodi Centrali (area di Floresta, Ucria, Castell'Umberto) e forme invece grandi che arrivano e superano i cinque chili. Queste ultime sono tipiche di Montalbano Elicone e Basicò e sono le più adatte alla stagionatura, che va da sei mesi a circa un anno: un tempo incredibile per una provola.

Pasta sfoglia

Non solo (e qui arriva il bello). Si chiama provola sfoglia perché ha una particolarità che la rende decisamente unica: si sfoglia. Proprio come una cipolla o come un millefoglie. Una qualità che le deriva dalla tecnica di lavorazione, tramandata di padre in figlio. Si tratta, infatti, di un prodotto storico siciliano e come tale è non solo riconosciuto da un decreto della Regione ma anche inserito nell'elenco nazionale dei prodotti agroalimentari tradizionali. E mentre il consorzio dei produttori dei Nebrodi vorrebbe richiedere la *Dop* (*Denominazione di origine protetta*), l'associazione internazionale *Slow Food*, che ha lo scopo di tutelare il patrimonio alimentare, ne ha fatto un suo presidio per valorizzare questo antichissimo formaggio e il territorio selvaggio e boscoso che gli dà vita. Sui Nebrodi, infatti, si trovano i pascoli dove si nutrono le mucche le cui latte ha delle qualità organolettiche superiori con erbe ricche di betacarotene che conferisce al latte (e di conseguenza ai latticini) un colore e un aroma più intensi. Le bovine usate per la mungitura sono di due razze autoctone, la cinisara e la modicana, e la vacca bruna che si è adattata molto bene su questo territorio.

Caglio netto

Qui i casari ancora producono la provola in modo artigianale a partire esclusivamente da latte crudo. Ecco come: al latte fresco, a una temperatura di 36-37 gradi, è aggiunto il caglio di capretto o di agnello. La coagulazione avviene in circa un'ora; poi si procede manualmente alla rottura della cagliata con un bastone di legno (qui chiamato "rruotola") fino a ottenere pezzetti delle dimensioni di un chicco di mais. Successivamente il composto viene messo in un canestro di giunco per circa un'ora. Si cuoce con siero caldo e si lascia raffreddare. A questo punto la massa è pressata su un piano di legno, coperta da un panno, per 3-4 ore. La "scacciata" così ottenuta

viene tagliata a strisce che sono appese su un'asse ad asciugare. Quindi si procede ad affettarla per una seconda volta e le strisce sono ributtate nel siero caldo (80 gradi), per prepararle alla filatura.

Febbre da CACIOCAVALLO

La Provola dei Nebrodi – e qui sta la particolarità – è manipolata a lungo: una tecnica simile a quella usata per impastare il pane, grazie alla quale il formaggio tenderà poi a sfogliarsi in bocca: come un pasticcere piega e ripiega su se stessa la pasta per la pastasfoglia, così il casaro fa con il formaggio, secondo gesti antichi tramandati di generazione in generazione. È poi il momento della salatura in salamoia, la fase di circa 3 giorni dell'asciugatura ed eventuale stagionatura in locali freschi e ventilati dove le forme vengono appese a due a due a "cavallo" di una pertica (da cui, appunto, cacio-cavallo).

Il risultato finale è un formaggio che all'esterno si presenta con crosta liscia e lucida, di un giallo che vira dal paglierino all'ambrato a seconda della stagionatura. All'interno, invece, le diverse "foglie" sembrano solo delle striature quando il latticino è fresco e si evidenziano sempre di più con l'asciugarsi dovuto al tempo. E, sempre in base al grado di maturazione, anche il sapore cambia virando dal dolce al piccante via via più deciso.

Sarà inoltre un piacere per le signore attente alla linea sapere che la provola, sia pure molto nutriente e ricca di calcio e vitamine nobili, è tra i formaggi più magri (la percentuale grassa è intorno al 28 per cento) perché durante la lunga azione di manipolazione la pasta cede la materia grassa.

Le ricette di MONTALBANO

Leggerezza, quindi, oltre al tanto gusto che la rende adatta a diversi usi in cucina. Quando è fresca è ottima semplicemente alla piastra oppure come ingrediente raffinato di pizze, focacce oppure nella preparazione di pasta ripiena e involtini. Una preparazione tipica siciliana è cucinarla all'*argintera* (così chiamata perché sarebbe stata ideata da un argentiere palermitano): le fette vengono fritte in olio con uno spicchio d'aglio e condite con aceto bianco e origano. Più stagionata (e quindi anche più piccante) può essere grattugiata a grana grossa o mangiata da sola, gustandola sfoglia a sfoglia. A Montalbano si usa anche conservarla sott'olio: la provola è porzionata per essere immersa in un vaso che contiene olio extra vergine d'oliva aromatizzato con spezie.

Un formaggio molto amato, dunque. Nel giro di pochi anni le vendite, prima quasi esclusivamente regionali, si sono allargate a tutta la penisola e anche all'estero e adesso ben il 50 per cento della produzione supera il mercato locale.

Per chi non conosce la provola sfoglia, il suggerimento è di provarla in abbinamento con un buon vino, naturalmente siciliano. Per la provola fresca l'ideale è un *Etna Bianco* superiore di Milo, per quella semistagionata uno di medio corpo da uve *Nerello Mescalese* o un *Nero d'Avola*; per quella stagionata una *Malvasia* di Lipari o un *Moscato* di Pantelleria.





Saltimbocca

TUTTO FAR

00, 0, 1, 2, di mais, segale, avena, soia, castagne, ceci... Tutte le farine del mondo dal "far" dei romani, da cui deriva l'attuale nome di farina, al kamut e alla tapioca. *di Silvia Inghirami*

Farine per il pane, per la pasta, per la pizza, con amido, con lievito e con zucchero. I molini non sanno più che inventare per attirare nuovi clienti e convincere i consumatori più giovani che non stanno vendendo un prodotto buono solo per la nonna.

L'ingresso delle farine "speciali" e più o meno "magiche" ha reso l'assortimento sempre più segmentato, dove comunque la classica 00 regna incontrastata: è la "fior di farina", liscia e bianchissima, proveniente dalla prima macinazione e dal solo endocarpo, priva di semole e di crusca, più povera di proteine, sali minerali, vitamine e fibra. La 0 è ancora bianca e si distingue perché ricavata dalle semole; ha molti amidi e poche proteine. Seguono i tipi 1 e 2, progressivamente meno bianche e più ricche di crusca, amidi e proteine, per finire all'integrale, scura perché fatta con tutto il germe, la più completa dal punto di vista nutrizionale.

ZERO in condotta

Altra distinzione è tra farina di grano duro e di grano tenero: l'una di colore giallo ambrato e ruvida, granulosa, con il 13 per cento di proteine vegetali, prodotta in Italia prevalentemente nelle regioni meridionali; l'altra biancastra e liscia, con minori proteine vegetali (pari al 12,3 per cento). La prima è indicata per preparare paste alimentari, perché presenta una maggiore tenuta alla cottura; la seconda è preferita per pane, torte, biscotti.

Infine esiste una suddivisione particolare per le farine 00 in base alla consistenza dell'impasto: deboli, media forza, forti, speciali rinforzate. La debole è, ad esempio, scelta per preparare i grissini, la media per il pane all'olio, la forte per rosette e michette, la speciale per alcuni tipi di pane.

PUGNO di farro

Lasciando ai panificatori particolari e tecnicismi, la scelta del consumatore può orientarsi in base ai principi nutritivi: la farina (il cui nome deriva dal termine latino *far*, cioè farro, il cereale più utilizzato dai romani per fare la farina) ha svolto un ruolo fondamentale nella storia dell'alimentazione umana e resta uno dei cardini della dieta mediterranea. Ciò che la rende ingrediente principale della nostra cucina è l'alta qualità e quantità del suo glutine che dà alla pasta la tenacia necessaria per una cottura al dente e una struttura più sostenuta ai prodotti lievitati. Le proteine della farina di frumento, cioè gliadina e glutenina, sono diverse da quelle animali per l'assenza di aminoacidi essenziali, e contengono grandi quantità di amido, fonte primaria di carboidrati. La farina integrale, ottenuta dalla macinazione del frumento lasciando la crusca, è più ricca di proteine e fibre della 00, ma se non è biologica potrebbe avere un livello superiore di pesticidi, rimasti nella parte esterna del chicco. In cucina, invece, la 0 è migliore per pane e pasta fresche e la 00 per dolci e paste all'uovo.

