

# NUOVO CONSUMO

Il mensile per i soci Unicoop Tirreno • euro 1,50 • anno XVIII • numero 188 • luglio-agosto 2009

## RESTA IN LINEA

Le "Linee guida per una corretta alimentazione dell'infanzia".  
Coop contro l'obesità dei più piccoli.

### parola di presidente

intervista a Marco Lami  
riconfermato presidente  
di Unicoop Tirreno

### un'estate al male

insidie da spiaggia

### messi all'indice

indagini di mercato:  
vere o false?

### piccolo grande schermo

guida all'acquisto  
del decoder terrestre



2009  
DALLA  
TUA  
PARTE  
noi



**INSERTO CONVENIENZA** da pag. 31 a pag. 37



Prendi al volo la leggerezza 



Non lasciarti scappare la gustosa leggerezza della linea Hero Diet **senza zucchero aggiunto**: confetture, succhi e nettari di frutta e barrette ai cereali per un benessere quotidiano senza rinunce. **Con Hero Diet riscopri la dolcezza della frutta e l'energia dei cereali: un mondo di bontà in tutta leggerezza.**

[www.hero.it](http://www.hero.it)

## VENDITA UFFICI VARIE METRATURE



Nuova Torre direzionale, in fase di realizzazione a Livorno in Località Porta a Terra

Per info tel. 0586-868711 cell. 331-6674621  
oppure visitate il nostro sito : [www.clc-coop.com](http://www.clc-coop.com)

## COOPERATIVA LAVORATORI DELLE COSTRUZIONI



Una grande realtà aziendale  
per la gestione e lo sviluppo di importanti progetti



AZIENDA CERTIFICATA



Via Boccherini, 11 57124 Livorno  
Tel. 0586-868711 Fax 0586-867376  
[www.clc-coop.com](http://www.clc-coop.com) [info@clc-coop.com](mailto:info@clc-coop.com)



**Nuovo consumo on line  
è nuovissimo.**

Più notizie, più opinioni, nuova grafica:  
scopri tutto su [www.nuovoconsumo.it](http://www.nuovoconsumo.it).

La versione on line di Nuovo Consumo è un grande successo: in questi primi sei mesi ci avete riempito di clic. Ora il sito rilancia, con una grafica rinnovata e un maggior numero di contenuti. C'è più spazio per le opinioni; ci sono più notizie pubblicate in esclusiva nell'edizione on line; aumentano le rubriche di servizio, che sono ancora più semplici da individuare. Altra grande novità: il collegamento a Google, da cui è possibile scaricare in diretta notizie sul mondo Coop. Fai un salto su [nuovoconsumo.it](http://nuovoconsumo.it), leggilo, registrati, scarica la versione cartacea. È il posto giusto per raccogliere ancora più idee.

**coop**

Unicoop Tirreno

## NUOVO CONSUMO

Direttore responsabile

Aldo Bassoni

Redazione

Rita Nannelli

Beatrice Ramazzotti

Luca Rossi

Barbara Sordini

Cristina Vaiani

Hanno collaborato

Barbara Autuori

Barbara Bernardini

Salvatore Calleri

Tito Cortese

Eleonora Cozzella

Benedetta D'Alessandro

Eugenio Del Toma

Silvia Fabbri

Daniele Fabris

Daria Ferrari

Stefano Generali

Maria Carla Giugliano

Silvia Inghirami

Giovanni Manetti

Simona Marchini

Massimiliano Matteoni

Chiara Milanese

Roberto Minniti

Giorgio Nebbia

Paola Ramagli

Anna Somenzi

Claudio Strano

Progetto grafico

Cinzia Capitanio

per Jack Blutharsky - Bologna

Impaginazione

Marco Formaioni

per Studiografico M - Piombino

Copertina

Archivio Coop

Impianti e stampa

Coptip - Modena

Direzione e redazione

SS1 Aurelia Km 237

Frazione Riotorto

57025 Piombino (LI)

Tel. 0565 24720 - Fax 0565 24210

nuovoconsumo@unicoptirreno.coop.it

Editore

Vignale Comunicazioni srl

Pubblicità

Giemme Pubblicità

di Graziella Malfanti

via Pacinotti, 12 - 57025 Piombino (LI)

tel. 0565 49156 - 226433

fax 0565 39003

graziella.malfanti@tiscali.it

Responsabile pubblicità

Roberta Corridori

[www.nuovoconsumo.it](http://www.nuovoconsumo.it)

Registrazione del Tribunale di Livorno

n° 695 del 24/7/2001

Iscrizione ROC 1557

del 4/9/2001

Tiratura prevista: 356.000 copie

Chiuso in tipografia il 19/6/2009



Prodotto con carta premiata dalla  
European Union Eco-label n. reg. FI/11/1,  
fornita da UPM.

il punto di Aldo Bassoni

## concorrenza sleale



**Dalle farmacie ai taxi, dalle assicurazioni agli ordini professionali, dalle banche ai servizi pubblici locali. Grazie ai provvedimenti del governo Berlusconi corporazioni alla riscossa...**

Le hanno chiamate le lenzuolate di Bersani. Si occupavano di banche, assicurazioni, farmaci e tante altre sfere della vita economica dove persistevano posizioni dominanti e rendite ingiustificate i cui costi andavano ad alleggerire le tasche dei consumatori. Furono rimossi assurdi privilegi, gabelle medievali, lunghe e costose trafale burocratiche. A più di tre anni da quelle liberalizzazioni stiamo assistendo alla loro lenta, ma inesorabile cancellazione. Mentre a parole si continuano a incensare i benefici del libero mercato, nei fatti si tenta di fermare le liberalizzazioni se non addirittura di riportare indietro le lancette del tempo, a quando la forza delle corporazioni e delle lobbies spadroneggiava nel paese e in parlamento. Potremmo elencare decine di norme introdotte dal governo Berlusconi per rimettere in discussione il principio della concorrenza: si va dalle farmacie ai taxi, dalle assicurazioni agli ordini professionali, dalle banche ai servizi pubblici locali. In ognuno di questi settori stanno lentamente riaffiorando situazioni di monopolio puntualmente denunciate dal presidente dell'**Autorità per la concorrenza ed il mercato** Antonio Catricalà il quale ha messo in guardia recentemente sul rischio che le aziende scarichino i costi della crisi economica sui consumatori. Alcune norme restauratrici sono passate a febbraio nel cosiddetto decreto "mille proroghe". Tra quelle norme c'era persino l'attacco ai noleggiatori con conducente che tanto dispiaceva ai tassisti. La lobby delle assicurazioni è riuscita a far cancellare la possibilità per il cliente di recedere prima del tempo da un contratto decennale senza pagare forti penali. Eliminata anche l'obbligatorietà degli agenti monomandatari (legati cioè a una sola compagnia). Nel campo delle assicurazioni Bersani aveva fatto in modo che gli utenti venissero messi nelle condizioni di comparare on line i preventivi Rc auto più convenienti. Ma l'**Ania**, l'associazione delle compagnie, ha rallentato l'attuazione di questo dispositivo e dal ministero non è arrivata finora alcuna sollecitazione. Dell'attacco alla liberalizzazione della vendita di medicinali da banco abbiamo più volte parlato. Il Ddl Gasparri-Tomassini mira a restringere drasticamente il numero dei farmaci venduti nelle parafarmacie nate dopo la liberalizzazione, di fatto svuotandole. Nel settore elettrico un emendamento della Lega Nord ha escluso il rimborso automatico in caso di interruzione del servizio per le aziende che hanno fino a 5mila utenze. Incredibile anche la marcia indietro sulla cosiddetta **class action** che permette alle organizzazioni di difesa dei consumatori di intraprendere delle cause collettive: doveva entrare in vigore un anno fa, poi fu rimandata al primo gennaio 2009. Nel frattempo si è pensato bene di depotenziarne i possibili effetti con una norma ad hoc che ne esclude l'applicazione per i contenziosi pregressi. Quando entrerà in vigore nessuno lo sa. La norma che consente di cambiare banca senza oneri non è stata modificata. Ma il Ministro dell'Economia Tremonti, con l'accordo per la rinegoziazione dei tassi e il tetto del 4 per cento ai variabili, ha di fatto ottenuto di depotenziare la spinta concorrenziale fra gli istituti di credito, mentre non si sono fatti passi avanti sulla strada della trasparenza di un settore che ha qualche problema di reputazione. Per avvocati, notai e liberi professionisti non c'è ancora una proposta di controriforma. Ma le pressioni per azzerare norme su pubblicità, tariffe e società tra professionisti sono forti. Non è escluso che un governo tanto sensibile agli interessi corporativi non finisca per ascoltare il loro triste lamento.



# GRISELLI *Rotolito*



**Grafica - Pubblicità - Stampa digitale  
Stampa Roto - Stampa offset**

*Dal 1948. La tradizione continua...*

Via Monte San Gabriele, 16 - 57023 Cecina (Li)  
Tel: 0586 682710 - Fax: 0586 684835  
mail: [info@griselli.it](mailto:info@griselli.it)



in questo numero

## RUBRICHE

- 5 Il punto  
Concorrenza sleale
- 8 Lettere
- 9 Coop risponde
- 9 Previdenza  
Servizio compreso
- 10 Pace verde  
Scena del crimine
- 10 Evergreen
- 11 Chi protegge il cittadino  
Attenti al cane
- 11 Ora legale  
Mille auto blu
- 19 La merce muta  
I danni del fumo
- 41 Sani & salvi
- 41 ABCibo  
I dieci comandi...
- 45 Controcanto  
Non facciamoci illusioni
- 49 Presidi Slow Food  
Al cacio
- 49 Nel carrello
- 53 Prodotto a marchio  
Il rosso e il bianco
- 56 A tavola  
Menu di verdure di stagione
- 58 Semiseria  
Cuore sacro
- 66 Consumi in scena  
Storia d'amore

58 NC



- 12 Parola di presidente  
intervista a Marco Lami, riconfermato  
alla presidenza di Unicoop Tirreno.

**coop** info

- 23 Ben educati
- 25 La vetrina dei soci
- 26 Bat mania
- 28 Orate dal carcere
- 30 Via libera

## 31 INSERTO CONVENIENZA



- 39 salute  
**Un'estate al male**  
pronto soccorso per le insidie da spiaggia.
- 42 dossier  
**Messi all'indice**  
c'è da fidarsi delle indagini di mercato?

prima pagina

**Resta in linea**

pag. 15



## PRODOTTI

- Guida all'acquisto
- 46 Piccolo grande schermo  
il digitale terrestre.  
Gli extra
- 48 Cartelle in regola  
gli zaini e le cartelle.  
Tipico
- 50 Il grande melo  
il melone di Venturina.  
Cotti & crudi
- 52 Un pesce di nome sushi  
il sushi e il sashimi.  
Dal fornitore
- 54 Sotto questo sole  
l'ortofrutta della cooperativa Sole.

## tocco ferro

Sul numero di maggio della vostra rivista ho letto un interessante articolo sulle acque minerali, "Fonti storiche", di Eleonora Cozzella. Si evidenzia, tra l'altro, il criterio di scelta che dovrebbe guidare il consumatore a seconda delle sue condizioni di salute. A me interessa sapere quali caratteristiche deve avere un'acqua in caso di anemia.

Lettera

Premesso che è bene bere almeno un litro e mezzo di acqua al giorno, le caratteristiche sono piuttosto ininfluenti per un'anemia da carenza di ferro. È vero che esistono acque ferruginose, con ferro bivalente superiore a 1 mg/litro, ma questo ferro disciolto non è molto assorbito dalla parete intestinale. Lo stesso contenuto di ferro (1 mg/l) lo possiamo trovare nel latte di vacca e questo è, invece, altamente assimilabile. Alimenti molto ricchi di ferro prontamente biodisponibile sono tutti i tipi di carne e il tuorlo d'uovo. Se poi le piace il fegato, 10 grammi di quello di suino equivalgono, come contenuto in ferro, a circa un etto di carne di vitello.

**Massimiliano Matteoni**

biologo nutrizionista ed etologo alimentare

## parola d'onore

Ho deliberatamente conservato un articolo di Tito Cortese, scritto poco più di un anno fa per la rubrica **Controcanto** ("Un politico di parola", **Nuovo Consumo**, maggio 2008, ndr), perché ero straconvinto che la notizia si sarebbe presto smentita da sola. Ma questo signore crede veramente a quello che dice o è soltanto mentalmente plagiato dai suoi "idoli"? Ma non ha capito che il "Professore" si è solo parcheggiato, temporaneamente, per rifarsi il trucco e riproporsi a tempo opportuno? Veltroni, che ha contribuito a silurarlo, si è già auto-ridimensionato, D'Alema si è defilato sul fiume, Fassino chissà dov'è e il prode Franceschini è per ora il clone di Veltroni. Il Professore, per ora ha "solo" ripreso la tessera del PD e dichiarato di dare il suo appoggio a Franceschini. Certo questo potrebbe portare i voti dei prodiani ad oltranza al tavolo del PD che ha quanto mai bisogno di tutti i supporti possibili. È proprio lui "l'uomo per tutte le stagioni" e non è un'anomalia né un esempio incoraggiante nella nostra politica. Malgrado l'opinione del sig. Cortese.

via e-mail

Confesso che non ho capito perché il nostro lettore si sia tanto arrabbiato per quel mio "Controcanto" di un anno fa, in cui davo semplicemente atto a Prodi di essersi dimostrato uomo di parola, tenendo fede all'impegno preso con gli elettori di non ricandidarsi per un altro mandato. La polemica avrebbe senso se Prodi, dopo di allora, avesse smentito se stesso – come appunto si aspettava il nostro lettore (lo scrive lui) – e si fosse rituffato nella politica italiana. Al contrario, ha confermato una volta di più di non essere "uomo per tutte le stagioni", rifiutando di candidarsi alle recenti elezioni europee. E allora? Forse un certo disagio può derivare dal raffronto tra un leader politico di parola e chi smentisce se stesso un giorno sì e l'altro pure: ma non dipende certo da me.

Tito Cortese

## api e chiudi

Ho letto che alcuni prodotti utilizzati in agricoltura sono la causa della moria delle api. Vorrei sapere se è vero e come si comporta Coop.

via e-mail

- Le informazioni che ha letto sono vere. Sempre di più in Italia, in particolare al Nord, si stanno registrando gravi spopolamenti degli alveari. Già nel 2007 ne sono andati perduti circa 200mila e la situazione si è ulteriormente aggravata nel corso del 2008. Oltre ai danni economici non si possono ignorare valutazioni di tipo ambientale ed etologico: le api sono, infatti, da sempre considerate le "sentinelle ambientali" per eccellenza. I responsabili di questo problema sembrano i

fitofarmaci "neonicotinodi" utilizzati come concianti dei semi di mais. Questi creerebbero un disturbo neurologico nelle api che non riescono più a nutrirsi né a orizzontarsi per rientrare nell'alveare e muoiono. Per quanto riguarda Coop, in attesa di valutazioni definitive da parte delle autorità competenti, applicando con coerenza il principio di precauzione, ha richiesto ai fornitori di prodotti a marchio di sospendere l'utilizzo di tali sostanze. Questo divieto entra a far parte del disciplinare di produzione dei prodotti a marchio che regola il corretto utilizzo dei fitofarmaci garantendo minori impatti e residui inferiori del 70 per cento rispetto ai limiti consentiti dalla legge. In totale saranno coinvolti oltre 75mila ettari di territorio nazionale.

## senza barriere

Mi muovo su una sedia a rotelle. Perché non esponete la merce in senso verticale invece che orizzontale?

Lettera

- Stiamo cercando di costruire i nostri nuovi punti vendita seguendo delle regole di progettazione universale con accorgimenti tecnici che li rendano agevoli per anziani, disabili e persone con difficoltà motorie e visive. Ecco alcuni esempi: un percorso tattile a terra guida i non vedenti, le testate degli scaffali sono stondate, le

corsie più larghe e le bilance dell'ortofrutta più basse per essere usate anche da chi si sposta in carrozzina. Per quanto riguarda la disposizione della merce, però, al momento non siamo in grado di accogliere la sua richiesta per un problema di spazi. Per poter esporre in verticale tutti i prodotti presenti nel nostro assortimento, infatti, avremmo la necessità di punti vendita molto più grandi. Quello che cerchiamo di fare per assecondare le esigenze organizzative e quelle dei nostri clienti è esporre più in basso, nelle fasce centrali, i prodotti di più largo consumo.

previdenza a cura di LiberEtà  
LiberEtà: e-mail redazione@libereta.it

## servizio compreso

Sono un carabiniere in servizio. Mi sono arruolato il 29 ottobre 1977 e a fine 2009 dovrei avere 37 anni e 2 mesi di contribuzione che, dai miei conteggi, dovrebbero essere sufficienti per raggiungere l'80 per cento della base pensionabile. Posso andare in pensione alla fine di quest'anno dato che il 28 ottobre 2009 compirò 53 anni di età? Il motivo del quesito deriva dal fatto che il Comando Generale dell'Arma ha inviato una circolare con la tabella dei requisiti d'accesso alla pensione anticipata, in cui il limite minimo di contribuzione, per l'anno 2009, è stabilito in 38 anni.