Caso mais

Ma parlando di farine, il discorso non può limitarsi al grano: potremmo ripercorrere a ritroso le orme dei nostri progenitori che hanno scoperto questo cereale nel Mesolitico dopo aver provato tutti gli altri, dal riso al farro, dal grano saraceno all'orzo all'avena, dalla segale al *kamut* al granoturco. Solo quest'ultimo è però entrato nel nostro uso quotidiano, grazie prima a Cristoforo Colombo, che lo ha portato dall'America, e poi agli inventori della polenta. Il contenuto di proteine della farina di mais è però inferiore al frumento,

anche se è ricchissimo di amidi di lipidi, con un'alta percentuale di acido linoleico.

La farina di segale resta invece confinata nella tradizione tedesca e scandinava, quella di riso nei paesi orientali, quella di avena nei paesi anglosassoni, che la usano per il famoso *porridge*. Eppure, l'avena meriterebbe una rivalutazione dal momento che è uno dei cereali che contiene più proteine, meno carboidrati, una buona percentuale di fibre e presenta un basso indice glicemico.



IN FARINA

VALORI NUTRIZIONALI

(Fonte: Istituto nazionale di ricerca per gli alimenti e la nutrizione)

farina	carboidrati	proteine	lipidi
INTEGRALE	67,8	11,9	1,9
TIPO O	76,2	11,5	1,0
TIPO OO	77,3	11,0	0,7
AVENA	72,3	12,6	7,1
MAIS	80,8	8,7	2,7
SEGALE	65,0	11,7	2,3
RISO	87,0	7,3	0,5
SOIA	23,4	36,8	23,5
TAPIOCA	94,9	0,6	0,2

Tutto il resto E SOIA

Il mondo della farina non si esaurisce comunque con i cereali: il panorama spazia dalla soia alla tapioca, dalle castagne ai ceci ai piselli, dai fagioli alle patate. Quella di soia, il legume originario dell'Asia centrale ma ormai coltivato soprattutto negli Stati Uniti e in Brasile, è ricca di proteine, fibre, vitamine, grassi polinsaturi, minerali; materia prima per la cucina asiatica è utilizzata in modo crescente da quanti sono allergici al glutine e dai vegetariani occidentali che la utilizzano per cucinare piatti simili per aspetto e sapore alla carne ma ricchi esclusivamente di proteine vegetali.

La farina di tapioca, estratta da un tubero, viene invece utilizzata per addensare i dolci e per fare pappe per bambini con difficoltà digestive o per tutti coloro che hanno bisogno di un cibo nutriente e al contempo leggero. Nella nostra tradizione culinaria le uniche ad avere un posto di prim'ordine sono le farine di castagne e di ceci, che ci regalano delizie quali castagnaccio, necci, frittelle, farinata e panelle. Le altre attendono ancora uno *chef* che le porti alla ribalta nazionale.

KAMUT l'egiziano

Sempre nuovi amatori sta trovando la farina di *kamut*, un cereale dell'antico Egitto riscoperto nella seconda metà del Novecento: energetico e a elevato valore nutrizionale, più ricco di proteine, minerali, lipidi e vitamine del frumento comune, ha un sapore dolce dall'accento di noce e viene prodotto soprattutto da coltivazione biologica. Insieme a farro e orzo, il *kamut* rappresenta una valida opportunità per quanti soffrono di allergie e intolleranze alimentari.

Infine tra le *new entry*, troviamo la Manitoba, una farina di frumento ottenuta dalla macinazione di alcune varietà di grano tenero coltivato nel Nord America, originario della regione canadese di Manitoba. È una farina che presenta un'elevata percentuale di proteine e ha un grande potere di assorbimento dell'acqua. Viene utilizzata per aumentare la forza delle farine destinate a produrre pizza e pani speciali.

Dolci di Carnevale

Ricette a cura di Paola Ramagli foto Carlo Bonazza

Consigli dietetici a cura di Chiara Milanese, dietista

Ingredienti: g 250 di farina, g 25 di burro fuso, g 25 di zucchero, 2 uova, 3 cucchiaini di rum, g 100 di zucchero a velo, 1 cucchiaino di vaniglia, 1 pizzico di sale, olio per friggere

Versare la farina a fontana sulla spianatoia. Impastare con le uova, lo zucchero, la vaniglia, il burro sciolto, un pizzico di sale e il rum. Lavorare gli ingredienti fino ad ottenere una pasta morbida ma consistente, quindi coprirla con un panno e lasciarla riposare per circa un'ora. Stendere la pasta molto sottile o passarla nella macchinetta per la pasta, tagliarla a nastri di circa 20 cm x 3 e annodarli a sciarpa. Friggerli nell'olio bollente fino a che siano ben dorati, farli sgocciolare su carta e cospargerli di zucchero a velo.

PREPARAZIONE Facile ● TEMPO 40 min. ● COSTO economico

LA DIETISTA **480 Kcal a porzione**

Semplici e nutrienti, vanno bene come merenda per i bambini e gli sportivi perché sono i più digeribili tra i dolci fritti di Carnevale.



Perfetto un Moscato Naturale d'Asti DOCG.

Ingredienti: g 300 di farina, g 100 di zucchero, 1 uovo, g 80 di olio, g 400 tra uva sultanina, zibibbo, noci, fichi secchi, mandorle, cedro, 1 cucchiaino di vaniglia, 1 presa di sale, 2 cucchiaini di rum, zucchero a velo q.b.

Fare un impasto con la farina, metà zucchero, una presa di sale, l'uovo e l'olio. Lasciare riposare l'impasto ottenuto, che deve risultare molto morbido. Tirare la sfoglia il più sottile possibile e disporre gli ingredienti tritati grossolanamente e mischiati con il rimanente zucchero, un po' d'olio e il rum. Arrotolare la pasta su se stessa formando un rotolo chiuso ai lati e mettere in forno in una tortiera unta con un po' d'olio. Cospargere di zucchero a velo a cottura ultimata.

LA DIETISTA **630 Kcal a porzione**

Potassio, magnesio e tante fibre grazie alla frutta secca. Il fabbisogno giornaliero è di 30 grammi, in questo dolce ne abbiamo 35.



Si consiglia un vino più strutturato come un Moscato di Pantelleria DOC.

PREPARAZIONE Media ● TEMPO 30 min. ● COSTO medio

Ingredienti: g 500 di farina, g 70 di strutto, 1 cucchiaio di succo di limone, g 500 di ricotta, g 250 di zucchero, 1 cucchiaio di scorza grattugiata, 2 cucchiaini di zucchero a velo, 1 pizzico di cannella, abbondante olio per friggere

Mettere la farina in una zuppiera, amalgamare lo strutto e versare al centro il succo di limone e un po' di acqua tiepida. Lavorare fino ad ottenere un impasto consistente quindi ricoprire con un telo e lasciare riposare per trenta minuti. Passare al setaccio la ricotta e mescolarla con lo zucchero e la scorza grattugiata del limone. Stendere la pasta sottile e ricavare dei quadrati di circa 10 cm di lato. Porre su ognuno un po' di ripieno e ripiegare la pasta chiudendo bene i bordi. Tagliare la pasta superflua con una rotellina dentellata, formando così tanti ravioli da bucare con un ago per non farli rompere durante la frittura. Friggere in abbondante olio bollente, sgocciolare su una carta e spolverizzare con zucchero a velo e cannella.

PREPARAZIONE Media ● TEMPO 50 min.
● COSTO medio

LA DIETISTA **560 Kcal a porzione**

Le proteine della ricotta contengono peptidi bioattivi che migliorano l'assorbimento di calcio, prevenendo osteoporosi e rischio fratture.



Ravioli di ricotta alla laziale

Abbinare un buon Verdicchio dei Castelli di Jesi, passito DOC.