Lettera

- Dai dati esposti risulta che:
  - alla data del 31 dicembre 1997 aveva 20 anni e due mesi di servizio. A quell'anzianità di servizio vanno aggiunti i 4 anni per la maggiorazione di un anno ogni 5 anni di servizio. Pertanto, l'anzianità contributiva maturata alla data del 31 dicembre 1997 è di 24 anni e due mesi. A quell'anzianità contributiva corrisponde, in base all'articolo 54 del TU di cui al DPR n. 1092/1973,

l'aliquota del 58,40 per cento  $[44 + (3,6 \times 4)]$ ;

– dal 1° gennaio 1998 al 31 dicembre 2009 matura 12 anni di servizio ai quali va aggiunto l'ulteriore anno di maggiorazione dell'anzianità per un totale di 13 anni di anzianità contributiva alla quale, in base all'articolo 8 del DLgs n. 165/1997, corrisponde l'aliquota del 26 per cento (13x2);

– sommando le due aliquote, alla data del 31 dicembre 2009, supererà quella dell'80 per cento e, avendo compiuto il 53° anno di età fin dal 28 ottobre, in base all'articolo 6, comma 2, del DLgs n. 165/1997, ha diritto alla pensione di anzianità a partire dal 29 ottobre 2009.

I dati riportati nella Circolare citata sono indicazioni di massima. Infatti, ai fini dell'anzianità complessiva alla quale corrisponde l'aliquota dell'80 per cento richiesta dall'articolo 6, comma 2, del DLgs n. 165/1997, ha un "peso" particolare l'anzianità contributiva maturata alla data del 31 dicembre 1997 in quanto, a quella anzianità contributiva, in base all'articolo 8 dello stesso DLgs n. 165/1997, si applicano le aliquote previste dall'articolo 54 del TU di cui al DPR n. 1092/1973 (44 per cento per i primi 15 anni di anzianità contributiva e 3,6 per cento per ogni anno oltre i primi 20).

## scena del crimine

Un paio di scarpe Geox, Adidas, Timberland o Clarks, un divano di pelle Chateau d’Ax o Ikea, un piatto di carne Simmenthal o Montana possono avere un’“impronta” devastante sull’ultimo polmone del mondo. Dopo tre anni di indagine Greenpeace ha pubblicato l’inchiesta scandalo “Amazzonia,



che macello!” che rivela come la foresta amazzonica venga distrutta per far spazio agli allevamenti illegali di bovini. La carne e la pelle che ne derivano contaminano le filiere internazionali dell’alimentare, dell’arredamento, della moda e delle scarpe. Le prove raccolte dimostrano, infatti, che i giganti del mercato della carne e della pelle brasiliani – Bertin, JBS, Marfrig – vengono regolarmente riforniti da allevamenti che hanno tagliato a raso la foresta ben oltre i limiti consentiti dalla legge. Le materie prime, frutto di crimini forestali, “sporcano” le filiere produttive di tantissimi marchi globali e distributori. Tra questi: Adidas, BMW, Geox, Chateau d’Ax, Carrefour, EuroStar, Ford, Honda, Gucci, Ikea, Kraft, Cremonini, Nike, Tesco, Toyota, Wal-Mart. A livello globale la de-

forestazione determina il 20 per cento delle emissioni di gas serra. Il Brasile è il quarto paese nel mondo per l’emissione di gas serra (dopo Usa, Cina e Indonesia) e il governo brasiliano è a tutti gli effetti un socio in affari della distruzione della foresta: investe, infatti, per promuovere la crescita della produzione

di carne e pelle sviluppando ogni singola parte della relativa filiera nel paese. Ogni 18 secondi gli allevamenti bovini continuano a distruggere un ettaro di Amazzonia. Non è tutto. I dati a disposizione di Greenpeace rivelano che alcune delle fattorie che riforniscono Bertin, JBS e Marfrig utilizzano forme illegali di lavoro e occupazione di riserve indigene. È il tempo del coraggio e della responsabilità per i governi e per le aziende se vogliamo vincere la sfida del cambiamento climatico. Greenpeace ha chiesto a tutti i marchi coinvolti di interrompere immediatamente i rapporti commerciali con aziende o allevamenti che sono legati alla distruzione dell’Amazzonia.

**Maria Carla Giugliano**, ufficio stampa Greenpeace

evergreen a cura di Stefano Generali

## costa a costa

Con una percentuale del 96 per cento di coste balneabili, l’Italia si conferma la “spiaggia d’Europa” con una qualità del mare tra le migliori del vecchio continente. Lo afferma un rapporto del governo stilato sulla base dei dati raccolti dalle Agenzie regionali per

l’Ambiente. Tra le regioni più virtuose le Marche e la Toscana, le uniche in cui il 100 per cento dei siti controllati è risultato balneabile. Maglia nera, invece, per la Campania, in fondo alla classifica con solo l’81 per cento di coste pulite.

## risorse naturali

Ammontano ad almeno 50 miliardi di euro i danni ambientali che ogni anno l’uomo provoca alla Terra. Lo rivela uno studio che l’Unione Europea ha commissionato a Pavan Sukhdev, esperto della Deutsche Bank che ha tentato un calcolo del valore dei beni naturali e del

costo della loro progressiva distruzione. La novità della ricerca consiste nel fatto che le risorse della natura non vengono più considerate come un bene pubblico gratuito, ma come un bene economico, fondamento dell’economia mondiale.

## febbre da cavallo

È un business florido che rende alla criminalità organizzata oltre tre miliardi di euro l’anno. La zoomafia rappresenta una vera e propria piaga per il nostro paese. E se negli ultimi anni sono diminuiti i combattimenti tra cani, a crescere sono le corse clandestine

di cavalli, con ben 14 ippodromi segnalati nell’ultimo anno per infiltrazioni mafiose. A segnalarlo il rapporto **Ecomafia 2009** di Legambiente che punta l’indice anche contro la pesca di frodo e il traffico di cuccioli di razza clandestini.



## attenti al cane

Vorrei sapere cosa prevede la normativa se nel condominio ci sono cani che causano disturbo e rumori molesti.

Lettera

► Nei condomini può essere impedito con regolamento condominiale di alloggiare o far circolare animali domestici negli spazi comuni. In questo caso la delibera assembleare concerne le modalità di utilizzo delle aree condominiali. Tale deliberazione deve essere adottata a maggioranza, mentre per vietare la detenzione di animali all'interno delle aree private occorre una delibera adottata all'unanimità. Inoltre questo divieto deve essere contenuto in un regolamento contrattuale regolarmente registrato, poiché si tratta di imporre un vincolo al libero esercizio del diritto di proprietà dei condomini (nel nostro ordinamento gli animali sono considerati "beni" e dunque sono tutelati in quanto parte del patrimonio personale). Per quanto concerne l'igiene o i problemi di convivenza, il regolamento potrebbe vietare di portare gli animali in ascensore oppure obbligare i proprietari a far mettere loro la museruola o ad adottare altre



cautele. Qualora gli animali ospitati in casa costituissero un pericolo per l'igiene e la salute degli abitanti dello stabile, è consigliabile denunciare il fatto all'autorità sanitaria territorialmente competente o al servizio veterinario comunale. Non esistono limiti predefiniti per la grandezza o la specie del cane. In materia deve prevalere il buonsenso e la buona educazione!

Circa i rumori e gli odori molesti provocati dagli animali (domestici) ospitati all'interno del condominio l'art. 844 c.c. sanziona le immissioni intollerabili: in questo caso ci si può rivolgere all'autorità giudiziaria competente chiedendo l'adozione dei provvedimenti più opportuni. La valutazione circa la tollerabilità delle immissioni postula, però, un apprezzamento di merito da parte del giudice e presenta pertanto dei margini di opinabilità.

**Daria Ferrari, CittadinanzAttiva**

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

ora legale a cura di Salvatore Calleri presidente Fondazione Caponnetto

## mille auto blu

È sera. Mi addormento. Ho in testa una bellissima canzone. Ho in testa alcuni articoli che ho letto su [www.quattro ruote.it](http://www.quattro ruote.it) e su [www.auto.it](http://www.auto.it). Sogno. Direi quasi che più che un sogno ho un mezzo incubo. Se chiudo gli occhi vedo mille auto blu che vanno leggere, vanno e si rincorrono, salgono e scendono per le nostre strade e autostrade. Blu blu le mille auto blu. Blu le vedo intorno a me. Blu le mille auto blu che corrono e volano e corrono senza tutor. Blu le mille auto blu. Blu mi sento nausear. Blu tra mille auto blu che consumano su grappoli di strade. Dentro a me le scatole girano e folli immagini giungono. Blu le mille auto blu. Blu le vedo intorno a me. Blu le mille auto blu che volano, mi chiamano, m'inseguono. Impazzisco di rabbia se vedo passeggiare nel vento le mille auto blu, un pieno, ancora un pieno, si avvicinano eccole eccole sono qui. Aiuto. E mi risveglio. Per fortuna la canzone nella realtà è ben diversa. Ma le auto blu nella realtà ci sono... e sono tante, anzi tantissime ben 607.918 tra ministeri ed enti locali. Mi arrabbio e penso. Penso a chi ne ha troppe e penso a chi non ne ha quanto

dovrebbe. Tra questi penso alle scorte. Penso a chi rischia la vita in tutta Italia. Penso ai collaboratori e ai testimoni di giustizia. Penso agli imprenditori. Combattono la mafia... e spesso non hanno le blindate. Combattono la mafia... e spesso vanno a giro con delle carrette piene di km. Organizzi un'iniziativa antimafia e mandi in tilt i nuclei scorte di mezza Italia. Non vengono rispettati i protocolli. Le poche auto blindate non sono di tipo B6 o B7 che resistono al tritolo. A Firenze il nucleo scorte ha una sola macchina blindata. E mi sorgono mille dubbi. E mi sorgono mille sospetti. Ma perché avviene questo. Dobbiamo aspettare i prossimi morti? Per poi piangere con delle lacrime di coccodrillo? Preferisco di no. Preferisco un'antimafia del giorno prima. Paolo Borsellino è morto perché non hanno rispettato le misure di sicurezza: è bene non dimenticarlo.

Chi può apra i cordoni della borsa. Chi può riduca del 30 per cento le auto blu. Chi può aumenti la sicurezza dei condannati a morte dalla mafia. Chi può compri le blindate di livello B6 o B7. Grazie.

# parola di presidente

**Marco Lami è stato riconfermato alla presidenza di Unicoop Tirreno. Il nuovo Consiglio di Amministrazione eletto al termine della tornata di assemblee delle Sezioni soci ha riconfermato anche Sergio Costalli alla vice presidenza. «Ci aspettano tre anni di intenso lavoro per risanare e rilanciare la Cooperativa che affronteremo con serenità e determinazione».**

**di Aldo Bassoni**

«Rivolgo un sentito ringraziamento al CdA che ha voluto riconfermarmi nell'incarico di presidente – dice **Marco Lami** –. Naturalmente ringrazio i consiglieri che sono giunti al termine del loro mandato e auguro un buon lavoro ai nuovi consiglieri che, nei prossimi anni, insieme a me, al vicepresidente e agli altri colleghi, saranno impegnati in un lavoro importante per portare a compimento l'opera di risanamento avviata dal precedente Consiglio». Per la prima volta, nel nuovo CdA le donne sono oltre il 40 per cento e anche la presenza di giovani alla loro prima esperienza di amministratori della Cooperativa è stata rafforzata. «D'altra parte il percorso che ha portato al rinnovo del CdA è stato un percorso partecipato – spiega Lami – che ha visto il pieno coinvolgimento delle Sezioni soci per assicurare una rappresentanza adeguata ad una base sociale di oltre 800mila soci presenti in quattro regioni, in territori molto lontani e diversi tra loro».

**Quello che, però, ancora non va bene è il bilancio economico della Cooperativa. Il 2008 è stato chiuso in perdita.**

«È vero. Il bilancio del 2008 ha chiuso in territorio negativo. Nel corso delle Assemblee dei soci abbiamo illustrato chiaramente i conti, mostrato gli aspetti critici da affrontare, esposto le azioni messe in campo per superare rapidamente questo difficile momento caratterizzato da una crisi economica pesante per tante famiglie che vedono nella Cooperativa un punto di riferimento importante e un approdo sicuro dove trovare riparo dai venti forti della crisi. Infatti, le difficoltà non ci hanno impedito di stare sempre di più e sempre più concretamente a fianco dei soci e consumatori con politiche commerciali attente alla convenienza e alla qualità e nei primi quattro mesi del 2009 sembra esserci un'incoraggiante ripresa delle vendite».

**Si può parlare di un'inversione di tendenza?**

«Parlerei di segnali importanti sui quali ha influito molto la ristrutturazione della rete Campana che ha portato al miglioramento organizzativo, della logistica e degli assortimenti in quanto più adeguati alle esigenze dei consumatori e più aderenti al territorio e alle produzioni locali. Più in generale si cominciano a vedere i risultati del tentativo serio che stiamo mettendo in atto per superare le difficoltà strutturali della Cooperativa. I dati confortanti registrati nel primo quadrimestre ci dicono



che c'è la possibilità di conseguire un risultato positivo rispetto a quello dello scorso anno».

**Un risultato negativo impone di essere superato rapidamente. D'altra parte la Coop deve anche mantenere ben saldo il timone sui principi e dimostrare concretamente la sua utilità sociale.**

«Dietro i nostri conti economici ci stanno sempre scelte coerenti con l'esigenza

primaria della difesa del potere d'acquisto dei soci e dei consumatori che si ispirano a scelte non speculative sul piano commerciale e finanziario. Siamo arrivati al punto di rompere i rapporti con importanti multinazionali che pretendevano di imporre aumenti dei listini anche su generi di prima necessità del tutto ingiustificati dalla diminuzione dei costi delle materie prime. Questo i consumatori lo devono sapere perché uno dei compiti che crediamo di dover assolvere è anche quello di rappresentare gli interessi di chi non ha voce nei confronti di un mercato non sempre immune dai rischi della speculazione. E poi c'è l'impegno di tutto il movimento nei confronti dei soci, il problema di come mantenere la convenienza distintiva della Cooperativa che permetta ai soci e ai consumatori di acquistare prodotti di largo consumo sicuri, fondamentali per la famiglia, a prezzi molto convenienti. Il taglio del 20 per cento su cento prodotti a marchio Coop risponde esattamente a quest'esigenza. Tra l'altro i nostri prodotti a marchio sono sempre più apprezzati e continueranno a essere la base di gran parte della nostra offerta commerciale sulla convenienza. Naturalmente, accanto a queste scelte strategiche, noi come Unicoop Tirreno daremo un ulteriore impulso alle iniziative commerciali sotto il segno della convenienza, ma senza mai venire meno alla necessità di garantire comunque alti standard di sicurezza e di qualità dei prodotti, facendo perno sulla fiducia che i soci ripongono da sempre nella loro Cooperativa».

**E poi c'è la sicurezza del risparmio dei soci prestatori, garantito dalla solidità patrimoniale della Cooperativa e da rendimenti vantaggiosi rispetto ad analoghi prodotti finanziari.**

«La sicurezza del portafoglio finanziario della Cooperativa è un dato acquisito, un elemento di certezza al quale, anche nel pieno della crisi economico-finanziaria, i soci hanno dato fiducia perché si sono sentiti protetti».

## Quali sono gli obiettivi più immediati che stanno di fronte al nuovo CdA?

«In un contesto ancora molto incerto, sperando di lasciarci rapidamente alle spalle il momento più cupo della crisi, dovremo osservare con grande attenzione come cambiano i consumi e le strutture sociali del nostro paese. Dopo di che, nella più rigorosa aderenza alla nostra missione e ai nostri valori, un punto cardine della nostra azione è e rimane la difesa del potere d'acquisto dei soci e dei consumatori. In un momento di grave crisi come quello che stiamo attraversando, tale compito assume un rilievo ancora più marcato. E i nostri valori, la nostra identità solidaristica, distingueranno sempre la nostra politica sia sul piano commerciale che su quello sociale. Naturalmente tale obiettivo va perseguito di pari passo con il risanamento aziendale per migliorare i risultati economici, rafforzare e sviluppare la Cooperativa».

**Un tema all'ordine del giorno è l'adozione da parte anche delle cooperative di un sistema di governance che distingua ancora più nettamente tra proprietà e gestione, il cosiddetto "sistema duale".**

«Indubbiamente bisognerà affrontare il problema delle forme di rappresentanza della Cooperativa. Ci sono alcune esperienze in corso nel movimento cooperativo, le stiamo osservando, ma è chiaro che, sia pure in maniera prudente, graduale e meditata, nei prossimi tre anni del mio mandato intendo sciogliere questo nodo con l'obiettivo di rafforzare la partecipazione e la rappresentanza dei soci, in modo da garantire la massima operatività al management, da un lato, e una chiara funzione di indirizzo e controllo da parte dei rappresentanti dei soci».

**Ruolo che finora spetta al Consiglio di Amministrazione...**

«Esattamente. Ma devo aggiungere una cosa anche guardando all'esperienza di quest'ultimi tre anni. Mi sono reso conto che un ruolo importante lo svolgono le persone con la loro cultura dello stare insieme, la nostra cultura cooperativa che si è tradotta in un rapporto corretto tra il Consiglio e il management. Devo dire che il Consiglio di Amministrazione ha compiuto uno sforzo eccezionale in questa direzione, senza mai venire meno alle sue responsabilità, ma nel rispetto delle funzioni e dei ruoli del management aziendale; e al tempo stesso il management ha sempre considerato il CdA il punto di riferimento fondamentale per la sua azione. Mi sembra che questo sia un buon punto di partenza per avviare quella discussione di cui c'è bisogno».

## nuovo cda Unicoop Tirreno

Nome	Età	Residenza	Professione
Lami Marco (presidente)	54	Piombino	Dirigente Unicoop Tirreno
Costalli Sergio (v. presidente)	57	Cecina	Dirigente Unicoop Tirreno
Balocchi Giulio	53	Ribolla	Dirigente Comune Grosseto
Barreca Francesco	59	Roma	Impiegato
Barsotti Rinaldo	63	Piombino	Pensionato
Bernardini Claudio	63	Campiglia M.ma	Pensionato
Burgalassi Lia	48	Cecina	Ostetrica
Burroni Bruno	57	Pietrasanta	Pensionato
Capaldo Giuseppe	60	Nocera Inferiore	Dirigente Regione Campania
Capponi Maurizio	49	Soriano nel Cimino	Impiegato
Ceraolo Alessia	36	Orbetello	Avvocato
Collarile Marina	70	Roma	Pensionata
D'Aguanno Giuseppe	57	Roma	Pensionato
Frattilillo Luigi	64	Colleferro	Dirigente scolastico
Frosolini Marco	36	Grosseto	Direttore Unipol Banca
Galante Silvia	33	Velletri	Praticante avvocato
Giannetti Stefania	44	Civitavecchia	Libera professionista
Gravina Francesco	56	Aprilia	Pensionato
Levantino Daniela	60	Viareggio	Libera professionista
Loiaco Severino	54	Capriglia Irpina	Dirigente scolastico
Lupoli Alba	54	Acerra	Impiegata
Martelloni Ivano	60	Livorno	Dipendente Lega Coop
Mauri Paola	64	Roccastrada	Legale rapp. coop. agricola
Micheloni Paola	61	Carrara	Insegnante
Molino Romualdo	62	Quarto	Operaio
Monni Germana	45	Fabro	Impiegata
Muti Jessika	35	Portoferraio	Impiegata
Natalini Linda	55	Viterbo	Medico
Niccolaini Alberto	72	Massa M.ma	Pensionato
Pacchini Monica	49	Vada	Impiegata
Paganelli Elvira	49	Roma	Funzionario pubblico
Palombo Giancarlo	69	Roma	Pensionato
Paone Antonio	54	Tarquini	Veterinario
Pedani Cristina	41	Livorno	Insegnante
Pia Margherita	64	Rosignano S.	Pensionata
Pini Luigi	70	Livorno	Pensionato
Pricano Sergio	49	Amelia	Impiegato
Radi Simonetta	42	Follonica	Impiegata
Sciarrini Gianna	55	Civita Castellana	Impiegata
Scurani Stefano	44	Campiglia M.ma	Libero professionista
Spoto Vanda	58	Napoli	Dirigente LegaCoop
Tabani Giuseppe	51	Piombino	Quadro Società ASIU
Tocca Anna Maria	68	Roma	Pensionata
Tolone Rosario	66	Terracina	Pensionato
Veglianti Stefano	47	Roma	Ass. LL.PP. Roma 6

età media = 55

donne = 20

uomini = 25

## collegio sindacale

Nome	Età	Residenza	Professione
Gargani Franco (presidente)	68	Follonica	Libero prof. - Dott. Comm.
Leoni Claudio (effettivo)	50	Grosseto	Commercialista
Marconi Silvano (effettivo)	60	Grosseto	Libero prof. - Rag.
Scardigli Claudio (effettivo)	45	Livorno	Commercialista
Stefanini Rogeo (effettivo)	71	Grosseto	Pensionato
Giuntoli Giovanni (supplente)	50	Livorno	Commercialista
Pecchia Enrico (supplente)	46	Piombino	Commercialista

# IGIENE AMBIENTE

F A C I L I T Y M A N A G E M E N T



SERVIZI INTEGRATI PER NUOVE PROSPETTIVE DI CITTÀ

## L'impresa

CoopLAT è una tra le più grandi cooperative del settore dei servizi, con 2300 addetti e una presenza nelle principali città toscane e in numerose regioni italiane. È un'impresa moderna, che guarda al futuro, attenta ai nuovi scenari del mercato e ai nuovi sviluppi sociali. È una cooperativa a mutualità prevalente, che fa dell'etica imprenditoriale solidale il suo punto di forza a favore dei clienti, dei soci lavoratori, dei dipendenti e del territorio in cui opera.

## Le attività

- Igiene e sanificazione
- Movimentazione e Facchinaggio
- Manutenzione aree verdi
- Mostre e sorveglianze
- Ecologia Logistica e Manutenzione
- Facility Management

## Il progetto globale

Dalla progettazione del servizio allo studio preventivo di fattibilità, fino all'organizzazione di ogni aspetto del lavoro e al coordinamento delle specifiche prestazioni:

- **Qualità, efficienza, affidabilità e competenza** al servizio dei clienti.
- **Moderni strumenti aziendali e informatici** di contabilità industriale e controllo finanziario.

Tanti aspetti di un unico progetto: organizzare e offrire servizi che rispondano al meglio alle esigenze degli interlocutori e alle aspettative della società.

# resta in linea

**Si comincia da bambini e si continua da adulti. Allora contro l'obesità infantile tanto movimento, un corretto stile di vita, una sana alimentazione. I consigli degli esperti, il contributo di Coop. di Silvia Fabbri**

Se ci coglie da bambini l'obesità è ancora più pericolosa e col passare degli anni diventa sempre più difficile liberarsene: il 25 per cento dei bambini in sovrappeso a 6 anni e il 75 per cento di quelli in sovrappeso a 12 resterà tale da adulto. In più l'obesità si sta espandendo come un'epidemia. L'Organizzazione Mondiale della Sanità stima che in Europa l'obesità interesserà, già dall'anno prossimo, 150 milioni di adulti e 15 milioni di bambini. Solo in Italia il 33,9 per cento degli adulti è in sovrappeso, il 9 è obeso; la presenza di sovrappeso e obesità nei bambini è del 36 per cento, il che fa dell'Italia uno dei paesi più colpiti da questo disturbo (dopo il Portogallo).

## **peso specifico**

Le conseguenze dell'obesità infantile possono essere molto gravi: il bambino obeso può sviluppare patologie, soprattutto di natura cardiocircolatoria (come l'ipertensione arteriosa) o muscoloscheletriche (come certe artrosi dovute all'aumento delle sollecitazioni sulle articolazioni della colonna vertebrale e degli arti inferiori) e anche di tipo metabolico (come il diabete o il colesterolo alto o addirittura la steatosi epatica, detta anche fegato grasso). I costi sociali dell'obesità in Italia sono molto alti: tra adulti e bambini si calcola che possano arrivare fino all'8 per cento della spesa sanitaria totale. «Per non parlare dei costi psicologici – spiega una delle massime autorità in materia, la pediatra **Margherita Caroli**, presidente dell'**European Childhood Obesity Group (Ecog)** – anche se oggi un bambino grasso è molto meno canzonato dai suoi coetanei di quanto non succedesse in passato,

prima pagina



proprio per la generalizzazione del fenomeno. E anche i genitori spesso sottovalutano il problema e magari dicono che tanto poi quando crescerà perderà peso... Niente di più falso. Il problema del sovrappeso infantile va affrontato subito, più passa il tempo e più difficilmente sarà risolvibile».

Ma quali sono le cause dell'obesità? «Non sono cause genetiche, ma soprattutto ambientali. Mi spiego: un determinato ambiente può favorire l'espressione dell'obesità. A partire dalla presenza di genitori già in soprappeso; dalla continua disponibilità di cibo; dall'insufficiente possibilità di muoversi. E anche il cambiamento delle temperature – dentro casa e fuori – ha la sua importanza: il freddo fa consumare più calorie».

### **ore pasti**

Ma prevenire l'obesità infantile si può. In questo senso, quali consigli possiamo dare ai genitori per aiutarli a prevenire e a combattere l'obesità dei figli?

Risponde Caroli: «Cominciamo con quelli a portata di mano delle mamme e dei papà. Ad esempio, va evitato l'uso prolungato del passeggino fino a 3-4 anni. Lo so che è comodo per i genitori e inoltre sul passeggino i bambini sono più sicuri, specie nelle strade di città, ma così li disabituiamo a camminare. Bisogna poi fare in modo di farli andare a scuola a piedi e in generale di farli muovere di più. Bisogna anche stare molto attenti all'utilizzo della televisione. Deve essere spenta ai pasti e tolta dalla loro cameretta, altrimenti la guardano da soli per troppe ore di seguito. E si lascia campo libero agli spot dedicati ai bambini, zeppi di suggestioni alimentari, in cui il cibo è associato al piacere, al buonumore, al divertimento, addirittura all'affetto. E poi è provato che la Tv nella stanza da letto riduce il sonno; e c'è una correlazione diretta – per meccanismi ormonali di recente scoperta – tra il sonno scarso e insufficiente e il sovrappeso anche negli adulti».

### **buon appetito!**

Sul fronte dell'alimentazione secondo gli esperti va promosso l'allattamento al seno fino a due anni, perché è un fattore protettivo contro l'obesità fino all'adolescenza. «Assolutamente no al biberon sempre a portata di mano fino a 4-5 anni – sottolinea Caroli –. I nostri bambini sono continuamente alimentati, non sanno neppure cosa significa avere lo stomaco vuoto. Anche noi grandi, in verità, non sappiamo più cosa significa avere fame... Al massimo ci viene un leggero appetito. Poi è meglio mangiare insieme, a partire dalla colazione che è importantissima. I nostri studi rilevano una correlazione tra una buona colazione e

una minore predisposizione all'accumulare chili in più. Poi bisogna farsi aiutare dai bambini nel preparare gli alimenti, non dare sempre loro quello che chiedono e quello che a loro piace. Devono essere educati al mangiare, ai gusti nuovi, ad apprezzare alimenti che sulle prime magari non li attirano... Io lo dico sempre ai genitori: vero o no che i bambini a scuola vorrebbero solo fare canto e disegno? Eppure, io devo insegnare loro anche altro. L'educazione alimentare non è diversa da altre modalità educative. I bambini hanno il gusto addormentato, i genitori devono svegliarlo, facendo loro apprezzare tutti i sapori. Pensate che il consumo di frutta fra i bambini europei è molto scarso, anche nei paesi che per tradizione sono forti produttori come l'Italia. In uno studio recente si evidenzia come su circa mille bambini fra 6 e 10 anni di età solo 15, pari all'1,6 per cento, sono soliti consumare frutta a scuola come snack».

### **ricchi e poveri**

C'è dell'altro: lo svantaggio sociale ed economico sembra essere oggi l'ambiente in cui l'obesità si sviluppa più facilmente. «È così in tutto il mondo ricco – conferma Caroli –. Se sono svantaggiato culturalmente ho meno competenze, non so quello che mi fa bene e quello che mi fa male, credo meno in me stesso, cerco compensazione nel cibo. Attenzione, però, non è colpa delle persone, ma dell'ambiente: tra l'altro i prodotti alimentari che costano meno, cioè quelli acquistati dalle persone meno abbienti, sono normalmente i più ricchi di grassi, di zuccheri e che dunque fanno ingrassare di più. Proprio questi prodotti sono anche quelli più pubblicizzati. E una persona svantaggiata è più permeabile al messaggio pubblicitario».

E qui arriviamo al tema della reale utilità di un prodotto alimentare "virtuoso" come quelli che propone Coop per i bambini. L'Oms dice che bisogna rendere facili le scelte salutari anche attraverso cibi pronti che rispettino le loro indicazioni. Per spiegare quanto sono utili prodotti del genere la presidente dell'Ecog ci fa un esempio personale. «L'altro giorno, in un grande ipermercato, cercavo dei semplici biscotti per la colazione. C'erano due corsie con ogni tipo di biscotto, ma tutti contenevano oli tropicali, dannosi per la colesterolemia... Ma per tornare ai prodotti virtuosi, migliori dal punto di vista nutrizionale, si stanno diffondendo anche presso altri marchi, ma solo come seconda linea, molto più costosa, cosa che Coop non fa. Ecco perché noi come Ecog abbiamo voluto questa specifica collaborazione: perché non è etico precludere la buona e corretta alimentazione a chi non se lo può permettere».

## guida sicura

### Le Linee guida per una corretta alimentazione dell'infanzia: ma l'impegno di Coop contro l'obesità non finisce qui.

Se è vero che le cause dell'obesità sono soprattutto alimentari – anche se è lo stile di vita che spesso influenza qualità e quantità dei cibi scelti dai bambini – allora è anche vero che una delle prime leve su cui agire è quella del cibo pronto pensato per i ragazzi.

Oms, governi, istituzioni, mondo scientifico, stanno mettendo in atto azioni concrete per contrastare l'epidemia dell'obesità. Tra queste, c'è il puntuale e costante richiamo alle industrie alimentari perché modifichino la composizione dei prodotti per ridurre grassi, zuccheri, sale. Ma fino ad oggi sono state poche le risposte.

Coop, invece, ha deciso di creare prodotti a marchio che rispettino le indicazioni anti-obesità e di promuovere, insieme all'**European Childhood Obesity Group** (Ecog) e alla **Società italiana dell'obesità** (Sio), le **Linee guida per una corretta alimentazione dell'infanzia**, base di una campagna informativa per contribuire a prevenire o contrastare il rischio di sovrappeso e obesità. Inoltre – si legge nelle "Linee guida" che saranno disponibili per tutti sul sito [www.e-coop.it](http://www.e-coop.it) – intende sviluppare una nuova linea di prodotti alimentari "virtuosi" (prevalentemente nell'area dei fuori pasto/snack) per aiutare i genitori a comporre più agevolmente una dieta equilibrata. Coop si impegna anche a eliminare i prodotti a marchio già esistenti e specificamente destinati ai bambini di cui non sia possibile cambiare la formulazione.

#### stile Coop

Tutti i prodotti per bambini verranno inoltre dotati di una speciale etichettatura che conterrà le **GDA** (Guideline Daily Amounts, cioè le quantità giornaliere indicative) per bambino (età indicativa media di 7-8 anni con fabbisogno medio calorico di 1.625 calorie) e calcolate per porzione, relative

a calorie, carboidrati, zuccheri semplici, grassi totali e saturi, sodio. Un ulteriore impegno di Coop è relativo ai prodotti destinati agli adulti ma consumati anche dai bambini: "Se possono creare difficoltà nella composizione equilibrata della dieta di quest'ultimi si individuerà una soluzione di comunicazione per suggerirne un consumo moderato", dicono le "Linee guida". Insomma, se un cibo è pensato per gli adulti, ma può essere consumato anche dai bambini – perché magari si tratta di cibi di cui sono ghiotti, come i gelati – ed è comunque troppo ricco di zuccheri o grassi, la confezione consiglierà a mamma e papà che è meglio che i bambini ne limitino l'utilizzo.

Le "Linee guida" Coop contro l'obesità infantile – che saranno pubblicizzate anche nei punti vendita e attraverso una campagna stampa sui principali quotidiani italiani – contengono anche consigli e indicazioni che riguardano complessivamente le abitudini e gli stili di vita. Tra questi, il privilegio dell'allattamento al seno, il più possibile esclusivo almeno per i primi sei mesi di vita; la promozione di sane abitudini alimentari per tutta la famiglia, non solo per il bambino; il controllo dell'utilizzo della Tv da parte dei figli e Tv spenta durante i pasti; ma soprattutto l'incremento della pratica giornaliera dell'attività fisica per tutta la famiglia e per il bambino in particolare, indispensabile nella prevenzione e nella terapia di quasi tutte le cosiddette "malattie del benessere". È provato che chi non ha svolto attività motoria da piccolo, molto difficilmente la praticherà da adulto e che la sedentarietà è la principale concausa del progressivo aumento di peso. E, infine, la limitazione del computer non perché faccia male, ma perché troppe ore davanti alla scrivania rendono i bambini troppo sedentari. ■



## al naturale

**Quaranta prodotti creati seguendo le regole contenute nelle "Linee guide per una corretta alimentazione dell'infanzia", solo aromi naturali, particolare attenzione al contenuto di grassi, zuccheri semplici e sodio. La nuova linea Coop Club 4-10 pensata per i bambini.**



Creati per i bambini, che piacciono e fanno bene, pensati per i fuori pasto, insomma delle buone merende. È la nuova linea **Club 4-10** sviluppata da Coop con la supervisione di un autorevole comitato scientifico composto da **Sio** (Società Italiana dell'Obesità) ed **Ecog** (European Childhood Obesity Group), l'organismo europeo più autorevole che ha come obiettivi la protezione e promozione della salute dei bambini.

Club 4-10 comprenderà circa 40 prodotti creati seguendo le regole contenute nelle "Linee guide per una corretta alimentazione dell'infanzia", utilizzando esclusivamente aromi naturali e rivolgendo particolare attenzione al contenuto dei nutrienti più critici quali grassi, zuccheri semplici e sodio. Il primo prodotto già sugli scaffali è proprio una merendina rivoluzionaria: una tortina fatta di farina, zucchero, uova fresche e frutti. La ricetta prevede come per tutti i prodotti a marchio Coop l'assenza di coloranti, di grassi idrogenati e di ogm. Ma c'è di più: rispetto alle merendine più vendute, la tortina Coop ha la percentuale più alta di frutta (21,3 per cento), la percentuale più alta di fibre (albicocca 9,3 per cento e cilliegia 10,5) che contribuiscono ad abbassare l'indice glicemico del prodotto, il minor apporto calorico (meno di 300 Kcal per 100 g), niente sale, esclusivamente naturali gli aromi utilizzati, l'unica senza

grassi aggiunti, confezionata in porzioni da 36 grammi, abbastanza consistenti per saziare e soddisfare.