Ingredienti: g 700 di farina, g 25 di lievito di birra, 2 uova, g 125 di zucchero, 1 pizzico di sale, g 70 di burro, 8 cucchiaini di latte, scorza grattugiata di un limone, zucchero a velo, crema pasticcera, amarene sciroppate

Setacciare 150 grammi di farina e mescolare con il lievito sciolto in poca acqua tiepida. Lavorare l'impasto, formare una palla, metterla in una terrina, e farla lievitare in luogo tiepido finché avrà raddoppiato il volume. Unire quindi 550 grammi di farina, le uova, lo zucchero, il sale, il burro fuso, il latte tiepido e la scorza di limone. Lavorare bene la pasta e con le mani infarinate, formare delle piccole ciambelle. Appoggiarle su un telo leggermente infarinato e farle lievitare. Friggerle in olio ben caldo e servirle, dopo averle sgocciolate su una carta, cosparse di zucchero a velo e con al centro un cucchiaino di crema pasticcera e un'amarena sciroppata.

PREPARAZIONE Media ● TEMPO 1 ora
● COSTO medio

LA DIETISTA **650 Kcal a porzione**

Il lievito di birra puro è ricchissimo di aminoacidi solfati, regolarizza l'equilibrio della flora intestinale e vaginale, regala pelle e capelli splendidi.



Zeppole campane

Da provare con questo dolce un vino tradizionale, come una Falanghina Passito DOC.

VAI A FARTI FRIGGERE!

Consigli per una frittura fragrante e leggera: quale olio e padella preferire, non esagerare con le quantità.
di Costanza Giambalvo

I grassi migliori per friggere sono strutto e olio extravergine d'oliva. Il parere degli esperti può lasciare sconcertati quanti si mettono ai fornelli con le migliori intenzioni di stupire i convitati con una patatina, un gamberetto, un fiore di zucca croccante e appetitoso. Lo strutto è ormai *démodé* ma ha il pregio di venire assorbito pochissimo dai cibi e la frittura può risultare meno calorica: la nota dolente è però il colesterolo. L'alternativa più valida appare allora l'olio di oliva: anche questa indicazione può far storcere il naso agli amanti della frittura fragrante e leggera. Eppure – insistono i nutrizionisti – lo strutto e l'olio extravergine d'oliva hanno il punto di fumo più alto, seguiti da sesamo e arachide, e dietro ancora da soia, girasole e mais.

Tutto fumo NIENTE FRITTO

Ma cosa c'entra il punto di fumo con il fritto? Sotto l'aspetto del gusto poco e niente, ma per la salute moltissimo. L'innalzamento termico durante la

frittura determina la degradazione dell'olio e la trasformazione del glicerolo in acroleina, che si manifesta sotto forma di fumo, nociva per il fegato. Naturalmente questa tesi trova anche dei contestatori e il punto di incontro è che bisogna saper friggere, evitando di far bruciare l'olio e soprattutto di riciclarlo. In alcuni oli di semi in commercio il punto di fumo in gradi centigradi è indicato in etichetta e sono riportati i consigli d'uso. Prodotti con l'esclusiva funzione di frittura sono gli ultimi arrivati, a base di olio di semi di girasole con l'aggiunta di olio essenziale di coriandolo oppure di olio vegetale frazionato (non specificato) o di olio di palma frazionato, ingredienti che hanno la funzione di permettere alla miscela di reggere temperature più alte. Il loro pregio è, per alcuni, che non lasciano al prodotto il sapore spiccato dell'olio di oliva e quello più marcato dello strutto, e sono più delicati e "rispettosi" dell'alimento a cui si sposano. Questo non significa che siano più "leggeri" sotto l'aspetto nutrizionale: tutti gli oli, infatti, apportano più o meno la stessa percentuale di kcalorie.

Tra due fuochi

Una volta compiuta la scelta, bisogna prendere la padella giusta, cioè con i bordi alti, se non si è provvisti di friggitrice, e versarvi l'olio in quantità abbondante. Sul fuoco questo deve essere ben caldo ma mai bruciare: la temperatura ideale è sopra i 140°, quando si verifica una reazione chimica che provoca la doratura dei cibi. Per capire se è stata raggiunta, basta immergere un pezzo di pane o uno stecchino di legno e verificare che sfrigoli e compaiano attorno delle bollicine. Se un fritto risulta bruciato all'esterno e all'interno crudo, significa che si è scaldato troppo l'olio; viceversa, se è poco croccante, significa che l'olio è troppo freddo. Cuocendo a temperatura bassa, la crosta superficiale stenta a formarsi, il grasso penetra all'interno e il fritto sarà unto e pesante.

Pastella ASCIUTTA

È anche importante friggere le giuste quantità per evitare che gli alimenti si attacchino fra loro facendo scendere la temperatura e provocando un eccessivo assorbimento di olio da parte del cibo. Pastella, impanatura, infarinatura assorbono più olio se la temperatura non è abbastanza alta, col risultato di aumentare le calorie e ridurre la digeribilità. È consigliabile anche friggere alimenti di piccole dimensioni, prima portati a temperatura ambiente, tuffati nell'olio un po' per volta. Friggendo in padella, l'olio va cambiato ogni volta, mentre con la friggitrice può essere riutilizzato, dopo che è stato filtrato: l'olio però non deve mai fumare e il rabbocco non va ripetuto più volte perché l'olio nuovo si ossida per il semplice contatto con il vecchio. Infine, non resta che scolare bene, far asciugare su un doppio strato di carta assorbente senza coprire con altra carta per preservare il fritto croccante.

Buoni e giusti

Sempre più italiani acquistano prodotti biologici ed equosolidali. Secondo un'indagine dell'Università Cattolica – in collaborazione con le Università di Bologna, Milano, Sassari e Trento – sul consumo responsabile, il 63 per cento degli italiani acquista qualche volta o spesso prodotti biologici, anche se con motivazioni diverse, e il 45 fa altrettanto con biscotti, cioccolata e frutta “solidali”.

La locanda dei girasoli

Un “boccone” di solidarietà. È quello che si può assaggiare alla Locanda dei girasoli, ristorante e pizzeria romana nato dalla volontà di alcuni genitori di ragazzi con la sindrome di Down per dar loro una possibilità lavorativa. Così Claudio, Valerio, Emanuela e Viviana si alternano come camerieri per far assaggiare i piatti forti del *menu*: il *pizzudu*, raviolone tipico della Barbagia, le *panelle* siciliane di farina di ceci, la *barzotta* metà pizza e metà calzone oltre all'immane *Girasole* a base di fiori di zucca e funghi porcini. Il locale, accogliente e dai prezzi accessibili, si trova in zona Appio-Tuscolano, via dei Sulpici 117/H, tel. 067610194.

Certo che SCI

Sciare sì, ma sicuri con i consigli indicati nelle norme tecniche Uni (Ente Nazionale Italiano di Unificazione): dai caschi protettivi – obbligatori per i ragazzi al di sotto dei 14 anni – conformi alla norma *UNI EN 1077:1998* e riconoscibili dall'indicazione *EN 1077*, oltre che dalla sigla *CE*, alle maschere per la protezione degli occhi a norma *UNI EN 174:2004*. Sulla neve fondamentale anche l'abbigliamento antifreddo che, in base alla norma *UNI EN 342:2004* *Indumenti di protezione – Completi e capi di abbigliamento per la protezione contro il freddo*, deve garantire soprattutto l'isolamento termico. Attenzione anche

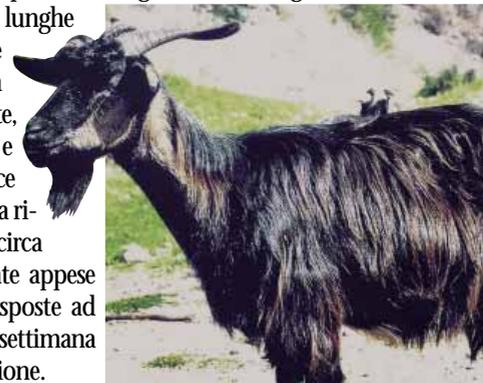


Capra tosta

Latte, formaggi, carne.
Tutto il meglio della capra garganica.