Semplice anche la confezione: niente personaggi dei cartoni animati e nessun gadget.

### **io crescerò**

In arrivo anche gli **smoothies**. Veri e propri frullati di frutta di stagione senza aggiunta di zuccheri o conservanti, solo frutta e vitamina C. Più un alimento che una bevanda, gli smoothies sono al 100 per cento frutta, come ben indicato nelle etichette, colorate, grandi e chiare; ogni brik corrisponde a due porzioni di frutta. Al contrario del succo classico non c'è acqua aggiunta e neppure zucchero, la dolcezza che li caratterizza è quella della frutta a maturazione.

Si conferma così un'attenzione ai bambini che Coop ha già dimostrato con la linea **Crescendo**, dedicata ai piccoli da 0 a 3 anni, per la quale i prodotti sono creati nel rispetto delle più aggiornate raccomandazioni in tema di nutrizione infantile in collaborazione con Dipartimento di Scienze Ginecologiche, Ostetriche e Pediatriche dell'Università di Bologna. Nella formulazione degli omogeneizzati di carne e frutta, ad esempio, Coop – per prima nel mercato italiano – ha deciso di non aggiungere né sale né zucchero per garantire un'alimentazione equilibrata nel periodo dello svezzamento. Alla base di questi prodotti scelte chiare come genuinità, ricerca delle materie migliori da agricoltura biologica, controllo della produzione, formulazioni pensate per ridurre al minimo i rischi di allergie o intolleranze alimentari escludendo – dove possibile – il glutine, il latte, le uova e aggiungendo solo i principi nutritivi essenziali alla crescita ottimale del bambino. Una scelta quella di Coop fatta seguendo le raccomandazioni dell'Organizzazione Mondiale della Sanità che invita a utilizzare il periodo dello svezzamento come un momento fondamentale di educazione a una sana alimentazione. ■

la merce muta di Giorgio Nebbia



## i danni del fumo

**Vanno in fumo ma restano nell'ambiente:  
le sigarette e i loro mozziconi.**



Le merci non muoiono mai e dopo che sono state usate diventano rifiuti che ritornano nell'ambiente. Questo vale anche per le sigarette: ogni anno nel mondo se ne fumano circa 6mila miliardi; circa 400 miliardi negli Stati Uniti, 100 miliardi l'anno in Italia. Ogni sigaretta pesa circa un grammo e il fumatore, dopo averla fumata, butta via un residuo, una "merce negativa" inquinante, il mozzicone, che pesa circa 0,3 grammi e che è pieno di decine di sostanze dannose. I mozziconi delle sigarette fumate in Italia hanno un peso di circa 20-30mila tonnellate, poche rispetto ai quasi quaranta milioni di tonnellate dei rifiuti urbani, ma moltissime se si pensa al potenziale inquinante di tali mozziconi. I mozziconi sono costituiti in gran parte dal filtro che trattiene una parte dei numerosissimi composti chimici presenti nel fumo; se si osserva il filtro di un mozzicone, si vede che ha assunto un colore bruno, dovuto alle sostanze trattenute, principalmente nicotina e un insieme di composti che rientrano nel nome generico di "catrame", contenente anche idrocarburi aromatici policiclici altamente cancerogeni; e poi metalli tossici fra cui cadmio, piombo, arsenico e anche il polonio radioattivo che erano originariamente presenti nelle foglie del tabacco. La natura e la concentrazione delle sostanze presenti nei mozziconi dipendono dalla tecnologia di fabbricazione delle sigarette che le industrie modificano continuamente per renderle più gradite ai consumatori; la natura di molti additivi e ingredienti è tenuta gelosamente segreta, il che non facilita la conoscenza e la limitazione dell'effetto inquinante dei mozziconi abbandonati. Il disturbo ambientale dei mozziconi delle sigarette viene anche dall'acetato di cellulosa del filtro, una sostanza che nelle acque si decompone soltanto dopo anni, tanto che alcune società cercano di proporre sigarette con filtri "biodegradabili", il che farebbe sparire rapidamente alla vista i mozziconi, ma lascerebbe inalterate in circolazione le sostanze tossiche che il filtro contiene. I mozziconi delle sigarette fumate in casa o nei locali chiusi finiscono in genere nella spazzatura, ma quelli delle sigarette fumate all'aperto o in automobile finiscono direttamente nelle strade e quindi nell'ambiente. I fumatori più attenti – si fa per dire – all'ecologia hanno cura di schiacciare con il piede il mozzicone buttato per terra per spegnerlo del tutto ma anche credendo di diminuirne il disturbo ambientale. Avviene esattamente il contrario: il mozzicone spacciato spande tutto intorno le fibre del filtro con il loro carico di sostanze dannose e il residuo di tabacco che è ancora attaccato al filtro; tutto questo resta esposto alle piogge e viene trascinato nelle fogne e poi nei depuratori o sul terreno. Rilevanti effetti tossici sono dovuti alla stessa nicotina presente in ragione di circa 0,25 milligrammi per ogni mozzicone; non meraviglia perché la nicotina è stata usata come antiparassitario proprio per la sua tossicità verso molti organismi viventi.



# TANTI VIAGGI SORPENDENTI SENZA CATTIVE SORPRESE.

**Mondovivo è il catalogo dei viaggi proposti da Unicoop Tirreno.** Tante destinazioni per tutti, per chi cerca l'avventura e per chi cerca relax. Con un denominatore comune: tutti i viaggi Mondovivo sono affidabili e convenienti, con prezzi trasparenti e nessuna sorpresa, organizzati da tour operator di qualità. Perché Unicoop Tirreno difende il tuo denaro anche in capo al mondo.

## COMITIVA COOP

# SARDEGNA

Orovacanze

**Club Hotel Posada \*\*\*\*  
a Palau (OT)**

**dal 5 al 12 settembre 2009  
8 giorni / 7 notti**



**PREZZO CHIARO,  
TUTTO INCLUSO.**

**Soci Coop  
€700,00**

A persona in camera doppia. Bambini 2-12 anni n.c. in 3° e 4° letto € 280,00. Bambini fino a 2 anni n.c. gratis. Quota in 3° e 4° letto adulti € 620,00. Supplemento singola € 70,00.

### Trattamento

**Pensione completa Formula Oroinclusive con acqua, vino in caraffa e soft drink inclusi a pranzo e a cena**

### Services

**Sono disponibili camere per persone diversamente abili**

#### La quota comprende:

- pullman GT a/r da Toscana, Umbria, Lazio e Campania con accompagnatore (min. 40 persone per bus);
- passaggio nave Civitavecchia o Livorno/Olbia e vv (poltrona all'andata e al rientro);
- cena di arrivederci con spettacolo folkloristico;
- utilizzo servizi/attrezzature del Villaggio (esclusi quelli a pagamento);
- escursioni in pullman GT/motobarca con guida: intera giornata Tempio Pausania/ Gallura con cestino da viaggio; intera giornata

Maddalena e Caprera con cestino da viaggio; mezza giornata a Porto Cervo;

- assicurazione medico-bagaglio-annullamento.

#### La quota non comprende:

- le bevande non incluse ai pasti;
- servizi/attrezzature a pagamento (equitazione, diving, sport nautici, escursioni, noleggio auto, motorini, biciclette ed imbarcazioni);
- mance/extra.

## TURISTI SOLIDALI

in collaborazione con ITC

# BURKINA FASO

**Ouagadougou - Sahel - Markoye - Gandafabou - Oursi - Gorom Gorom e Casa Famiglia Matteo - Kaya - Laongho - safari fotografico a Nazinga**

**Dal 14 al 22 novembre 2009**

**Dal 9 al 17 gennaio 2010**

**9 giorni / 8 notti**



**PREZZO CHIARO.**

**QUOTA SOCI COOP min. 12 partecipanti\***

Quota viaggio nov. 2009 **€ 1.626,00**

Tasse aeroportuali \*\* **€ 294,05**

Visto consolare \*\* **€ 45,00**

**QUOTA TOTALE € 1.950,05**

\* A persona in camera doppia; voli di linea, soggiorno 7 notti in pensione completa, tour in vetture 4x4 con autista e aria condizionata, accompagnatore dall'Italia, guide in Burkina Faso, assicurazione medico-bagaglio. Riduzione al raggiungimento di un gruppo di 16 persone. Supplemento singola € 40,00 - triple non disponibili. Il costo totale del viaggio di gennaio 2010 sarà di € 1.680,05\*\*. \*\* Salvo adeguamenti. Il viaggio è sconsigliato a persone con difficoltà motorie. Programma ed ulteriori info in agenzia di viaggi o contattando il Numero Verde Turismo.

**PARTENZE SCONTATE**  
in collaborazione con  
**OROVACANZE**

# SARDEGNA

**Porto San Paolo - Olbia**

**Dal 11 luglio al 1 agosto**

**8 giorni / 7 notti**



**PREZZO CHIARO.**

**QUOTA  
CATALOGO**  
€ 770,00

**QUOTA  
SOCI COOP**  
€ 693,00

**HOTEL SAN PAOLO \*\*\***

**Trattamento  
Mezza pensione**

Quote a persona in camera doppia a settimana.  
Piano Famiglia e ulteriori info: in agenzia  
di viaggi, contattando il Numero Verde o sul  
sito [www.mondovivo.eu](http://www.mondovivo.eu)

**QUOTE SPECIALI ANCHE PER ALTRI PERIODI E PER  
ALTRI SOGGIORNI MARE IN ITALIA.**

**PARTENZE SCONTATE**  
in collaborazione con  
**OROVACANZE**

# TRENTINO

**S. Martino di Castrozza**

**Dal 26 luglio al 2 agosto**

**8 giorni / 7 notti**



**PREZZO CHIARO.**

**QUOTA  
CATALOGO**

€ 540,00 mono 2 persone\*  
€ 710,00 bilo 4 persone\*  
€ 850,00 trilo 6 persone\*

**QUOTA  
SOCI COOP**

€ 486,00  
€ 639,00  
€ 765,00

**CLUB PEZ GAJARD\*\*\*\***

**Trattamento  
Formula Residence in solo  
pernottamento**

Quote ad appartamento a settimana.  
Forfait servizi inclusi, pulizia finale, cauzione,  
\*possibilità di letti aggiunti, Tessera Club: info in  
agenzia di viaggi, contattando il Numero Verde o  
sul sito [www.mondovivo.eu](http://www.mondovivo.eu)

**QUOTE SPECIALI ANCHE PER ALTRI PERIODI E PER  
ALTRI SOGGIORNI MONTAGNA IN ITALIA.**

Vieni a scoprire tutti i viaggi Mondovivo su:  
[www.mondovivo.it](http://www.mondovivo.it)

Numero Verde  
800-778114

  
**MONDOVIVO**  
I viaggi di Unicoop Tirreno



**coop**  
Unicoop Tirreno

In collaborazione con:



# NUOVE BUSTE COOP. LA DIFESA DELL'AMBIENTE È NELLE NOSTRE MANI.

Unicoop Tirreno dice addio ai sacchetti di plastica usa e getta e, indipendentemente dall'obbligo di legge fissato nel 31 dicembre 2009, mette in vendita un vasto assortimento di borse riutilizzabili.

Pensaci la prossima volta che fai la spesa.



BUSTA IN COTONE



BUSTA BIODEGRADABILE



BUSTA IN TRECCIA  
DI POLIPROPILENE

VIENI A SCOPRIRE TUTTO L'ASSORTIMENTO  
DI BORSE ECOLOGICHE NEL PUNTO VENDITA COOP  
PIÙ VICINO A CASA TUA.



Campagna informativa  
in collaborazione con Legambiente.

[www.unicooptirreno.e-coop.it](http://www.unicooptirreno.e-coop.it)

**coop**  
Unicoop Tirreno

## ben educati

### L'educazione al consumo consapevole nelle scuole: i risultati raggiunti e i progetti "animati" per il futuro. di Barbara Sordini

I numeri parlano da soli. Nell'anno scolastico che si è concluso Unicoop Tirreno ha organizzato 984 animazioni di Educazione al Consumo Consapevole, coinvolgendo 20.700 studenti e 1.240 insegnanti delle scuole di ogni ordine e grado e quasi tutti i punti vendita della rete, da Carrara a Benevento.

Una mole di lavoro non indifferente che porta tra i più giovani la distintività di Coop, la sua missione e i suoi valori. Si tratta di un progetto strutturato, riconosciuto dal Ministero della Pubblica Istruzione, con cui la Cooperativa, unico soggetto in Italia, si relaziona al mondo della scuola. **Cristina Del Moro** è responsabile dell'Educazione al Consumo Consapevole per Unicoop Tirreno: «Quando 65 anni fa è stata fondata la nostra Cooperativa, l'impegno era rivolto ai corsi di alfabetizzazione per i soci e al recupero scolastico per i loro figli. Negli ultimi 30 anni questo impegno si è trasformato in un progetto di supporto alla programmazione scolastica, creando uno strumento per i docenti e le loro classi per approfondire temi e riflessioni sul variegato mondo dei consumi e alla loro correlazione con l'ambiente, l'economia, le culture e le identità di altri paesi. Sono previsti incontri, attraverso le animazioni, con le classi e i ragazzi mediante il metodo della partecipazione, dell'interazione e della discussione critica, di supporto alla loro programmazione didattica. Si tratta di due-tre incontri, di due ore ciascuno, condotti da animatori da noi formati secondo i principi e i valori cooperativi: uno di questi incontri si svolge tra gli scaffali del negozio in cui le classi vanno alla ricerca di prodotti, messaggi, stimoli e suggestioni che li portano a scoprire tutta la ricchezza e il valore dell'agire cooperativo e interrogarsi sulla necessità di essere consumatori consapevoli, padroni e registi delle proprie scelte di consumo».

#### **buono a sapersi**

L'efficacia della collaborazione tra Coop e scuola ha le sue ragioni in alcuni valori comuni e risiede nel fatto che entrambe promuovono occasioni che contribuiscono alla formazione dei "saperi di responsabilità" e cittadinanza, cioè alla promozione di consapevolezza, autogoverno,



sviluppo equo e solidale e sostenibile: «Il conseguimento di obiettivi educativi così importanti – continua Del Moro – viene felicemente raggiunto nei casi in cui si adotta il metodo di progettazione integrata sul territorio, una modalità di lavoro basata su concertazione tra vari soggetti competenti per il conseguimento di obiettivi condivisi, concentrando risorse, competenze e saperi per il raggiungimento di un fine comune. Le relazioni che si intrecciano in questo modo di operare sono l'impegno che i soci attivi della Cooperativa mantengono e coltivano mediante un attento atteggiamento di ascolto dei bisogni del territorio».

Quando Unicoop Tirreno, la scuola, le associazioni, le istituzioni lavorano insieme per il conseguimento di obiettivi educativi condivisi si ha buon motivo di credere che si riesca con efficacia a promuovere atteggiamenti più sensibili e attenti rispetto ai temi che in qualche modo si intrecciano con quelli dei consumi.

Quando Unicoop Tirreno, la scuola, le associazioni, le istituzioni lavorano insieme per il conseguimento di obiettivi educativi condivisi si ha buon motivo di credere che si riesca con efficacia a promuovere atteggiamenti più sensibili e attenti rispetto ai temi che in qualche modo si intrecciano con quelli dei consumi.

#### **disegni animati**

«I percorsi di Unicoop Tirreno per il prossimo anno scolastico – continua Del Moro – sono occasioni rinnovate per lavorare sui temi della cittadinanza attiva e consapevole. Quest'anno le proposte si articolano all'interno di macrotemi, educazione alimentare, stili di vita, sostenibilità, cooperazione e cittadinanza che si possono affrontare scegliendo tra le animazioni presentate secondo le consuete modalità: richiesta di un'animazione come strumento di approfondimento per percorsi o progetti di classe e di istituto o co-progettazione con Coop e altri partner sul territorio di percorsi più complessi con obiettivi educativi condivisi. L'Educazione al Consumo Consapevole non può comprendere tutto ma, partendo dallo spunto di un prodotto concreto, si svelano connessioni, interdipendenze, rapporti causa-effetto sull'uso del denaro e il valore delle cose, su alimentazione e salute, economia e ambiente, democrazia e globalizzazione. I prodotti sono gli strumenti per l'organizzazione concettuale e l'interpretazione nel guardare il mondo. Questo il nostro punto di vista e il nostro contributo alla scuola e per le future generazioni».

## una bella giornata

“Bella giornata, bello il posto, belli tutti e buona la pastasciutta”, “Bellissima e istruttiva giornata. Grazie”, “Giornata piacevole, luogo incantevole, buona la compagnia. Sicuramente un’esperienza da ripetere!”. Sono alcuni dei commenti raccolti all’indomani dell’escursione di fine maggio ai ruderi di Sassoforte cui hanno partecipato oltre 100 soci provenienti dai sette territori della Sezione Est Maremma che hanno collaborato tutti insieme alla promozione dell’iniziativa con il contributo dell’asso-



ciazione sportiva dilettantistica **Sassorocca**. Sono andati a ruba le borsine riutilizzabili Coop, le bevande isotoniche **Isothè**, l’opuscolo sull’impegno ambientale di Coop e i prodotti a marchio protagonisti del pranzo finale. Con le fotografie scattate durante la passeggiata sarà allestita nel prossimo autunno una mostra fotografica e saranno

premiati con prodotti a marchio Coop le foto più belle delle tre sezioni (analogica, digitale, bianco e nero) e i disegni fatti dai bambini.