di Francesca Baldereschi

La **capra garganica**, nel dialetto locale razza *nustrala* (nostrana), è un'antica razza autoctona originaria del promontorio del Gargano, zona in cui l'allevamento ha sempre avuto un ruolo fondamentale per l'economia. Ha duplice attitudine, da latte e da carne, allevata allo stato brado, è immediatamente riconoscibile: pelo lungo, liscio e nero corvino, testa caratterizzata dal ciuffo e dalla lunga barba sotto il mento, corna un po' appiattite lateralmente, ritorte e con le punte divergenti a descrivere un arco. I maschi raggiungono al garrese gli 85 cm di altezza per un peso di circa 55 Kg mentre le femmine sono sensibilmente più piccole. Il latte della *capra garganica* è tradizionalmente utilizzato per la produzione di alcune tipologie di formaggio: il canestrato, da consumare fresco o da grattugia, e il cacioricotta. Le forme di canestrato hanno crosta marrone chiaro e pasta chiara o paglierina a seconda della stagionatura, dalla consistenza friabile, con profumo intenso che si connota con sentori di erbaceo e di frutta secca, e sapore più aromatico e piccante man mano che la stagionatura si prolunga nel tempo. La tecnologia produttiva prevede il riscaldamento del latte fino ad una temperatura di 37°C e l'aggiunta di caglio di capretto; successivamente avvengono la formatura nei tradizionali canestri di vimini e la salatura a secco. Il cacioricotta, invece, sempre prodotto in piccole quantità, è nato per utilizzare tutte le proteine del latte, comprese quelle della ricotta. Era il formaggio storicamente legato ai territori più impervi dove il cibo doveva essere conservato per i mesi invernali e la garganica era utilizzata oltre che per la produzione dei formaggi anche per la *musciska*. L'origine della parola è araba, da *mosammed* (cosa dura), e indica la carne di capra piuttosto magra, mondata, sgrassata e quindi tagliata in strisce lunghe 20-30 cm e dello spessore di 2-3 cm e insaporita con peperoncino piccante, finocchio selvatico, aglio e sale marino fino. Le strisce vengono quindi riposte a riposare in recipienti per circa 24 ore e successivamente appese a tralicci di legno ed esposte ad asciugare per circa una settimana fino a completa essiccazione.



Offerte speciali per i Soci Coop

CUBA VARADERO

IN COLLABORAZIONE CON SWAN TOUR
SWAN CLUB AMIGO VARADERO
programma 9 giorni / 7 notti in ALL INCLUSIVE
Partenza ogni venerdì dal 1 al 28/2/2008 da Roma,
Bologna e Milano con voli ITC

QUOTA CATALOGO ~~€ 1.350,00~~
QUOTA SOCI COOP **€ 1.186,00**

Quota gestione pratica, supplementi, riduzioni, eventuali
spese visto, tasse aeroportuali, adeguamento carburante
assicurazione, annullamento, condizioni generali:
consultare il catalogo del Tour Operator

CROCIERA AI CARAIBI

IN COLLABORAZIONE CON COSTA CROCIERE
COSTA ATLANTICA - Crociera di 8 giorni, programma
"Le Perle del Caribe"
Partenza il 23/2 e l'8/3/2008 da Milano* con voli
ITC

QUOTA CATALOGO ~~€ 1.580,00**~~
QUOTA SOCI COOP **€ 1.340,00****

* su richiesta tariffe partenza da altre città
** cabine interne; quote speciali anche per cabine
esterne con balcone.
Ragazzi under 18 GRATIS (quota nave): condizioni sul
catalogo Costa. La Quota si intende a raggiungimento di
minimo 30 partecipanti. Spese aggiuntive e condizioni
generali: consultare il catalogo del Tour Operator.

KENYA PARCO TSAVO E WATAMU

IN COLLABORAZIONE CON SPRINTOURS
Programma 9 giorni / 7 notti
Safari "Kilimanjaro" in pensione completa e
soggiorno mare al CLUB JACARANDA BEACH in
ALL INCLUSIVE
Partenza ogni venerdì dal 8/2 al 15/3/2008 da
Roma e Milano con voli ITC

QUOTA CATALOGO ~~€ 1.900,00~~
QUOTA SOCI COOP **€ 1.545,00**

Quota gestione pratica, supplementi, riduzioni, eventuali
spese visto, tasse aeroportuali, adeguamento carburante,
assicurazione, annullamento, condizioni generali:
consultare il catalogo del Tour Operator.

Nota: le quote si intendono a raggiungimento di 4
partecipanti

Cuba, il Paese che vive in modo sostenibile.

Cuba ... anche se non si conosce, subito vengono alla mente immagini di film, passi di libri, il suono della musica nelle strade, nei club, nei patio delle ville decadenti eppure affascinanti: basta ricordare il film "Buena Vista Social Club". Cuba è grande, è bella e offre molto: mare dei Caraibi, eccezionali flora e fauna marini, una città incredibile come l'Havana, le fabbriche di sigari, la canna da zucchero, le fattorie perse nell'interno, le cadillac 'anni 50, il celeberrimo club "Tropicana" e tanto altro ancora. **Ma Cuba oggi rappresenta un motivo di interesse in più per il viaggiatore responsabile:** secondo il **Global Footprint Network**, un'associazione che misura l'impatto ambientale dello sviluppo economico di ogni Paese secondo parametri definiti, solo Cuba assicura un buon livello di vita ai propri cittadini in modo sostenibile. Approfondiremo l'argomento.

Isole incantate, natura e ambienti marini protetti: siamo nel Mar dei Caraibi.

Siamo immersi in un caleidoscopio di colori, profumi, culture, al ritmo di una musica le cui origini sono africane, intrisa di gioia di vivere, sofferenza della schiavitù, riti e magie ancestrali, circondati dal sorriso e dalla calda accoglienza delle persone. La crociera Costa ai Caraibi permette il relax tipico della vacanza e soddisfa il desiderio di scoperta insito nel viaggio. Le isole? Nomi magici: Saint Martin, Repubblica Dominicana, Isole Vergini, Antigua, Saint Lucia. E tra le tante escursioni possibili, proprio **a Saint Lucia, abbiamo scelto di effettuare il giro dell'isola in bicicletta**, fermandoci in uno dei luoghi più belli al mondo: il villaggio La Soufrière, cui fanno da sfondo i Pitons, i due vulcani spenti.

Il leone si è addormentato ... o no?

Nessun viaggio si dimentica, ma il Kenya ti entra nell'anima. Provare per credere: non preoccupatevi, è una dipendenza dolce che regala emozioni intense. Sarà perché l'origine dell'uomo è proprio qui, sarà perché qui tutto ti cattura: colori, profumi, sguardi, canti, danze, la savana e la sua legge, gli animali, il Kilimanjaro, le nuvole basse, la terra rossa, baobab e acacie, eucalipti sul mare, i tramonti di fuoco, l'alba e i fenicotteri rosa.

Il Kenya persegue la protezione del suo territorio fin dalla fine degli anni '60 del secolo scorso,

attraverso l'istituzione dei parchi naturali, alcuni dei quali tra i più spettacolari in Africa, e dell'adozione di politiche ambientali mirate alla salvaguardia del suo straordinario patrimonio animale e naturale. Il viaggio che abbiamo scelto prevede il safari (ovviamente fotografico) di 2 giorni al Parco Tsavo, il più vasto del Kenya e tra i più grandi al mondo, e il soggiorno presso il Club Jacaranda Beach, situato nell'area del Parco Marino di Watamu e costruito in stile locale nel pieno rispetto del prezioso ambiente in cui è integrato.

Arrivederci al prossimo numero con altre notizie e proposte di viaggi

Queste sono solo alcune proposte di viaggi riservate ai Soci Coop: contatta il Numero Verde per conoscere tutte le altre offerte e l'agenzia di viaggi convenzionata più vicina.