## la rosa dei candidati

Primo appuntamento, con la macchina fotografica a portata di mano, il **3 settembre** a Viterbo per immortalare il passaggio della macchina votiva della Santa. Secondo appuntamento il **19 settembre** al Punto Soci dell’IperCoop di Viterbo per la consegna delle foto e l’iscrizione al concorso. Terzo appuntamento il **6 ottobre** con l’esposizione delle foto in concorso presso la galleria del Centro Commerciale “Tuscia” di Viterbo dove, la mattina del **10**, avrà luogo la premiazione dei vincitori a cura della Sezione soci – che metterà a disposizione i premi per il secondo e il terzo classificato (il primo premio

è offerto dall’IperCoop di Viterbo) – e la degustazione di prodotti tipici del viterbese e della linea **Fior Fiore Coop**. “Una foto per rosa” e “Paesaggi della Tuscia”: si articola in due sezioni la IX edizione del concorso fotografico di Santa Rosa indetto dal Circolo Fotografico Fotocoop 2272 Sezione soci di Viterbo in collaborazione con Federazione Italiana Associazioni Fotografiche, Centro Commerciale Tuscia Ipercoop, Sodalizio Facchini Santa Rosa, Circolo Artistico Fotografico Fabrica di Roma. Un massimo di 4 scatti a sezione, digitali e non, a colori, in bianco e nero, formato 20x30.

## mi fido di te

Per il secondo anno **Unicoop Tirreno** ha partecipato alla **Festa del Cane** di San Vincenzo (LI), il 2 giugno, con un’iniziativa molto originale: trasformare gli amici a quattro zampe in assaggiatori di cibo per animali a marchio Coop, cercando poi di capire quale scatoletta ha riscosso più successo. In pratica un vero e proprio **Approvato dai cani** in formato ciotola. Tutti i partecipanti alle sfilate canine hanno ricevuto buoni sconto da utilizzare per l’acquisto pet food a marchio Coop nei supermercati di San Vincenzo, Venturina, Donoratico e Piombino. La “Festa del Cane” è stata inoltre l’occasione



Nella foto, Bella prima classificata.

per far conoscere al pubblico le numerose campagne Coop sul rispetto degli animali, come le galline ovaiole allevate a terra, la completa esclusione delle pellicce naturali e il passaggio al sintetico per tutti i capi di abbigliamento e gli accessori in vendita, il rifiuto dei test sugli animali per i cosmetici a marchio Coop, il **Dolphin Safe**, il **Friend of the Sea** (protocolli internazionali che regolano un’attività di pesca rispettosa dell’ambiente marino e delle sue forme di vita) e lo stop alle vendite di tonno rosso, ormai a rischio estinzione.

## in bolletta

Arriva nella Capitale e in provincia il servizio di pagamento delle bollette telefoniche al supermercato grazie all’accordo siglato fra Coop e **Telecom Italia** con la partnership tecnologica di TSP (Gruppo SIA-SSB), primo esempio nella Grande Distribuzione organizzata del nostro paese. Partito in via sperimentale la scorsa estate in un negozio della provincia di Siena, ora il servizio è esteso stabilmente in un centinaio di punti vendita Coop del centro Italia.

Basta presentare la bolletta Telecom Italia sulla quale è stampato un apposito codice a barre alla cassa del supermercato abilitato e, con un’operazione semplice e veloce, procedere al relativo pagamento.

È previsto l’addebito di una commissione vantaggiosa e competitiva: **0,50 centesimi** per i soci Coop - **Unicoop Tirreno**; 1 euro per i non soci. Si possono utilizzare contante, bancomat o carta di credito.

## gran premio

### Al progetto Eureka Coop assegnato il Premio dei Premi alla presenza di Giorgio Napolitano.

Premiata dalle vendite, ora ha avuto anche un riconoscimento ufficiale. La linea **Eureka Coop** – 12 oggetti di uso quotidiano per la casa trasformati dalla nuova generazione del design italiano in invenzioni utili, esteticamente piacevoli e a prezzi accessibili, approdati più di un anno fa sugli scaffali dei punti vendita Coop – si è aggiudicata lunedì 8 giugno il **Premio dei Premi** assegnato al Quirinale alla presenza di **Giorgio Napolitano** e del ministro **Renato Brunetta** a **Giulio Iacchetti**, il designer milanese che ha coordinato il progetto, e a **Domenico Brisigotti**, direttore prodotto a marchio Coop. Un premio importante, in occasione della "Giornata dell'Innovazione", per "aver saputo portare l'innovazione nel mondo della grande distribuzione attraverso progetti di uso quotidiano belli e funzionali". Dalla spugna da cucina con fessura multifunzione alla bacinella ergonomica per il bucato allo scopino da bagno che si riempie con liquido igienizzante: «una collezione unica nel suo genere che ha incontrato il favore dei soci e consumatori – spiega Brisigotti –. Per noi è stata una vera e propria scommessa partita nel 2005 quando il designer Giulio Iacchetti ci contattò per proporci uno studio progettuale su prodotti per l'uso quotidiano. L'idea di base che ci ha convinti è che l'estetica e il bello possano convivere senza che ciò comporti prezzi impossibili. Un'idea sostanzialmente in linea con la missione di Coop che è impresa ma anche associazione di consumatori». Adesso Coop sta lavorando per mettere in assortimento alcuni di questi articoli, quelli che sono piaciuti di più a soci e consumatori. (R.N.)



## la vetrina dei soci

### SPETTACOLI

**Terme di Caracalla**

**Fino al 9 agosto**

Sconto ai soci del 20% su tutte le rappresentazioni della stagione degli spettacoli 2009.

Info e vendita biglietti presso la biglietteria del Teatro dell'Opera, piazza Beniamino Gigli 7, tel. 06-481601

**Claudio Baglioni**

**15 agosto, piazza Bovio a Piombino**

**Enrico Brignano**

**17 agosto, piazza Bovio a Piombino**

Biglietti in vendita presso i box office di Livorno La Rosa, Viareggio (LU), Avenza (MS), Cecina (LI), Rosignano (LI), Follonica (GR) e presso il chiosco dell'IperCoop di Livorno.

### MOSTRE

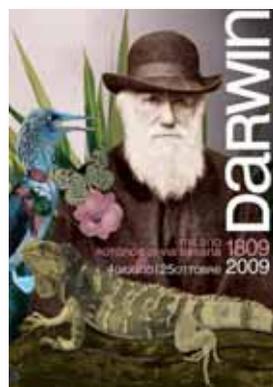
**Darwin 1809-2009**

**Milano, Rotonda della Besana**

**Fino al 25 ottobre**

Promossa dal Comune di Milano-Cultura a duecento anni dalla nascita del grande scienziato e a centocinquanta dalla pubblicazione dell'"Origine della specie", la mostra è ideata e organizzata da **Codice Idee per la Cultura** e curata da Niles Eldredge, responsabile della divisione invertebrati dell'American Museum of Natural History di New York, Ian Tattersall, direttore della Hall of Human Evolution dello stesso museo e Telmo Pievani, filosofo della scienza e esperto di teoria dell'evoluzione.

L'evento espositivo è prodotto da **Palazzo Reale, Codice Idee per la Cultura e Civita**, con la partnership di Intesa Sanpaolo, il sostegno di National Geographic Channel, Bayer e Fondazione Veronesi e la media partnership di ATM, Ferrovie dello Stato e LifeGate.



### CORSI

**Coop in forma**

Ripartono a ottobre i corsi fitness riservati ai soci Coop. Tonicanti, dimagranti, pilates, per bambini, con istruttori qualificati, a partire da 180 euro + 20 di iscrizione Uisp per i corsi base.

A Cecina, Follonica, Livorno, Campiglia, Piombino, Massa Marittima, Grosseto.

Iscrizioni a fine settembre, info numero verde 800861081.

# 25

## bat mania

**I pipistrelli, le zanzare, l'ambiente. Tutto in una bat box, in 23 punti vendita di Unicoop Tirreno.**

di Cristina Vaiani

Tutt'altro che mostriciattoli, inquietanti e pericolosi. In realtà hanno dimostrato di essere i più validi alleati dell'uomo nella battaglia finora persa contro le zanzare. Insetticidi, zampironi, piastrine, niente eguaglia l'efficienza di un pipistrello che, instancabile predatore di zanzare e insetti notturni, è capace di

farne fuori a migliaia in una sola notte senza nuocere all'ambiente e all'uomo. Alla sezione di zoologia "La Specola" del Museo di Storia Naturale dell'Università di Firenze li studiano da anni nel tentativo di conservare la specie cui appartengono – i chiroterri – che, a differenza delle zanzare, corre un serio pericolo di estinzione. Minacciati dall'alterazione dell'habitat, dall'inquinamento e dalla perdita di rifugi idonei e sicuri dove, da bravi nottambuli, nascondersi durante il giorno, hanno abbandonato le città. Ma potrebbero tornare, se solo trovassero gradito alloggio.

### living in a box

Perciò è nata la bat box, una casetta di legno progettata dagli zoologi fiorentini – in vendita già da tempo in **Unicoop Firenze** e **Coop Adriatica** e adesso anche in **Unicoop Tirreno** al prezzo di 25 euro – che si installa facilmente sulla parete esterna di casa, da sorvegliare di tanto in tanto, richiede un minimo di manutenzione. «Ci sono pervenute richieste di bat box da tutta Italia», conferma **Maura Latini**, direttore commerciale di Unicoop Firenze, la Cooperativa che per prima ha accolto e sostenuto il progetto del museo fiorentino realizzando di fatto il prodotto e destinandolo alla vendita. Ma di chi è stata l'idea?

«Tutto è partito da una scommessa fatta nel 2006 con un collega anche consigliere comunale a Fiesole: trovare un sistema per favorire la presenza dei pipistrelli in città», racconta **Paolo Agnelli**, zoologo del Museo di Storia Naturale dell'Università di Firenze. E su ispirazione del modello installato nei boschi per studi scientifici è stato messo a punto un progetto di bat box da città. Benaccolta dalla popolazione, l'idea piace a Unicoop Firenze che accetta la proposta di collaborazione sul tema avanzata dal museo fiorentino perché «coerente con i valori ambientali della Cooperativa che deve – rimarca



Latini – occuparsi dell'ambiente». E qui c'è in ballo la salvaguardia della biodiversità, di specie in via d'estinzione e la prospettiva di combattere insetti nocivi in maniera efficace e non dannosa per l'uomo e l'ambiente.

«Continuiamo a sostenere la ricerca scientifica sui chiroterri e il progetto delle bat box – conclude

Latini – attraverso la vendita di bat-magliette, quaderni per la scuola e teli da mare».

Riconfermato il contributo di Coop alla divulgazione sul territorio.

### libera scelta

Ma ai diretti interessati piace la bat box? «Il successo della bat box dipende in larga misura da dove e come viene installata», precisa Agnelli. Non che sia difficile, basta seguire le istruzioni contenute nella scatola e controllare periodicamente. Chi compra e installa la bat box ha, infatti, la possibilità di contribuire alla sperimentazione trasmettendo all'università i dati sull'andamento della situazione. «Dall'elaborazione statistica dei dati raccolti per ciascun parametro di installazione – l'altezza dal suolo e dal piano di calpestio, le ore di sole, la vicinanza di vegetazione – possiamo individuare i fattori che determinano la scelta da parte dei pipistrelli di una bat box rispetto a un'altra e perfezionare sulla base dei risultati ottenuti l'efficacia stessa delle bat box».

I ricercatori hanno, ad esempio, appurato che le preferite in assoluto sono le bat box sospese ad almeno 4 metri dal suolo dove i pipistrelli si sentono al sicuro dai predatori, che più amate dai maschi sono le più "fredde" mentre dalle femmine quelle esposte al sole per almeno 6 ore al giorno. Si rinnova quindi l'invito a inviare i dati di monitoraggio al museo dell'università tramite fax 055225325 o e-mail: batbox@unifi.it.

Info [www.msn.unifi.it](http://www.msn.unifi.it), [www.unicooptirreno.e-coop.it](http://www.unicooptirreno.e-coop.it).

In Unicoop Tirreno la bat box è disponibile negli iper di Avellino, Viterbo, Afragola, Roma Casilino, Livorno, Aprilia, Benevento, Quarto, Roma Eur e nei negozi di Viareggio, Avenza, Cecina, Rosignano Solvay, Piombino v. Gori, Guidonia, Follonica, Grosseto v. Inghilterra, Orbetello, Civitavecchia, Genzano, Pomezia, Colleferro, Roma Laurentino.

## insieme per l'Abruzzo

Non si ferma il motore solidale di **Unicoop Tirreno** nei confronti della popolazione abruzzese colpita dal sisma del 6 aprile 2009. Al 3 giugno i punti donati erano 1.789.000, per un valore economico di 35.780 euro. I soci generosi 6.207 (sempre al 3 giugno, al momento in cui si scrive, ndr). A ciò si aggiungono i bonifici bancari e alcune iniziative organizzate da dipendenti e soci nei singoli territori, come la cena a Fonteblanda (GR) o la partita di calcio a Viterbo, grazie alla quale sono stati raccolti 4.000 euro. La Cooperativa si aspetta inoltre una nuova ondata di solidarietà. Durante le assemblee per l'approvazione del Bilancio Consuntivo 2008 è stato proiettato un



video girato a L'Aquila. Protagoniste **Roberta Corridori**, responsabile Comunicazione Istituzionale di Unicoop Tirreno e **Monica Agostini**, coordinatrice d'Area Politiche Sociali, che hanno trascorso un giorno di fine maggio nel capoluogo abruzzese, incontrando soci e dipendenti di Coop. Il tutto è stato ripreso e montato dalla regista **Ivana Eriano** e il lavoro è diventata una testimonianza

toccante nella sua semplicità che allo sgomento di fronte alle rovine e alle mega tendopoli unisce la forza e l'impegno di Coop Centro Italia, la Coop presente in Abruzzo, destinataria degli aiuti raccolti dalle altre Cooperative tra cui Unicoop Tirreno.

## alla spina

Continua lo sviluppo della rete di distribuzione di detersivi "alla spina" che usa flaconi e contenitori riutilizzabili, in partnership con l'assessore all'ambiente della Regione Lazio e l'associazione **Ecologos**. Il 29 maggio scorso la macchina **Solbat Ecogoccia** è stata inaugurata anche al supermercato Coop di Guidonia, Roma. L'impianto permetterà ai clienti di acquistare flaconi da 1 litro riutilizzabili al prezzo di 0,50 centesimi cadauno e riempirli self-service con quattro tipi di detersivi Ecogoccia: lavapavimenti, sapone piatti, detersivo lavatrice e ammorbidente. Il costo

dei quattro prodotti mediamente si aggira su 1 euro al litro. Questo sistema permette notevoli risparmi dal punto di vista economico e ambientale poiché un singolo flacone per essere realizzato utilizza 239 litri d'acqua e 1,46 kWh di energie elettriche, emettendo ben 133,9 grammi di anidride carbonica nell'atmosfera. **Unicoop Tirreno** possiede già dal 2005 distributori automatici di detersivi Solbat Ecogoccia in quattro supermercati toscani (Follonica, Rosignano, Avenza, Viareggio), tre laziali (Colleferro, Civitavecchia, Guidonia) e uno in Campania, all'IperCoop di Quarto (NA).

## Benevento superstore

L'IperCoop di Benevento oggetto di una ristrutturazione per diventare Superstore. Inaugurato a ottobre 2006 il punto vendita campano viene ridotto nella superficie di vendita, passando da 5.000 a 3.000 mq. «Questa ristrutturazione rientra in un'ottica di razionalizzazione della nostra rete di vendita – spiega il direttore commerciale di **Unicoop Tirreno**, **Massimo Lenzi** –. Benevento deve continuare a svolgere un ruolo di attrattiva su una superficie che consenta, però, alla Cooperativa di essere competitiva sul territorio».

I lavori non andranno a modificare l'assortimento generi vari, mentre il reparto freschissimi sarà ristrutturato e rinforzato. La zona no food viene molto ridotta senza, però, toccare gli spazi per le campagne e le promo e una base di brico, multimedia, casa e persona. Il punto vendita di Benevento rientra inoltre nella gestione della Divisione Campania per cui, soprattutto nel settore generi vari, recepisce tutti i localismi del Progetto Sud. La guida del Superstore è affidata alla responsabile **Francesca Acheo**.

## Coop ritorna

La Cooperativa è tornata a Campiglia Marittima (LI) dove è stata presente fin dall'immediato dopoguerra con "La Proletaria". Con un Incoop aperto alle vendite giovedì 18 giugno: circa 350 metri quadrati, due casse, i reparti ortofrutta,

gastronomia, pane e pasticceria, carni, generi vari, il servizio di **Prestito Sociale**, una media annua di 8 dipendenti. Il responsabile di negozio è Sauro Ustali. Con Campiglia Marittima gli InCoop salgono a 67, di cui 39 in Toscana.