Numero Verde
800 778114
ORARI:
09.30-14.00
15.00-18.30
LUNEDÌ - VENERDÌ

visita il nostro sito
www.mondovivo.it
viaggi per turisti responsabili:
Troverai molti suggerimenti e
proposte per viaggiare
secondo i principi di un
comportamento eticamente
corretto.



coop
Unicoop Tirreno

in collaborazione con



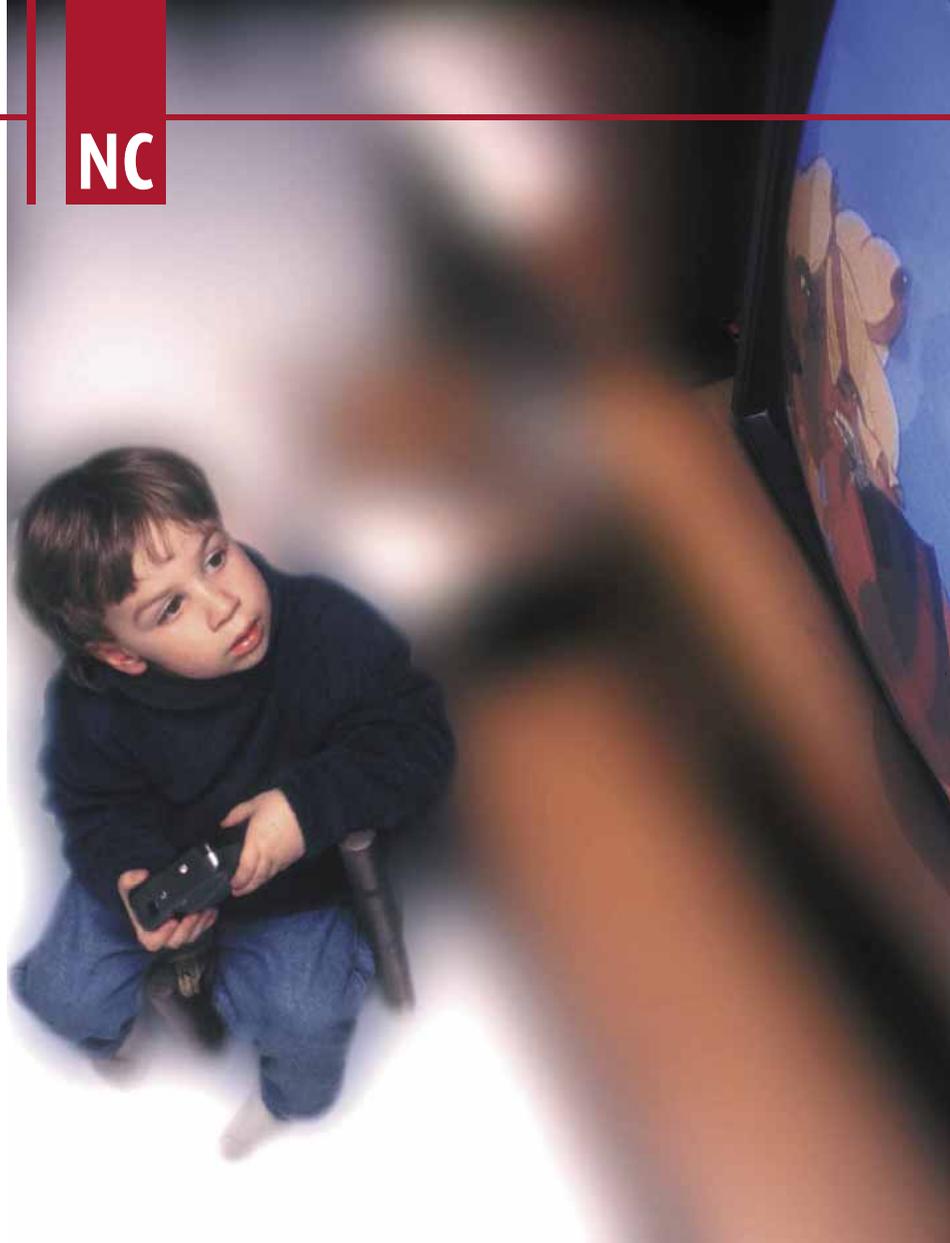
LIBRI

SCOMUNICATI SI NASCE

Ci siamo così dentro che non riusciamo a capirla. Se scappi ti rincorre e t'acchiappa. Se ti distrai ti riporta all'ordine. Se fai finta di niente ti prende a sberle. L'unico modo per salvarsi è guardarla dritto in faccia, sperando che il suo sguardo di Gorgone moderna sia misericordioso e umano. Stiamo parlando della comunicazione, il sostantivo più usato nell'era dei *media* ridondanti, delle Tv pervadenti e della rete infinita internettiana che ormai ci ha catturato e steso ai suoi piedi. Guardandola negli occhi la comunicazione si ritrae e, se lo sguardo è acuto, si spoglia piano piano dei suoi begli abiti seducenti e si mostra tutta intera nella sua algida nudità. Si rivela e si svela. Lo sguardo acuto e anche esperto è quello di **Antonio Comerci**, amico e collega, direttore dell'*Informatore*, la rivista di *Unicoop Firenze*. Da bravo giornalista abituato a divulgare con semplicità cose complesse, Antonio ci ha regalato un libro (forse sarebbe meglio dire un racconto) sulla comunicazione. Un viaggio intenso e distaccato quel tanto che basta a spiegare senza insegnare, un abbecedario per far capire a chiunque come funzionano parole e immagini, e attraverso quale percorso diventano un messaggio efficace. Nel racconto sulla comunicazione di Antonio Comerci c'è spazio per la citazione dotta e per la storia personale, l'aneddoto, la battuta paradossale, l'ironia. Con uno sguardo tagliente e una penna corrosiva, talvolta divertente, ci guida tra l'altro in una delle imprese più

ardue e appassionanti: capire in che modo la pubblicità riesce a guidare i nostri desideri. (A.B.)

Antonio Comerci
sComunicati
Mauro Pagliai editore
Firenze 2007



PICCOLO SCHERMO

Ma dove è finita la Tv dei ragazzi? Snobbati dalle reti televisive ufficiali, fuggono sulla parabola dove ben quattordici canali Sky sono dedicati a loro con cartoni educativi e la pubblicità ridotta al minimo. di Barbara Sordini

Il dipinto è *Montagne di Tahiti* di Paul Gauguin, il sottofondo musicale il Concerto Brandeburghese n. 5 di Johann Sebastian Bach, ma non ci troviamo in un museo interattivo. Incredibile ma vero, siamo di fronte al televisore mentre va in onda un cartone animato della serie *Little Einstein* che segna il tempo che cambia. E allora non ci resta che salire a bordo dell'astronave *Rockets* insieme ai quattro piccoli protagonisti per affrontare mille avventure nei luoghi più importanti del nostro Pianeta, dal *Colosseo* alle *Piramidi* alla *Muraglia*



Cinese. Non finisce qui. Da un cartone all'altro, si passa immediatamente e miracolosamente senza interruzioni pubblicitarie a *Lazy Town*, la città degli scansafatiche dove vive *Spartacus*, giovane sportivissimo e affascinante che mangia ogni giorno frutta e verdura, legge le etichette dei cibi, evita i fuoripasto e combatte il suo peggior nemico, *Robbie Rotten* "rancido", un cattivo che non perde occasione di offrire ai bambini cibi colorati e accattivanti.

Tv da ragazzi

È questa la nuova Tv dei ragazzi con trasmissioni educative per le diverse fasce d'età e soprattutto a pagamento. Siamo infatti su *Playhousedisney*, canale di *Sky* dedicato ai bambini dai 2 ai 5 anni i cui programmi, completamente privi di inserzioni pubblicitarie, permettono di imparare giocando. Chi ha figli spesso sceglie di acquistare i pacchetti pensati per i più piccoli e da *Sky Italia* fanno sapere che se si considerano i soli abbonati alla *pay Tv*, oltre il 50 per cento di loro hanno in casa contemporaneamente bambini e *decoder*. Sono infatti ben 14 i canali dedicati a un pubblico che mediamente rientra in una fascia di età

CANAL GRANDE Cartoni per tutti.