## orate dal carcere

**Colonia penitenziaria e parco naturale l'Isola di Gorgona è sede di un progetto unico al mondo: un allevamento di orate a mare aperto interamente gestito dai carcerati. Questi pesci si possono acquistare in alcuni punti vendita Unicoop Tirreno: l'ennesimo esempio di buon commercio a scopo sociale, tipico della Cooperativa.**  
**di Beatrice Ramazzotti**



Mare incontaminato, vegetazione soffice e odorosa, gabbiani sospesi nel cielo e la sensazione di trovarsi in un luogo vietato e sfuggente. A dispetto del nome e del profilo all'orizzonte, che ricorda un volto di donna emerso dalle acque, la Gorgona è un'isola di uomini. La più settentrionale delle isole dell'Arcipelago Toscano (due chilometri quadrati e mezzo di superficie, distante 18 miglia dal porto di Livorno) è una colonia penitenziaria maschile dal 1869. In media durante l'anno vi abitano duecento persone, per lo più legate al carcere: circa ottanta detenuti, una trentina di poliziotti, pochissimi abitanti, ereditieri di una manciata di case che in realtà appartengono al demanio statale. Sulle motovedette della polizia penitenziaria, che fanno la spola tra la darsena vecchia di Livorno e l'isola, invece, è un quotidiano via vai di persone: c'è il veterinario della **Asl** che presenzia alla macellazione dei bovini, l'assistente sociale (l'unica donna), l'educatore, il ragioniere, un sindacalista. Periodicamente si aggiungono i familiari dei detenuti, piccoli gruppi di turisti che possono fermarsi solo poche ore, biologi marini, agronomi e un veterinario omeopata che su Gorgona ha scritto anche un libro. Insomma qualche donna arriva, ma solo di passaggio, fatta eccezione per l'anziana signora Luisa che a Gorgona vive da sola, da sempre, per 365 giorni l'anno. La presenza umana qui è strettamente maschile dall'epoca medievale in cui l'isola era abitata dai monaci benedettini e cistercensi e prima di loro, a ritroso, dai romani e dagli etruschi che la chiamavano Urgan.

### **vale la pena**

Gli uomini lavorano senza sosta sull'isola che a quanto pare ha una missione "ora et labora" nel proprio dna, trasmessa dai monaci di un tempo ai carcerati di oggi. La colonia penale a indirizzo agro-zootecnico – così è definita – mette in pratica quanto sancito nell'articolo 27 della Costituzione, che prevede il vero recupero dei carcerati e non la loro repressione. «Per scontare la pena alla Gorgona si deve fare domanda e passare una severa selezione – spiega il direttore del carcere **Carlo Alberto Mazzerbo** –. Proprio per

la sua natura di regime aperto e autodisciplina accoglie solo detenuti con un fine pena non superiore ai 10 anni. Inoltre non si accettano tossicodipendenti e alcolizzati, stupratori, né gli appartenenti alla criminalità organizzata o chi si è macchiato di crimini verso i bambini». Chi rimane allora in questa "élite" carceraria? Persone che scontano la pena per omicidio, furto, spaccio, reati finanziari... Incrociando sulla stradina un detenuto dall'aspetto curato e gli occhiali da vista sorge l'interrogativo: reato finanziario? «No, no – assicura il direttore –. Quello è un odontotecnico». Una risposta ermetica che non fa altro che aumentare la curiosità sulla storia di quel distinto signore atterrato qui. I lamenti dei gabbiani sono rotti dai rumori delle tante attività. Ci sono detenuti che ristrutturano edifici, elettricisti, meccanici, macellai, l'addetto al pollaio – un marocchino che ride indicando un gallo nato con tre gambe – il responsabile del grande orto, un anziano cinese col cappello di paglia che sarebbe perfetto in mezzo a un risaia. **Emilio Giusti**, responsabile delle attività produttive della colonia, spiega che «Il carcere è quasi autosufficiente. I mille olivi producono l'olio necessario, il vino viene dalle nostre vigne, le verdure dall'orto e poi ci sono gli animali: galline, faraone, oche, capre, cavalli, asini, maiali, mucche Frisone, vitelli, per la produzione di latte, carne e formaggi». Ogni attività è finalizzata allo scopo didattico e produttivo. «Solo attraverso il lavoro si conosce a fondo un detenuto – è il pensiero di Mazzerbo –. Imparare un lavoro per i carcerati è anche l'unico modo per avere un futuro una volta tornati in libertà».

### **in altomare**

Il mare della Gorgona è un mare illibato. L'isola fa parte del Parco dell'Arcipelago Toscano (presieduto dal geologo e conduttore televisivo Mario Tozzi, ndr) per cui le sue acque sono interdette alla navigazione che è ammessa solo alle motovedette della polizia e alla nave **Toremor** (che però si ferma a debita distanza), vettore di merce, visitatori e alle guardie e dei pochi liberi gorgonesi. In queste acque nel 2001 è partito un esperimento unico al

mondo: un impianto di acquacoltura interamente gestito dai carcerati. A pochi metri dalla costa cinque grandi reti sommerse racchiudono orate che arrivano come avannotti e vengono alimentate con mangimi biologici, di origine non animale, privi di antibiotici; fino a quando, all'età di 16-18 mesi, sono pronte per essere pescate. È un progetto unico, nato con la collaborazione del Comune di Livorno e del dipartimento di biologia marina. Le gabbie sono fatte di rete e hanno forma cilindrica, 5 metri di diametro per 8 di altezza, saldamente ancorate al fondale marino, contengono fino a 15mila pesci ciascuna. In un anno si arrivano a pescare circa 40 tonnellate di orate: un bendidio che finora è stato consumato all'interno del carcere o distribuito nell'ambito dell'amministrazione penitenziaria. L'accordo con **Unicoop Tirreno** permette oggi a questo ottimo pesce di allevamento, ma con tutte le caratteristiche di un pescato di altura, di arrivare sui banchi dei supermercati Coop dotati di pescheria delle province di Livorno (Livorno, Rosignano, Cecina, Venturina, San Vincenzo, Piombino, Portoferraio) e Grosseto (Follonica). Un'esclusiva che permette di valorizzare un prodotto di alto livello e a Km zero arricchendolo di contenuto sociale, volto a ridare dignità e opportunità di lavoro ai carcerati. Un progetto che si affianca a quello dei vini prodotti all'interno della casa circondariale di Velletri (Roma) e presenti in Unicoop Tirreno dal 2004 con l'etichetta "Il Fuggiasco".

#### ai quattro venti

Intorno alle gabbie, su una barchetta, due detenuti con le braccia tatuate spargono il mangime per le orate. L'acquacoltura a Gorgona impegna quattro uomini che hanno preso anche il brevetto di subacquei perché le reti devono essere controllate continuamente e protette dai pesci predatori (come i barracuda o la ricciola). La visita piena di curiosità a quest'isola in balia di tutti i venti nominati nella Rosa si chiude con un passaggio davanti alla torre mozzafiato del XIII secolo, che domina a picco su Cala di Pancia, e al piccolo cimitero dove riposa anche un ex carcerato che nel testamento chiese di tornare a Gorgona. I saluti sono farciti da frasi al condizionale: il desiderio di vendere i prodotti all'esterno, puntare sul turismo, coltivare erbe aromatiche, impiegare i cavalli avellinesi nella raccolta differenziata dei rifiuti. «Potremmo avere energia pulita con impianti fotovoltaici ed eolici e tornare a produrre gli avannotti qui sull'isola. Un nuovo progetto prevede anche la creazione di una nursery per le creature marine e un allevamento di pesci tropicali. Speriamo...», conclude Mazzerbo. La motovedetta aspetta sul piccolo molo, col suo carico di uomini e buona volontà. Per un'ora, fino al porto di Livorno, la nausea da mare grosso prenderà il sopravvento sullo stupore e l'emozione di aver scoperto un luogo tanto affascinante quanto struggente, dall'anima di donna e dalla natura maschile. ■

Per visitare l'Isola di Gorgona [www.visitagorgona.it](http://www.visitagorgona.it)  
tel. 0586884154

**Il respiro di Gorgona** di Marco Verdone, il veterinario omeopata che si occupa degli animali presenti sull'isola. Libreria Editrice Fiorentina, pp.160, 12 euro.

## attrazione locale

### Due progetti in Lazio e Campania per la valorizzazione dei prodotti del territorio.

**Lazio** Si chiama **Lazio Qualità Spese bene** ed è un progetto di valorizzazione dei prodotti laziali nato dal rapporto con **ARSIAL** (Agenzia Regionale per lo Sviluppo e l'Innovazione dell'Agricoltura del Lazio). Oltre 1.400 prodotti – dal pane al vino, dall'acqua alla frutta – garantiti nella loro origine laziale, riconoscibili da qualche settimana in tutti i punti vendita di **Unicoop Tirreno** da un logo blu che accompagna l'etichetta. E in quelli di Guidonia, Roma Laurentino e Roma Casilino l'iniziativa è accompagnata dall'allestimento di appositi spazi con il massimo raggruppamento dei prodotti "Lazio Qualità". Un'ulteriore prova che l'impegno commerciale di Unicoop Tirreno va di pari passo con l'attenzione al territorio e alle produzioni locali. (R.N.)



**Campania** La pasta di Gragnano, il vino Lacrima Christi del Vesuvio, il Provolone del Monaco, i pomodori di Sorrento, i limoni della Costiera Amalfitana. **Campania in Tavola** promuove fino al 15 luglio 130 prodotti tipici di 35 aziende del territorio campano negli Iper di Quarto, Afragola, Benevento e Avellino. L'iniziativa, siglata attraverso un protocollo di intesa con la Regione Campania per la promozione di prodotti tipici e per la valorizzazione delle aziende locali, proseguirà con una serie di successive promozioni – sempre di produzioni locali riconosciute con Dop e Igp – da agosto a novembre negli stessi punti vendita. Esposizione dei prodotti, degustazioni, attività di divulgazione delle tipicità del territorio, molte delle quali sono già o resteranno in assortimento continuativo al termine del periodo promozionale. (C.V.)

## via libera

**A rischio la liberalizzazione della vendita dei farmaci da banco. Le proposte di Coop per sviluppare ulteriormente un settore che ha fatto risparmiare milioni di euro ai consumatori e creato migliaia di nuovi posti di lavoro.**  
di Aldo Bassoni

«La situazione è paradossale – commenta **Aldo Soldi**, presidente di **Ancc-Coop** – perché stiamo parlando di un settore riorganizzato da appena tre anni con indubbi benefici sui prezzi, il servizio e l'occupazione mentre nessuno dei rischi a suo tempo paventati si è realizzato: non una farmacia ha chiuso e i consumatori non si sono abbuffati di farmaci a poco prezzo». Il paradosso ha la forma di ben 4 disegni di

legge che, in diversa misura e con qualche distinguo, mirano a ridimensionare fino anche ad azzerare la vendita dei farmaci da banco nella Grande Distribuzione e nelle parafarmacie. Eppure dalla liberalizzazione della vendita dei farmaci da banco ci hanno guadagnato tutti, in particolare i cittadini, grazie a una sana competizione in un mercato fino a due anni fa immobile.

### **L'onore dei prezzi**

Di fatto si è innescato un trend sostenuto di crescita dei circuiti alternativi alla farmacia: oltre 2.700 tra corner della Grande Distribuzione e parafarmacie con conseguenti nuove opportunità di lavoro per oltre 6.000 farmacisti (solo negli 89 **Coop Salute** hanno trovato posto circa 270 persone). E dal 15 giugno c'è un altro farmaco a marchio Coop a far compagnia all'acido acetilsalicilico sugli scaffali dei Coop Salute. Si tratta del paracetamolo, un antipiretico la cui marca leader in commercio è la famosa tachipirina. È disponibile in confezioni da 20 compresse contenenti 500 milligrammi di principio attivo al prezzo di 1,50 euro, meno della metà del prezzo del farmaco leader venduto nei corner Coop a 3,07 euro, mentre nelle farmacie costa addirittura 4 euro. «Rispetto ai prezzi medi praticati dalle farmacie tradizionali – spiega **Vincenzo Tassinari**, presidente del consiglio di gestione di **Coop Italia** – il consumatore ha goduto nel 2008 di un risparmio sul solo farmaco di oltre 9 milioni di euro che, aggiunti ai 4 milioni risparmiati anche sul parafarmaco, diventano 13 milioni di euro». Insomma Coop ha dimostrato di poter perseguire la salvaguardia del potere d'acquisto delle



famiglie anche sul tema salute. «Se consideriamo solo l'acido acetilsalicilico e l'acido ascorbico Coop – osserva Tassinari – possiamo dire che dalla sua uscita a dicembre 2008 i nostri consumatori hanno risparmiato circa 600mila euro rispetto all'acquisto dello stesso prodotto nelle farmacie tradizionali». C'è anche da dire che proprio i settori toccati dalla liberalizzazione hanno visto un

taglio dei prezzi notevole che per i farmaci da banco è stato mediamente dell'11 per cento.

### **non c'è due senza tre**

E allora perché si vuole tornare indietro? «La posizione di Coop è che la liberalizzazione dovrebbe essere ulteriormente sviluppata – risponde Soldi –. È importante mantenere una pluralità di canali a disposizione dei consumatori, perché questo aumenta il servizio e introduce positivi elementi di concorrenza sia sui prezzi che sull'offerta più in generale». Dunque, anziché ridimensionare la distribuzione dei farmaci per ricondurla tutta o quasi all'interno del circuito delle farmacie ripristinando le solite vecchie rendite di posizione a scapito dei cittadini che pagano, Coop propone di istituire tre canali distributivi: «Le farmacie il cui ruolo non è ovviamente in discussione e che continuano a distribuire tutti i farmaci – chiarisce Soldi –, le parafarmacie e i corner previsti dalla legislazione attuale che, con la presenza del farmacista, possano distribuire non solo Otc e Sop ma anche altri farmaci della fascia C non a carico del Servizio Sanitario Nazionale, infine un elenco più limitato di medicinali stabilito dall'**Aifa** (Agenzia italiana del farmaco), vendibile anche senza la presenza obbligatoria del farmacista». Questa posizione è condivisa da altre organizzazioni della distribuzione (Confcommercio, Federdistribuzione, Conad) tant'è che Coop ha messo in cantiere iniziative congiunte verso governo e parlamento. Anche perché è evidente che nessun settore può vivere in una prolungata incertezza normativa. ■

# CONVENIENZA COOP. LA TUA MIGLIORE ALLEATA CONTRO IL CAROVITA.



## **Coop vuol dire convenienza.**

Anche nel 2009, la più grande Cooperativa di consumatori italiana è pronta a garantirti il massimo del risparmio per la tua spesa di tutti i giorni.

Con Unicoop Tirreno avrai sempre la possibilità di scegliere tra offerte e premi di ogni tipo:

- **Solo per i Soci**
- **Per i Soci che vogliono fare la spesa con i punti del collezionamento**
- **Per i Soci che utilizzano i punti per ottenere i premi del catalogo**
- **Per tutti i consumatori**

Consulta il sito **[www.unicooptirreno.e-coop.it](http://www.unicooptirreno.e-coop.it)** per conoscere tutti i premi e le offerte settimanali e mensili. E buona convenienza.



# SOLO PER I SOCI: TANTA

Ogni quindici giorni tantissimi prodotti

dall'1 al 15 luglio



**MASSIMO 3 conf.**  
PER OGNI CARTA

**SCONTO 30% ALLA CASSA**

**SUINO BISTECHE 1° TAGLIO**  
• CONFEZIONE FAMIGLIA



**SCONTO 40% ALLA CASSA**

**MELONE**  
• ORIGINE ITALIA



**MASSIMO 5 conf.**  
PER OGNI CARTA  
FRA I VARI GUSTI

**YOGURT ALLA FRUTTA 100% NATURALE YOMO**  
• gusti assortiti - 125 g x 8

**€ 2,75**



**MASSIMO 4 pezzi**  
PER OGNI CARTA

**GAMBERONI GIGANTI INDOPACIFICI ALLOGEL**  
• 1 kg

**€ 4,99**



**MASSIMO 6 pezzi**  
PER OGNI CARTA

**OLIO EXTRA VERGINE DI OLIVA FARCHIONI**  
• 1 litro

**€ 2,99**



**MASSIMO 6 bottiglie**  
PER OGNI CARTA

**CAPSULA VIOLA IGT TOSCANA ANTINORI**  
• 75 cl

**€ 2,90**  
il litro € 3,87



**QUESTO PRODOTTO NON È DISPONIBILE IN ALCUNI PUNTI VENDITA**  


**MINICALZE UOMO/DONNA SERGIO TACCHINI**  
• 100% cotone - conf. x 3

**€ 4,90**



**QUESTO PRODOTTO NON È DISPONIBILE IN ALCUNI PUNTI VENDITA**  


**MOBILETTO PER RACCOLTA DIFFERENZIATA**  
• 100% resina

**€ 39,00**



# CONVENIENZA IN ESCLUSIVA.

otti in offerta speciale.

dal 16 al 31 luglio

**MASSIMO**  
3 conf.  
PER OGNI CARTA



**CORDON BLEU**  
SOLUZIONI COOP  
• CONFEZIONE FAMIGLIA  
1 kg

**SCONTO**  
**40%**

**MASSIMO**  
10 conf.  
PER OGNI CARTA



**PESCHE NETTARINE GIALLE**  
• 2 kg

**SCONTO**  
**40%**



**MASSIMO**  
6 pezzi  
PER OGNI CARTA  
FRA I VARI TIPI

**SCONTO**  
**30%**

**AFFETTATI PARMACOTTO**  
• prosciutto crudo - 120 g  
• prosciutto cotto - 130 g  
• mortadella Bologna - 130 g  
• fesa di tacchino - 140 g



**MASSIMO**  
6 pezzi  
PER OGNI CARTA

**LEERDAMMER**  
• 400 g

**€ 2,99**  
il kg € 7,48

**SCONTO**  
**40%**

**KELLOGG'S SPECIAL K CLASSIC**  
• fiocchi di frumento integrale e riso - 750 g

**€ 2,99**

anziché € 4,99  
il kg € 3,99



**MASSIMO**  
5 pezzi  
PER OGNI CARTA



**MASSIMO**  
3 conf.  
PER OGNI CARTA  
FRA I DUE TIPI

**DENTIFRICIO MENTADENT**  
• microgranuli/white system  
100 ml x 3

**€ 3,90**

il litro € 13,00



QUESTO PRODOTTO  
NON È DISPONIBILE  
IN ALCUNI PUNTI  
VENDITA  
**coop**

**ASCIUGA TUTTO**  
TENERELLA BIG  
• 800 strappi

**€ 2,90**

QUESTO PRODOTTO  
NON È DISPONIBILE  
IN ALCUNI PUNTI  
VENDITA  
**coop**

**MOKA BIALETTI 3 TAZZE**  
• in alluminio

**€ 11,50**





# PUNTI COLLEZIONAMENTO: SE LI SPENDI QUI, VALGONO DOPPIO.



Se acquisti uno di questi prodotti, ogni 100 punti avrai uno sconto di 2 € anziché di 1. Approfittane subito.

dall'1 al 31 luglio



### ACCAPPATOIO IN MICROSPUGNA GABEL

- tinta unita - colori assortiti

**€ 23,50**

oppure  
**11,50 € + 600 punti**



**MASSIMO  
4 pezzi  
PER OGNI CARTA  
FRA I VARI GUSTI**

### CARTE D'OR ALGIDA

- gusti assortiti

600 g

**€ 2,50**

il kg € 4,17

oppure  
**1,50 € + 50 punti**



### CARAFFA FILTRANTE PER ACQUA BRITA MARELLA

- 2,4 litri - 1,4 acqua filtrata
- indicatore elettronico sostituzione del filtro - riduce il calcare, il cloro, il piombo ed i pesticidi contenuti nell'acqua del rubinetto

**€ 17,50**

oppure  
**9,50 € + 400 punti**

### POCHETTE ESTATE BADEDAS

- 1 bagnoschiuma
- + 1 docciaschiuma
- + 1 sapone liquido
- + 1 ricarica sapone liquido profumazioni assortite

**€ 5,40**

oppure  
**3,40 € + 100 punti**



**MASSIMO  
3 conf.  
PER OGNI CARTA  
FRA I VARI TIPI**



**LCD  
2,4"**

### LETTORE MP3 VIDEO PLAYER 4 GB LG

- Mod. FM37
- menù a schermo Touch Screen
- riproduzione video, musica, foto e testo - batteria ioni di litio ricaricabile - videogiochi integrati - connessione USB 2.0

**€ 59,00**

oppure  
**39,00 € + 1000 punti**



### MACCHINA PER CUCIRE ELETTRICA TOYOTA

- Mod. JSA21
- punti cucito: 21
- operazioni cucito: 26
- asolatore automatico 4 fasi
- attaccatura bottoni
- inserimento cerniere
- punto tagliacuci

**€ 99,00**

oppure  
**79,00 € + 1000 punti**

**GARANZIA  
TOYOTA 3 ANNI**



### LETTINO RECLINABILE IN 2 POSIZIONI

- acciaio verniciato
- tessuto textilene

**€ 19,00**

oppure  
**11,00 € + 400 punti**



# PUNTI COLLEZIONAMENTO: SCELTI PER TE DAL CATALOGO 2009-2010

Per conoscere tutti i premi:  
[www.unicooptirreno.e-coop.it](http://www.unicooptirreno.e-coop.it)



Diventa anche tu protagonista di un universo incantato che offre emozioni e relax, con attrazioni straordinarie che affascinano grandi e piccoli, famiglie e ragazzi. Lasciati conquistare dall'allegria di Bimbopoli, la città dedicata ai bambini, affronta ottovolanti adrenalinici o "formato famiglia", sfida le rapide di un fiume impetuoso e l'ira di un vulcano millenario. Scopri le insidie del villaggio fantasma ed i pericoli di una New York avvolta nel mistero. Lasciati stupire da coinvolgenti spettacoli dal vivo e rilassati in una verde oasi fiorita.

Nel corso della stagione 2009 sarà presentata un'eccezionale novità: iSpeed, il roller coaster che ti farà provare le stesse sensazioni dei piloti della Formula 1.

Mirabilandia è un magico mondo dove il divertimento raddoppia, grazie alla promozione "Il giorno dopo entri gratis!".



## 1.500 punti

### INGRESSO MIRABILANDIA PER 2 GIORNI CONSECUTIVI

Buono valido per il ritiro gratuito di 1 biglietto di ingresso individuale al Parco di Mirabilandia per la stagione 2009 o 2010. Il biglietto è valido per l'accesso al Parco per due giorni consecutivi (promozione "Il giorno dopo entri gratis!"). Ricorda di verificare il regolamento della promozione all'ingresso. Il biglietto non include l'ingresso all'area Mirabilandia Beach.

I bambini di statura inferiore a 100 cm entrano GRATIS.

Il buono potrà essere utilizzato per la stagione 2009 o 2010. La stagione 2009 ha inizio il 9 aprile. Il calendario completo di apertura stagionale è consultabile sul sito [www.mirabilandia.it](http://www.mirabilandia.it)

Per informazioni: 0544/561156  
[mirabilandia@mirabilandia.it](mailto:mirabilandia@mirabilandia.it)

[www.mirabilandia.it](http://www.mirabilandia.it)

Mirabilandia - S.S. 16 Adriatica, km 162  
Località Mirabilandia - Savio - Ravenna.



**Aquafan** è il più famoso acquapark d'Europa.

Nei suoi 90 mila mq ricchi di giardini rigogliosi, Aquafan offre emozioni senza fine con i suoi giochi d'acqua, le animazioni, gli spettacoli, gli eventi speciali e gli oltre 3 km di scivoli. L'estate non è estate senza Aquafan.

**AQUAFAN: aperto tutti i giorni dal 1 giugno al 13 settembre 2009 e stagione 2010.**



## 1.200 punti

### INGRESSO AQUAFAN PER 2 GIORNI CONSECUTIVI

Buono valido per l'acquisto gratuito di 1 biglietto ingresso individuale "il giorno dopo entri GRATIS!". I bambini fino a 5 anni entrano GRATIS!





# PUNTI COLLEZIONAMENTO: SCELTI PER TE DAL CATALOGO 2009-2010



Per conoscere tutti i premi:  
[www.unicooptirreno.e-coop.it](http://www.unicooptirreno.e-coop.it)



**WaterParks**

## Acqua Village, Il Villaggio del divertimento.

A Cecina ed a Follonica, due parchi acquatici che diventano un unico grande villaggio dove puoi trovare divertimento, relax, e aria di vacanza. Centinaia i metri di scivoli che ti mozzeranno il fiato! Kamikaze, Anaconda, Surfing Hills e Treccia Twister ti porteranno, da 15 metri di altezza, in una galassia di spruzzi e freschezza. Per un mare di piacere la nuova zona relax Fun Island con i suoi idromassaggi e per chi vuole il piacere delle onde le piscine con più di 1.500 m3 di acqua e onde da capogiro.

Divertimento a tutto campo poi con il beach volley, il balilla umano, il calcio saponato, la sala giochi, i tappeti elastici e la Beach Arena di Follonica con i suoi tornei di beach soccer. La vasca centrale per i più piccini è teatro di mille giochi d'acqua interattivi in sicurezza, assieme ai nostri animatori, con tornei e mini club, premi e gadget.

Acqua Village, il villaggio del divertimento. Stai con noi, divertiti.



**600 punti**

**1 INGRESSO ADULTO  
ACQUA VILLAGE**

Buono valido per il ritiro gratuito di 1 biglietto di ingresso adulto individuale ai Parchi acquatici Acqua Village per la stagione 2009 o 2010. I bambini max 3 anni entrano GRATIS.

**Il buono potrà essere utilizzato per la stagione 2009 o 2010.**

La stagione 2009 ha inizio il 14 giugno e finirà il 10 settembre.

La stagione 2010 avrà inizio il 12 giugno e finirà il 12 settembre.

Per informazioni:

Acqua Village Cecina (LI): Via Tevere, 25 - Tel. Fax 0586 622539

Acqua Village Follonica (GR): Via Sanzio, Zona Capannino

Tel. Fax 0566 263735

[www.acquavillage.it](http://www.acquavillage.it) - [info@acquavillage.it](mailto:info@acquavillage.it)



**Cecina & Follonica**

[www.acquavillage.it](http://www.acquavillage.it)



# PER TUTTI I CONSUMATORI

Segui questo marchio,  
trova la convenienza.

**Scegli i prodotti contrassegnati dal marchio rosso "2009 Dalla tua parte noi".**

Lo trovi sui prodotti freschi e su quelli a marchio Coop che ti garantiscono il massimo della convenienza.

**20% in meno su 100 prodotti a marchio Coop.**

I prodotti che compri abitualmente, quelli più importanti per la tua spesa quotidiana.

**I prodotti di stagione.**

Ogni settimana scegli tra sei prodotti freschi di stagione in offerta: quattro di ortofrutta e due di macelleria. Così ci guadagni due volte, in gusto e in risparmio.

**Coop è dalla tua parte ogni giorno, anche così.**

PER CONOSCERE  
I TANTI PRODOTTI IN OFFERTA:  
**[WWW.UNICOOPTIRRENO.E-COOP.IT](http://WWW.UNICOOPTIRRENO.E-COOP.IT)**



# Con LINEAR il risparmio è assicurato. Per i Soci Coop è anche premiato.

Con LINEAR puoi risparmiare fino al 40% sull'RC Auto\*. In più, come Socio Coop potrai avere fino a 2.500 punti fedeltà Coop in regalo per la tua Raccolta. Nel 2008 LINEAR ha già regalato ai Soci Coop oltre 27.000.000 di punti. Che aspetti? Unisciti alla tribù LINEAR.



Una compagnia di:



UNIPOL  
GRUPPO  
FINANZIARIO

\* Percentuale di risparmio calcolata confrontando i premi pubblicati da QUATTRORUOTE nel mese di novembre 2008, sullo speciale Assicurazioni Auto.

**Chiama gratis 800 375445 o clicca [www.linear.it/coop](http://www.linear.it/coop)**

Iniziativa valida solo per le Cooperative aderenti e nel periodo di validità dei rispettivi collezionamenti

# un'estate al male

**Scottature ed eritemi, ma anche lesioni da tracine, meduse, ricci di mare e punture di insetti.**

**Tante piccole e grandi insidie che possono rovinare una tranquilla giornata al mare.**

**di Barbara Bernardini**

salute



È scientificamente dimostrato che l'esposizione moderata al sole è in grado di aumentare la produzione delle "molecole del benessere", come serotonina e dopamina, due neurotrasmettitori che agiscono positivamente sul sistema nervoso. Il sole può regalare anche alla pelle più problematica, acneica o affetta da psoriasi, un aspetto migliore e più sano, per non parlare del bellissimo colore ambrato che la pelle assume sotto il sole. Ma se è vero che la vacanza – o una giornata – al mare è un toccasana, è vero anche che a volte basta qualche piccolo imprevisto per trasformare il paradiso in un inferno. E dalla sdraio si passa all'ambulatorio medico a causa di tante piccole "sorpresa" che il sole, la spiaggia, il mare possono riservare.

## **alta protezione**

Ecco allora un vademecum per affrontare in tranquillità e relax le vacanze estive, a cominciare dall'esposizione al sole che, va da sé, dovrebbe essere fatta in modo intelligente, con adeguata protezione ed evitando le ore centrali della giornata. «Le scottature non sono l'unico problema causato dal sole – spiega **Antonio Del Sorbo**, dottore di ricerca in dermatologia sperimentale e professore presso l'Università degli Studi di Salerno –. Noi dermatologi vediamo ogni estate un netto aumento dei casi di fotodermatosi, un gruppo di patologie legate alla scorretta esposizione al sole. Si va dall'orticaria solare a reazioni fototossiche o fotoallergiche fino all'acne aestivalis, un'eruzione cutanea che somiglia all'acne e che è provocata invece dal sole» L'indicazione è quindi, per tutti, di utilizzare adeguata protezione in base alle proprie caratteristiche fisiche, il cosiddetto "fototipo". «Per i bambini molto piccoli vanno usati prodotti specifici possibilmente consigliati dal proprio dermatologo di fiducia – chiarisce Del Sorbo –. Ma per il benessere della pelle sotto il sole bisogna fare attenzione anche ai prodotti che si utilizzano per difendersi da insetti, zanzare, tafani e moscini, ospiti comuni e indesiderati di molte spiagge in Italia e nel mondo». Non è inusuale, infatti, che un prodotto utilizzato per difendersi da una semplice puntura di zanzara crei più fastidi di quanto non ne procurerebbe la zanzara stessa. «La maggior parte dei repellenti per insetti in commercio – continua Del Sorbo – sono stati creati per essere usati nelle ore serali. La presenza di sostanze come citronello e geraniolo, può essere la causa di reazioni fotoallergiche o fototossiche». Bisogna quindi prestare attenzione a che cosa si spalma sulla cute verificando sempre che siano prodotti non foto-sensibilizzanti.

## **crème de la crème**

Unti e spalmati della crema adeguata ci si può allora concedere un bagno in mare dove, però, si può incontrare qualche non grave ma insidioso pericolo. Dalle meduse ai ricci di mare, dalle tracine alle razze, il mare pullula di animali capaci di trasformare una risata tra le onde in una straziante smorfia di dolore. Complice il cambiamento

climatico che riscalda progressivamente le acque del Mediterraneo, l'invasione estiva delle meduse pare ogni anno più abbondante con il risultato che le lesioni della pelle dovute ai tentacoli urticanti sono sempre più frequenti. Dal contatto con questi animali ci si può difendere indossando una muta quando si praticano sport acquatici, ma per il comune bagnante sono utili specifiche creme solari di ultima generazione. Riprende Del Sorbo: «Sono dei veri e propri dispositivi medici le nuove creme solari che contengono sostanze in grado di ridurre l'irritazione in seguito al contatto con le meduse. Le sostanze impiegate in queste creme sono, ad esempio, estratti di plancton». Nel caso, però, di un malaugurato incontro ravvicinato con gli abitanti gelatinosi del mare la prima cosa da fare è lavare abbondantemente la parte interessata con acqua di mare. I tentacoli, infatti, contengono piccole cisti urticanti che, a contatto con l'acqua dolce, esploderebbero rilasciando più molecole urticanti e aumentando il dolore e l'irritazione. «Rimedi comuni come aceto e ammoniaca possono indubbiamente essere utili per un primo pronto soccorso – aggiunge Del Sorbo –, ma, se la lesione è estesa, meglio ricorrere al medico che prescriverà antistaminici e cortisonici secondo il caso».

### **ogni riccio un capriccio**

Camminando nell'acqua è bene anche fare attenzione a dove si mettono i piedi, specialmente in prossimità degli scogli. Se, infatti, le tracine – il cui aculeo velenoso provoca un forte dolore – sono dotate di un tale mimetismo da non poter essere viste, lo stesso non vale per i riccio di mare che sono ben visibili in prossimità degli scogli e che pure rappresentano una delle maggiori cause di incidenti estivi. Basta uno scivolone su uno scoglio affollato di ricci per vedere rovinata un'intera vacanza. Le spine dovrebbero essere rimosse con cautela perché tendono a rompersi e l'infezione del sito di lesione è molto frequente. Quasi sempre è necessario far vedere la ferita al medico per valutare opportunamente l'impiego di antibiotici e cortisonici. A differenza del riccio l'aculeo dorsale della tracina inietta un veleno che è sensibile al calore. Gli esperti raccomandano l'immersione dell'arto colpito in acqua calda (non bollente) per 30 minuti per denaturare la tossina e ridurre il dolore. Ma la soluzione ottimale per prevenire questi incidenti è semplicemente indossare un paio di sandali di gomma.

### **fai da te**

Passati indenni dalle scottature, dalle zanzare, dalle meduse e dalle tracine si può stare tranquilli a prendere un po' di sole sull'arenile? Pare di sì, ma con un occhio di riguardo, soprattutto per i bambini in cui «lo sfregamento della sabbia può creare microabrasioni e conseguente lesione da trattamento – avverte Del Sorbo –. Il costume continuamente bagnato e l'ambiente caldo umido della battigia possono favorire le infezioni in questi siti con arrossamenti e bruciori che nei piccoli possono essere causa di forte disagio». Basta un po' d'attenzione dunque, ma in previsione di qualche piccolo inghippo gli esperti raccomandano di non dimenticare a casa il nécessaire del bravo turista: una busta con termometro, garze, disinfettante, creme solari, pomata cortisonica, antistaminico, antifebbrile, stick di ammoniaca, e tutti quei piccoli rimedi fai-da-te per tornare a sorridere dopo il "mal di mare"...

### **PRONTO SOCCORSO**

**Ecco che cosa fare contro le insidie da spiaggia.**

**Eritemi e scottature** Applicare una crema specifica lenitiva dopo sole e fare impacchi freschi. Su prescrizione del medico si applicano cortisonici locali.

**Punture di insetti** Evitare di grattare la cute irritata, applicare una crema antistaminica (non esporre la cute trattata col farmaco al sole), usare un repellente non foto-sensibilizzante.

**Lesioni da meduse** Ogni anno si registrano nel mondo più di 50 milioni di casi di lesioni da meduse di varie specie. È importante risciacquare con acqua di mare, anche raschiando leggermente con un qualsiasi strumento liscio (non graffiare!) per asportare quante più nematocisti possibile, applicare aceto o ghiaccio, successivamente una pomata cortisonica. Evitare assolutamente di toccare gli occhi con le mani con cui si maneggia la lesione. Se la lesione è estesa consultare il medico.