Anche i genitori si tolgono qualche sfizio. Da maggio scorso sulla *pay Tv*, al numero 703 dello *Skybox*, possono trovare *Cultoan* il canale dedicato ai cartoni animati per un pubblico vasto costituito principalmente da ultratrentenni e quanti sono cresciuti seguendo le storie di eroi classici come *Capitan Harlock*, *La Linea*, *Zorro*, *Daitan III*. La novità di *Sky* del 2008 sarà invece dedicata agli *under 3*. *BabyTv*, il canale satellitare per i piccolissimi completamente privo di pubblicità, già diffuso in oltre 75 piattaforme in tutto il mondo, che trasmetterà - con l'aiuto di psicologi dell'età evolutiva - filastrocche e pupazzi che cantano canzoncine e lettere dell'alfabeto che saltellano.

AZZURRO IL POMERIGGIO... Che cosa guardano i più piccoli.

Fin da piccolissimi sanno già fare almeno una cosa con *nonchalance*: accendere e manovrare telecomandi e lettori *dvd*. Ma cosa guardano e soprattutto, cosa fa bene guardare ai nostri bambini? Da uno studio condotto da *Meta Comunicazione*, azienda del settore, i canali sul satellite che propongono il divertimento *all'educational* sono tra i primi a conquistarsi il loro gradimento.

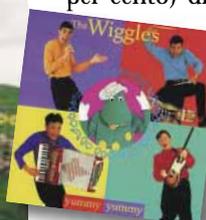
Jim Jam, dedicato ai piccoli dai 2 ai 6 anni, è segnalato dal 35 per cento degli esperti, seguito da *RaiSat Ragazzi* - al 29 - che ripropone pietre miliari della Tv educativa come l'*Albero*



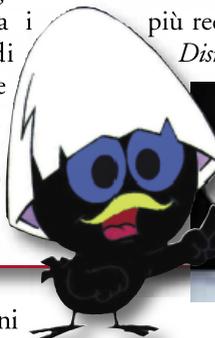
Azzurro e terzo *Disney*

Channel (23) grazie soprattutto ai programmi che coinvolgono gli spettatori in modo attivo. Tra i personaggi più amati dai più piccoli ci sono i *Teletubbies* (48

per cento) di *RaiSat Ragazzi*, tallonati



dai *Wiggles* di *Jim Jam*. Persistono nel gradimento i personaggi dell'*Albero Azzurro* (39 per cento), mentre tra i più recenti troviamo *Kim* *Possibile* di *Disney Channel* (34) e le polarissime (e commercialissime) *Winx* di *I classici* - ormai solo per i - *Calimero* e *Topo Gigio* legati oltre il dodicesimo



(e com-
RaiSat.
genitori
sono re-
posto.

compresa tra i 4 e i 14 anni con percentuali pari al 18 per cento di piccoli telespettatori nell'orario pomeridiano dalle 15 alle 18. La vera Tv educativa oggi arriva soltanto attraverso la parabola come confermano i palinsesti delle Tv generaliste.

Vietati ai minori

Finiti i tempi di *Bim Bum Bam*, del *Dirigibile* di *Tandem* e *Patratat*, i canali ufficiali snobbano i bambini e negli ultimi anni hanno notevolmente ridotto la programmazione dedicata a loro. *Rai Uno*, *Canale 5* e *La7* addirittura non comprendono più i cartoni animati nel loro palinsesto giornaliero; corrisponde al

9 per cento della programmazione di *Rai Tre* lo spazio dedicato ai più piccini ma solo nel fine settimana, mentre su *Rai Due* e *Italia 1* lo spazio dedicato al *target kids* è stato negli ultimi tempi notevolmente ridotto a favore di programmi per adolescenti già smalzati e adulti. Tenendo ferma la convinzione che non spetta alla televisione sostituire genitori e scuola, ben venga comunque la Tv satellitare se con i programmi per i bambini sa trasmettere nuovi *format* e nuovi linguaggi in cui possano riconoscersi; e soprattutto trasmissioni create per loro e non messe in onda solo per farli stare imbambolati di fronte al teleschermo.

Male lingue

Nel Settecento le signore si contendevano le maldicenze più succulente... proprio come oggi. Quanto ci piaccia parlare e sparare di peccati e peccatucci delle *star* dello spettacolo, come del vicino di casa, della ex di un amico, della parente pettegola, lo dimostra uno studio scientifico tedesco: la chiacchiera influenza opinioni e comportamenti nella vita di tutti i giorni di due persone su tre. Il 44 per cento dei ragazzi coinvolti nella ricerca, infatti, per effetto del *gossip* ha cambiato opinione su fatti e persone anche se il pettegolezzo contraddiceva la loro esperienza diretta. La "bugia" più potente della verità: vuoi mettere il piacere di farsi catturare dall'immaginazione. E poi spettegolare non fa male a nessuno o no?

Diamoci un taglio

Va il lungo, liscio con frangiona o riccio da *femme fatale*, ma anche il taglio corto, davvero *chicchetoso* portato in avanti con il *gel*. Quest'inverno per i capelli d'effetto anche il caschetto medio-lungo e qualche accessorio, come il cerchietto largo oro o argento che dà luminosità al viso. Ma per cambiare davvero *look* bisogna cambiare colore, nero intenso su tutti.



Solidi, affidabili, versatili.



Linea MF e FME
Linea MAR

I preferiti dai maggiori gruppi
della Grande Distribuzione nel mondo.

granulare

scaglie

Da cinquant'anni costruiamo in Italia **fabbricatori di ghiaccio solidi, affidabili, versatili.**

La doppia tipologia di ghiaccio, **granulare** e in **scaglie**, permette la massima flessibilità applicativa, per soddisfare tutte le esigenze espositive e di conservazione dei

prodotti freschi ad alto valore aggiunto. Non a caso siamo **preferiti** dai maggiori gruppi della Grande Distribuzione nel mondo. Perché i **migliori** non fanno compromessi sulla **qualità**. Linee MF, FME e MAR: **il termine di paragone.**

Scotsman[®]
Ice Systems

Scotsman Europe - Frimont S.p.A.
Via Puccini, 22 - 20010 Pogliano M.se (Milano)
Tel: 02-93960238 - Fax: 02-93960201
scotsman.europe@frimont.it
www.scotsman-ice.it



DIETRO LA MASCHERA

Per essere accettati, per nascondersi o per comunicare meglio con gli altri. Perché indossiamo una maschera non soltanto a Carnevale. di Rita Nannelli

Il timido diventa un eroe coraggioso, chi è impacciato con le donne un Dongiovanni audace e galante, le bambine principesse, e i più piccoli il supereroe preferito, *Power Rangers* o l'*Uomo Ragno*.

Eroe per un giorno

Con una maschera addosso si è quello che si desidera essere almeno per il tempo di una sfilata di carri o di un ballo in maschera, appunto, perché «mascherarsi ci fa accedere al mondo della fantasia; il Carnevale contestualizza questa possibilità trasformando un uomo grande e grosso in un orsacchiotto e un serio impiegato in un pagliaccio, cose che nella vita reale non sarebbero accettate come normali – spiega **Sara Moisé**, psicologa e psicoterapeuta familiare del centro *Co.Me.Tè* di Massa Carrara –. Ma la maschera produce anche un'identificazione perché a un certo personaggio l'immaginario collettivo attribuisce qualità ben precise di cui, indossando la maschera, ci appropriamo. Per un giorno ci facciamo espressione di ciò che un medico o un pompiere rappresentano nella società, del loro valore. Vestirsi da qualcun altro fa bene a grandi e piccini perché ha una funzione catartica, liberatoria, perché esorcizziamo le nostre paure rendendole accettabili e quindi meno spaventose».

Altro che

Ma la parte del triste *Pierrot*, di *Arlecchino*, scanzonato e stravagante maestro di burle, o della *Colombina* civettuola e senza peli sulla lingua non la recitiamo forse tutti i giorni? Ogni tanto togliamo, ogni tanto rimettiamo la maschera tradendo il desiderio di essere un altro, per essere accettati dal gruppo, per insicurezza di piacere per come si è veramente. Basta dare un'occhiata al vocabolario per capire quanto la maschera entra nella vita di tutti i giorni e quanto più o meno consapevolmente la colleghiamo all'identità nostra e altrui. *Gettare la maschera*: rivelarsi per quello che si è; *maschera* è sinonimo anche di finzione o atteggiamento ipocrita, simulazione; *giù la maschera!* È un invito a smettere ogni finzione; *mettersi la maschera* significa dissimulare; *levarla a qualcuno* smascherarlo, rivelare l'inganno... Oppure pensiamo all'interessante intreccio tra la parola *maschera* e la parola *persona* che in origine significa proprio maschera.

A viso aperto

Chiarisce Moisé: «Pur essendo una tendenza di sempre, viviamo oggi in una società che spinge a mascherarci, attraverso l'abbigliamento griffato, la cura (forse l'ossessione) estetica, la giovinezza a tutti i costi. Comunque la maschera può servire per aiutarci a interagire meglio con gli altri – non demonizziamola! – perché ci sono dei lati negativi del nostro carattere che la maschera ci aiuta a controllare. Ma se diventa difficoltà ad accettarsi, non si vede più il viso che c'è dietro». In parole povere è come mettere troppo fondotinta sul viso: si soffoca la pelle – non a caso *sembrare una maschera* significa persona eccessivamente truccata o dal volto reso irriconoscibile –. È il rischio che corrono gli adolescenti? «Sì – risponde Moisé –. Quando si esce dal nido familiare alla ricerca della propria identità, oscilli da una maschera a un'altra. E l'identità magari oggi te la danno il cellulare e le scarpe firmate... Maschere confezionate che in qualche modo nascondono e proteggono dal mondo esterno, ma che diventano pericolose quando non se ne può fare a meno».

Almeno a Carnevale non prendiamoci troppo sul serio e mascheriamoci per ridere un po' di noi e degli altri.



BUON DIVERTIMENTO

Ci si può divertire anche senza bere. Questo il messaggio ai giovani di Unicoop Tirreno che torna al Carnevale di Viareggio con la campagna contro l'abuso di alcol. Sconti per i soci, animazioni e una mostra nel supermercato.

di Martina Balocchi



Non la bevo... neanche quest'anno. Per il terzo anno consecutivo Unicoop Tirreno partecipa al Carnevale di Viareggio con l'iniziativa *Non la bevo. A Carnevale mi diverto con la fantasia* che nasce con l'intento di contrastare un problema sempre più diffuso nella popolazione, in particolar modo tra gli adolescenti: l'abuso di alcol in contesti di aggregazione e festività. Per rafforzare questa campagna i partners dell'iniziativa (Asl 12 di Viareggio, Associazione Europea Familiari e Vittime della Strada, Croce Verde di Viareggio e Sezione soci Versilia) hanno fondato il Comitato *Non la bevo* a cui hanno aderito anche altre associazioni del territorio e singoli cittadini.

Tra le iniziative più importanti, pensate per coinvolgere i giovani, torna la cartolina sulla quale gli studenti delle scuole della Versilia possono esprimere, con frasi, poesie, disegni, il loro punto di vista sull'argomento. Le cartoline raccolte negli anni passati - circa 1.200 - saranno esposte al supermercato di Viareggio per tutto il periodo del Carnevale.

>>> Sconto di 1 euro sul biglietto di ingresso alle sfilate per i soci Coop e buono sconto (per tutti) di 5 euro per l'acquisto di un biglietto cumulativo. Il buono è spendibile nei punti vendita Coop di Viareggio, Pietrasanta e Tonfano su una spesa minima di 25 euro, scontrino unico.

>>> Presentare la Carta SocioCoop al momento dell'acquisto dei biglietti. Per ogni carta è possibile acquistare due biglietti scontati.

Info

www.viareggio.ilcarnevale.com

Date dei corsi mascherati:

3, 5 e 10 febbraio.



VIA COL PREVENT

Quando le automobili penseranno.

La tecnologia sta diventando sempre più "intelligente", dalle case ai televisori. Non c'è da stupirsi se in un futuro prossimo anche le automobili si trasformeranno da mere trasportatrici in balia del conducente e dei suoi errori in paladine della sicurezza stradale, grazie a un potente impulso della Comunità Europea che sta finanziando il progetto *PreVENT* per lo sviluppo di tecnologia utile alla prevenzione degli incidenti stradali, con l'obiettivo di ridurre i sinistri del 50 per cento entro il 2010. *PreVENT* è un grande progetto a cui partecipano 52 università europee tra cui la nostra Università di Trento che per l'occasione ha messo a punto un sistema di pianificazione automatica della guida. Infatti, se le auto non cambieranno certo nell'aspetto, l'abitacolo si trasformerà in una centrale interattiva capace di ricevere informazioni per avvisare il guidatore di un pericolo, prevenire errori, suggerire azioni corrette, assistere la guida o, se necessario, addirittura intervenire attivamente. Raggi infrarossi, radar e videocamere miniaturizzate faranno parte dell'equipaggiamento dei veicoli che saranno anche in grado di comunicare tra loro. Insomma se il conducente non si accorge che un camion sta passando col rosso e rischia di investire se ne accorgerà la macchina interagendo coi sensori del camion e magari suggerirà l'arresto della marcia.

Naturalmente per poter funzionare correttamente questi sistemi prenderanno informazioni dall'ambiente attraverso sensori posizionati, ad esempio, agli incroci o ai semafori che renderanno possibile la ricostruzione virtuale dell'ambiente di guida da parte della centrale dell'auto per pianificare la guida corretta. Ognuna delle tecnologie anti-incidente ha un progetto dedicato. *Saspence* per il mantenimento della distanza di sicurezza e della giusta velocità, *Safe* e *Lateral Lane* per evitare scambi di corsia, *Apalaci*, *Compose* e *UseRCam* per evitare le collisioni e non investire i pedoni. Non è fantascienza, i prototipi sono già stati presentati a Versailles qualche mese fa, e prima o poi si riuscirà a fare in modo che le automobili intelligenti sopperiscano ad alcuni comportamenti di guida davvero stupidi che disseminano di tragedie le nostre strade.



IN PERFETTO AQUILIBRIUM

Capacità di concentrazione, controllo dell'equilibrio, movimenti lenti e profondi immersi nell'acqua. Nelle piscine è di moda l'aquilibrium perché tonifica il corpo liberando la mente.

di Barbara Autuori

Muoversi nell'acqua cercando un equilibrio del tutto nuovo attraverso l'"ascolto" del proprio corpo immerso nel liquido. È questo l'obiettivo principale dell'*aquilibrium*, disciplina acquatica che coniugando in vasca alcuni principi dello *yoga* e del *pilates* si sta diffondendo sempre di più nelle nostre piscine. Come si intuisce dal nome stesso – che deriva dalla fusione della parola acqua (*agua* in latino) con il termine equilibrio – questo sport si basa su un nuovo modo di interpretare il rapporto tra il corpo e l'acqua che lo circonda per raggiungere un benessere non solo fisico ma anche psicologico. Così se altre discipline acquatiche come l'*acquafitness*, l'*acquagym* o l'*acquabike* applicano in vasca essenzialmente i movimenti "terrestri" finalizzati all'esercizio fisico, l'*aquilibrium* ha dietro una filosofia del tutto diversa: attraverso gesti lenti e profondi, l'organismo a contatto con l'acqua deve ricercare il proprio equilibrio imparando a assecondare e non a contrastare il fluido che si modifica di continuo.

Acqua dolce

Un metodo di lavoro che richiede notevole concentrazione perché in vasca il controllo dei movimenti è più difficile. Attraverso la ricerca dell'equilibrio posturale in acqua, infatti, non si mettono in moto i muscoli in maniera automatica ma si impara a riconoscerne le contrazioni e decontrazioni esercitando un controllo sul proprio portamento che sarà utile anche sulla terraferma. Altro importante beneficio dell'*aquilibrium* è rappresentato dalla tonificazione e dall'allungamento muscolare che si ottiene senza *stress* eccessivo (la resistenza in acqua è superiore a quella dell'aria di 6-7 volte) e soprattutto senza pesare sulle articolazioni favorite dall'assenza di gravità. A tutto ciò si aggiunge poi l'importanza della respirazione che deve assecondare e agevolare il movimento con notevoli benefici per l'apparato

STATO LIQUIDO

Papà dell'*aquilibrium* è Marco Zamboni, direttore sportivo dell'*European Aquatic Association (EAA)*, associazione di Padova fondata nel 1996 da appassionati di nuoto agonistico e didattico per diffondere una nuova cultura dell'acqua. Inizialmente praticata in Triveneto e Lombardia, questa disciplina acquatica ha preso piede rapidamente anche in molte altre regioni. Per favorirne la conoscenza l'*EAA (www.euraquatic.it)* organizza *stage* e corsi in tutta Italia. Per chi volesse saperne di più è disponibile in *vhs* e *dvd Aquilibrium* (28 euro), l'intera *masterclass* tenuta da Piero Pigiapoco ad *Aquafitness Days 2005*.

cardiovascolare attraverso l'ossigenazione della circolazione sanguigna. Nella ricerca dell'equilibrio idrodinamico, inoltre, i movimenti sono sempre armoniosi, a bassa velocità e intensità, mai esasperati tanto che l'*aquilibrium* viene annoverato tra i metodi "dolci", capace com'è di rispettare i limiti di ognuno. Anche per questo può essere facilmente praticato ad ogni età e in vasche di diversa profondità.

Alti e bassi

Per i principianti si consiglia l'esercizio in acqua bassa dove è più facile prendere confidenza con le diverse posture, partendo da un allenamento di non più di due sedute a settimana. Per i più allenati che possono immergersi anche tre volte a settimana, invece, quello che fornisce i risultati migliori è l'esercizio in acqua alta: il corpo in sospensione lavora costantemente con gambe, braccia e busto per la continua ricerca dell'equilibrio. Per agevolare il galleggiamento si può utilizzare un tubo di plastica, chiamato *tuboa*, che avvolge il corpo lasciando però libere spalle e anche. Ogni lezione di *aquilibrium* va comunque tarata dall'istruttore su allenamento, età e capacità motorie dei partecipanti per far in modo che ognuno riesca a stare "in perfetto equilibrio".



in collaborazione con www.avsi.org
a cura di Rita Nannelli

TANTO DI APPELLO

Dai volontari Avsi, da chi si prende cura di tanti bambini nei paesi poveri del mondo, l'appello per continuare a sostenerli "di lontano". Perché un semplice gesto può cambiare davvero il loro futuro.

A dare il benvenuto nelle baraccopoli sono loro, i bambini, che vedendo arrivare qualcuno da lontano gli corrono incontro a gruppetti con la mano pronta a stringere quelle di chi è lì – in uno dei tanti paesi poveri del mondo – per offrire un aiuto concreto. E i loro occhi grandi e sorridenti pieni di gratitudine e meraviglia sono l'immagine che i volontari della *Fondazione Avsi* hanno scolpita nel cuore. Dal Rwanda al Brasile, dall'Albania al Messico al Kenya arrivano testimonianze di quanto è stato fatto nell'ambito del progetto *Sostegno a distanza* della *Fondazione Avsi* e di *Unicoop Tirreno*, per proteggere i bambini e le loro famiglie, garantire la loro salute, una casa, il diritto a studiare e a lavorare. In soli cinque anni – dal 2001 al 2006 – *Cuore di Coop* ha garantito a 740 bambini sette anni di vita migliore grazie alla generosità dei loro genitori "di lontano" che hanno donato i punti del Catalogo per stare dalla parte dei bambini. Ma proprio da chi lavora sul campo, da chi ogni giorno si prende cura di questi bambini, arriva l'appello a continuare a impegnarsi per il progetto di *Sostegno a distanza*, a non dimenticare che nell'altra metà del mondo la vita non è scontata. «*Quello che tu stai facendo collaborando con Avsi nel Sostegno a distanza è qualcosa di prezioso per la vita di molti bambini e delle loro famiglie. È importante dare a queste persone l'occasione di mettersi in gioco e di prendere in mano la loro vita per costruire qualcosa di più di quello che la maggior parte di loro riesce a sperare per il proprio futuro. Sono anche convinta che noi abbiamo un dovere più che morale, direi umano, di conoscere e di informarci su come la maggior parte della popolazione del nostro Pianeta sta vivendo e sta lottando per vivere. Non possiamo permetterci di chiudere occhi, orecchie, cuore e intelletto. Noi dobbiamo pretendere conoscenza e informazioni. Solo così, probabilmente, i nostri sforzi e i nostri impegni per aiutare coloro che vivono queste situazioni gravi di vulnerabilità potranno concorrere a curare davvero questo grosso male della nostra epoca (...). Complimenti per l'impegno che stai portando avanti e mi auguro che continuerai a lungo a sostenerci. Cecilia Calò, Kenya*».



Per informazioni sul *Sostegno a distanza*: tel. 0547360800 (dal lun. al ven.: orario 9-13/14-18); fax 0547611290 e-mail: sostegno.distanza@avsi.org



Un concetto difficile

Tra banalità e creatività, tra l'ovvio e il sorprendente: come oscilla il linguaggio pubblicitario fino alla metafora arguta e concettosa dell'ultimo spot Mercedes-Benz, tutt'altro che facile da comprendere.

La pubblicità è il regno del linguaggio obliquo. Come dire che, specialmente per certi prodotti di uso non quotidiano e relativi a una fascia merceologica alta, si fa quasi costantemente ricorso a un linguaggio, specialmente visivo, che sia evocativo e non denotativo, intessuto di metafore e di figure retoriche di vario tipo. Ma questo comporta talvolta anche dei rischi. Il linguaggio obliquo ha l'effetto di produrre opacità semantica, di rendere il messaggio eccessivamente criptico e dunque difficilmente comprensibile. È un po' la condanna della pubblicità di dover perigliosamente navigare tra lo Scilla della banalità, che ha il pregio di essere compresa (per definizione) da tutti, e il Cariddi della creatività che è innovativa, ma proprio per questo fallisce lo scopo che dopo tutto è quello di rivolgersi a un pubblico più vasto per ampliare la rosa dei potenziali acquirenti del prodotto reclamizzato. Ci sono infatti talvolta in pubblicità delle metafore, soprattutto visive, che ben figurerebbero nel novero delle *agudeze* secentesce, argute e concettualmente difficili da decodificare. E tra queste c'è quella presentata dallo spot della Mercedes-Benz. La scena iniziale mostra un

paesaggio suburbano, con villette,



alberi e giardini ricoperti di neve. Un'ambientazione a suo modo rarefatta e serena, dove alcuni bambini si tirano palle di neve e altre persone sono intente a spalare la coltre che ricopre la strada. Ma all'improvviso avviene un fatto magico: la neve comincia a staccarsi dal suolo e, con la stessa leggerezza con cui è caduta, risale verso il cielo. Gli esseri umani osservano il fenomeno miracoloso attoniti e ammirati. Contemporaneamente si alza la saracinesca di un *garage* e ne esce un'automobile che, in quest'atmosfera sospesa, imbrocca e percorre la strada, ormai libera dalla neve, in mezzo ai giardini che ne sono ancora ricoperti. Qual è la spiegazione di questo fenomeno sovranaturale? Proviamo a trovarne una puramente semantica, visto che non ci sono indizi testuali che ci rimandino a una fiaba o a un testo religioso. Molti l'avranno indovinata (e questo depone a favore della loro prontezza mentale), ma non è così ovvia. La chiave sta nel *pay-off* che magnifica l'auto presentata nello spot per avere "l'incantesimo della trazione integrale": come dire che qualunque strada, anche piena di neve può essere da essa percorsa come se fosse completamente libera.

Se non è un'agudeza questa.

SPOT Davanti tutta

Assassini, maniaci, ladri e mostri vivono dietro di noi; siedono sui sedili posteriori delle nostre auto ed entrano

in azione appena ci mettiamo alla guida. Quando ci accorgiamo della loro malefica presenza ormai è tardi: finiremo strangolati, se va bene derubati, oppure solo terribilmente spaventati.

Il nuovo spot della *Smart* è cinico, ma molto suggestivo nella trasmissione del messaggio che la minuscola *city-car* vuole comunicare: sedili posteriori? Meglio di no. (B.R.)