**Ricci di mare** Togliere con attenzione gli aculei, evitarne la frammentazione, disinfettare il sito di lesione e tenerlo asciutto e aperto. In caso di infezione utilizzare un antibiotico locale o farmaci su prescrizione medica.

**Tracine e scorfani** Se possibile, immergere l'arto per almeno 30 minuti in acqua molto calda, successivamente applicare cortisonici. In alternativa applicare ghiaccio e pomata cortisonica. Assumere analgesici sotto controllo medico per il controllo del dolore.

**Irritazioni da sabbia (o costume)** Tenere la zona asciutta e pulita e quanto più possibile all'aria evitando il ristagno di umidità. Applicare una crema lenitiva. All'occorrenza cortisonico e antibiotico o antimicotico prescritto dal medico se sopraggiunge un'infezione.

### **INFO**

Informazioni e spiegazioni illustrate sulle affezioni della pelle sul sito [www.ildermatologorisponde.it](http://www.ildermatologorisponde.it) curato dal Dottor Antonio Del Sorbo. Si possono rivolgere domande all'indirizzo [info@ildermatologorisponde.it](mailto:info@ildermatologorisponde.it).

Centro Diagnostico Italiano. Per avere assistenza e consulenza gratuita in medicina del turismo, ogni giorno fino a fine settembre, dalle 12.30 alle 14.30 e dalle 19 alle 21 si può telefonare allo **0248317304**.

[www.tox.it](http://www.tox.it) è il sito che riporta gli interventi da eseguire per le lesioni da insetti e pesci velenosi.

## i piaceri della carne

Arriva dal congresso della Società Italiana di Endocrinologia la notizia che la dieta mediterranea sarebbe in grado di migliorare la vita sessuale femminile. Lo studio, condotto dal Centro di ricerche cliniche della Divisione di malattie del metabolismo della Seconda Università di Napoli, ha evidenziato che frutta, verdura, carne e condimenti sani sono in grado di regalare alle donne una vita sessuale più lunga e soddisfacente. Un motivo in più per promuovere la diffusione della dieta nostrana, non per niente considerata nel mondo l'alimentazione per eccellenza del benessere.

## grande madre

Le madri obese non dovrebbero guadagnare peso in gravidanza. Lo sostiene una ricerca del National Research Council americano effettuata su 232 future madri obese, una parte delle quali sottoposta a controllo alimentare durante i nove mesi di attesa. Chiarissimi i risultati: l'aumento contenuto del peso corporeo già eccessivo in partenza (non superiore ai 6 kg) ha favorito la salute di madre e figlio, una riduzione delle gestosi, del diabete e una riduzione del peso del nascituro, oltre alla minore mortalità fetale. Un risultato che sottolinea ancora una volta la necessità del controllo alimentare soprattutto nelle fasi più delicate della vita.

## alle donne piacciono le bionde

Il numero dei fumatori è tornato a salire. Dal convegno di oncologia clinica (Asco) di Orlando l'oncologo Giorgio Scagliotti dell'Università di Torino dichiara che dopo lo stop completo alle sigarette occorrono circa 10-15 anni per ripulire i polmoni dall'effetto del fumo, causa di uno dei tumori più temibili, dato che l'80 per cento dei pazienti non sopravvive e la sopravvivenza a 5 anni è del 14 per cento. Preoccupante anche il crescente numero di casi tra le donne. Un invito per tutti, anche i recidivi, ad abbandonare per sempre le "bionde".



## i dieci comandi...

...per stare bene a tavola e in vacanza.



Le vacanze potrebbero essere l'occasione giusta per regolare le abitudini alimentari e migliorare lo stile di vita. Sono sufficienti un po' di movimento fisico, da una semplice passeggiata a qualunque altra forma di impegno muscolare – purché adeguato all'età – e alcune buone regole da portare in tavola.

**Riscoprire il piacere e l'importanza della prima colazione** In vacanza si può recuperare l'abitudine di una vera prima colazione. Quanto è stato tolto al pranzo a causa dei frenetici ritmi lavorativi deve essere anticipato a colazione e non posticipato a cena.

**Adottare almeno a pranzo il "piatto unico"** Meglio un primo o secondo piatto con verdure o frutta che le mezze porzioni che lasciano insoddisfatti. Non ripetere a cena le scelte del pranzo ma integrarle (se pasta a pranzo, un secondo a cena e viceversa).

**Più verdure e più frutta** Aumentare i vegetali è una necessità dei tempi (saziarsi senza ingrassare) e un consiglio protettivo (fibre, antiossidanti, vitamine e minerali). Verdure e frutta apportano anche molta acqua biologica contro la disidratazione da calore.

**Almeno due porzioni alla settimana di pesce** Va bene qualsiasi specie di pesce fresco (anche qualche frittura, se il ristorante offre garanzie su qualità e ricambio dell'olio); in montagna o al rientro in città orientarsi anche sul surgelato o sui prodotti di acquacoltura.

**Riscoprire aromi e spezie** Aglio, cipolla, capperi e quant'altro offre in abbondanza la natura, soprattutto in Italia.

**Meno sale nel piatto** Usiamo troppo sale e l'eccesso di sodio è sconsigliabile per chiunque e non solo per ipertesi e cardiopatici. Aromi e spezie aiutano a salare meno.

**Bere più acqua** Un bicchiere di acqua o una spremuta di frutta al mattino sono un'ottima abitudine da conservare anche al rientro in città. Imparate a leggere l'etichetta delle acque minerali.

**Meno superalcolici e più moderazione con vino e birra** Passi un bicchiere di vino o di birra ai pasti, piano invece con aperitivi, digestivi e superalcolici. Adagio anche con le bevande dolcificate.

**Il gelato è un vero e proprio alimento** Utilizzarlo quindi come spuntino, al posto di toast o pizzette oppure come snack di facile digestione per chi vuole fare sport o il bagno senza attendere tre ore.

**Ogni giorno un po' di latte o yogurt o formaggi** Un buon apporto di calcio "biodisponibile" è utile, non solo nella prevenzione e controllo dell'osteoporosi. Ogni giorno scegliere la fonte di calcio più adatta alle proprie esigenze (latte o yogurt parzialmente scremati e ricotta fresca per chi è in sovrappeso, meno formaggi stagionati per gli ipertesi).

# messi all'indice

**Indici, classifiche, graduatorie. Pubblicate su giornali e periodici specializzati, dovrebbero assegnare alle insegne distributive la pagella della convenienza. Peccato che la maggioranza delle rilevazioni dei prezzi non sia vera. "Inattendibili e inaffidabili", le giudicano gli studiosi più seri, "quando non eseguite su base provinciale e confrontando canali di vendita omogenei".**

**Ecco dove stanno i trucchi di un malcostume che ha preso piede.**  
di **Claudio Strano**

Non sbagliarsi con i prezzi. È il primo comandamento della massaia, la regola aurea del commerciante. L'imperativo – così dovrebbe essere – di tutti coloro che organizzano indagini sulla convenienza o le pubblicano. Anche se, a ben guardare, il prezzo è importante sì, ma non sarebbe nemmeno tutto. Se potessimo ogni volta "allargare" il fuoco



su quel numerino, scopriremmo infatti che intorno c'è una tavolozza di colori a sostanziare il quadro. Ci sono le scelte che danno un "valore", un senso a quella cifra nuda e cruda stampata in etichetta. In un mercato dove circola di tutto, il prezzo sarà allora "sicuro" quando ci garantirà dagli scandali alimentari o dal pollo ogm che non vorremmo mangiare; "etico" quando eviterà ogni forma di sfruttamento dei lavoratori e risponderà ai criteri di responsabilità sociale; "giusto" quando riconoscerà il dovuto a tutti gli attori della filiera; "equosolidale" quando aiuterà lo sviluppo delle economie più deboli; "ecosostenibile" quando rispetterà l'ambiente e così via.

Il prezzo non è tutto e lo dicono tutti gli addetti del settore. Ma possiede un tratto indiscutibile, quello di essere un dato "secco", facilmente confrontabile, un numero appunto che interessa molto da vicino i consumatori. Per questo i soggetti terzi si cimentano volentieri nel misurare il livello e la dinamica dei prezzi: istituti di rilevazione, associazioni di consumatori, giornali. Spesso lo fanno senza badare al sottile, pubblicando indagini e graduatorie che attribuiscono con troppa disinvoltura le medaglie della convenienza.

## **dimmi la verità**

Ma c'è un però. Un velo da sollevare che pregiudica la trasparenza dell'offerta. Pur non essendo di parte, infatti, soggetti "indipendenti" che calcolano numeri e percentuali con troppa leggerezza inducono in inganno il consumatore oltre che procurare un danno alle insegne. C'è da chiedersi: quando su prezzi e convenienza viene detta

la verità? E quando, invece, le rilevazioni sono un bluff o, peggio, un grimaldello usato strumentalmente per falsificare la realtà?

Lo abbiamo chiesto al professore **Gianpiero Lugli**, docente di marketing distributivo e preside della facoltà di Economia dell'Università di Parma. «Se si vuole aiutare il consumatore a scegliere l'insegna e il punto

di vendita in funzione della convenienza – avverte – è necessario che il confronto dei prezzi sia metodologicamente corretto e cioè che il contesto sia omogeneo sia sul piano del formato distributivo che su quello del territorio in cui sono localizzati i punti vendita». Un ambito adeguato per la ricerca è la provincia (in qualche caso la regione), perché è lì che si misurano i concorrenti. Al di fuori di quest'area entrano in gioco troppe variabili che favoriscono un confronto "semplicistico" tra prodotti in rapporto al tempo, al territorio, al formato distributivo. Per giunta in un paese come l'Italia il cui modello commerciale è così fortemente differenziato.

## **sulle spese**

**Gianmaria Marzoli** è direttore clienti di **Iri**, società che rileva settimanalmente i prezzi in 7.500 punti vendita dello stivale. Un lavoro complesso e spinoso che consiste, sostanzialmente, nel non prendere granchi. Spiega come si fa: «Il nostro punto di partenza è definire il valore della spesa, che chiamiamo anche indice di spesa, ovvero il valore di quanto infiliamo nel carrello quando andiamo a fare acquisti. Per ottenere tale valore abbiamo analizzato due anni di dati, valutando le tante componenti che rendono disomogeneo il carrello e, di conseguenza, difficile il confronto: si tratta di variabili demografiche, per esempio, le famiglie che possono essere più o meno numerose, più o meno ricche, più o meno giovani tra Nord e Sud e anche tra distretti limitrofi; e numerose altre variabili legate all'offerta, alla domanda, al modello distributivo, al tipo di struttura e di composizione

della popolazione». Il risultato è un ventaglio di carrelli diversi, un elevato differenziale nelle potenzialità di spesa dei consumatori italiani. Per dirla in numeri, si va da un potenziale massimo di 109 punti in Val d'Aosta a un minimo di 91 punti in Campania, passando per i 101 punti dell'Emilia Romagna che si colloca più o meno nel mezzo. Al Sud girano meno soldi e lo si sapeva. Una sorpresa è invece la Toscana. Qui il valore del carrello si attesta abbondantemente al di sotto della media. Si diceva delle differenze che rendono disomogeneo il confronto anche nell'ambito di una stessa regione: da lievi differenze, contenute in un paio di punti, come succede in Lombardia, a differenze più marcate, per esempio, fra una provincia e l'altra dell'Emilia Romagna. In Puglia gli indici sono allineati ma ancora in Toscana si divaricano fino a 10 punti, passando in alcune zone da 95 a 105 punti. Alla luce di tutto ciò, un confronto di prezzi può avere lo stesso valore per milanesi, bolognesi o campani? Ma c'è di più dietro le notevoli differenze nell'articolazione dei prezzi praticata dalle insegne a seconda del luogo in cui hanno i punti vendita. Le politiche commerciali si differenziano in base alla diversa incidenza dei costi, alle quote di mercato qua e là possedute, all'intensità e alla qualità della concorrenza. Tutte cose di cui andrebbe tenuto conto. Ma ciò raramente avviene.

### attenti al canale

È importante precisare bene anche a quale tipologia di negozi si riferisce un'indagine. Un confronto è serio, infatti, solo se distinto per canali di vendita (iper, super, discount ecc.). Ma anche qui il panorama italiano si presenta a dir poco frastagliato. Secondo Lugli «la competizione tra insegne è prevalentemente interna al formato distributivo e limitata all'area d'incidenza dei punti vendita». In altre parole, non c'è solo da considerare la diversità tra i diversi canali distributivi, ma c'è da prendere atto che Lombardia e Piemonte hanno ipermercati e supermercati di grandi dimensioni molto più, ad esempio, che le regioni meridionali dove si concentrano strutture medie e piccole, con tutto ciò che questo significa in termini di costi di produzione e di servizio, di prezzi e assortimenti. E se poi introduciamo la variabile della popolazione residente, ugualmente troviamo conferme alla debolezza del Sud che ha una percentuale di distribuzione moderna pro capite notevolmente inferiore. «Alla grandissima disomogeneità di formati e canali – aggiunge Marzoli – si associa anche una forte differenziazione in termini di competizione commerciale». Ci sono poi fenomeni come l'esplosione delle promozioni nel Sud Italia e la crescita virtuosa e su ampia scala della marca commerciale (come il prodotto Coop). Quest'ultimo rappresenta uno dei "pilastri della disomogeneità" in quanto la "private label" (i prodotti a marchio) la troviamo solo all'interno dell'insegna che la distribuisce e quindi non è confrontabile.

Cosa resta, in conclusione, di omogeneo e confrontabile in Italia? Ben poco se si esce dai confini provinciali, se si ignorano i diversi formati distributivi e si piantano le bandierine colorate della convenienza dov'è più facile. O, peggio, dove conviene a qualcuno piantarle. ■

### IN ERRORE

#### Gli errori più frequenti.

Il confronto non si limita, come dovrebbe, a prodotti di uno stesso formato distributivo e all'interno di un territorio ristretto di valenza provinciale. L'errore più grossolano e frequente è che il confronto viene circoscritto ad alcune tipologie di prodotto e a un assortimento sovrapposto (cioè ai prodotti in comune ai punti vendita confrontati). L'incidenza dell'assortimento sovrapposto, però, è bassissima. Inoltre interessa solo le marche industriali leader di categoria i cui prezzi tendono a convergere. Al contrario, la convenienza vera oggi andrebbe ricavata soprattutto dai prezzi dell'assortimento non sovrapposto: prodotti a peso variabile, deperibili, marche. Un altro grave errore è che il confronto si limita al singolo pezzo e al singolo giorno di rilevazione. La convenienza offerta dalle insegne si dovrebbe, invece, misurare combinando il prezzo delle singole referenze con le quantità vendute che variano per territorio e formato.

### ATTIVITÀ PROMOZIONALE

#### Il problema delle promozioni: Coop penalizzata.

Le insegne oggi manovrano contemporaneamente sia i prezzi a scaffale sia le promozioni. Il confronto limitato ai prezzi a scaffale non può dunque esprimere la convenienza, ma è altresì vero che i prezzi promozionali sono così "sfuggenti" che non esistono rilevazioni ufficiali dirette e le analisi, comunque, escludono le promozioni su più prodotti. Quest'impossibilità di contabilizzare gli sconti che non si esauriscono sul singolo prodotto penalizza in particolare Coop che pratica sconti riservati ai soci e in taluni casi il ristorno (distribuzione ai soci di una parte degli utili). Diversi punti percentuali di convenienza restano completamente fuori da tutte le rilevazioni.

### PREZZI D'ITALIA

#### Solo il 2 per cento è confrontabile.

A quanto risulta dall'indagine dell'Iri, società di rilevazione prezzi specializzata nel mercato della Grande Distribuzione, su 10.720 prodotti mediamente venduti nei punti vendita italiani (16.469 nel canale ipermercati, 8.472 nel canale supermercati), solo 196 hanno una distribuzione ponderata (cioè che tiene conto dei volumi di vendita). Sarebbe possibile, dunque, solo per un 2 per cento dei prodotti o poco più, un corretto confronto sul piano nazionale. Ciò rende praticamente impossibile seguire questa strada.

### PRIMA DI TUTTO

#### Come cambia la leadership di Coop Italia da zona a zona

Leader in ambito nazionale	1 (Coop Italia)
Leader in ambito regionale	9 distributori diversi
Leader in ambito provinciale	19 distributori diversi

**Coop Italia**, con una quota di mercato superiore al 17 per cento risulta prima nella Grande Distribuzione organizzata ed è leader in 6 regioni e in 9 province. Ma le provincie italiane sono 109 (più 3 che si aggiungeranno entro l'anno) e la competizione commerciale coinvolge un elevato numero di insegne, alcune a carattere molto locale, semiconosciute, che hanno il primato solo nella loro area di radicamento.

# a confronto

## Intervista al professor Gianpiero Lugli, preside della Facoltà di Economia a Parma.

**Il territorio e il formato distributivo devono essere omogenei in ogni confronto tra prezzi. Ma che cosa intende esattamente per territorio?**

«Un confronto corretto riguarda territori ristretti. Dal mio punto di vista, il livello dei prezzi rilevato in ambito provinciale è adeguato e potrebbe, al massimo, essere traguardato a livello regionale, non oltre: i consumi cambiano radicalmente da un'area all'altra».

**Come incide il formato distributivo sul prezzo?**

«Il prezzo di una stessa referenza, per esempio, la pasta Coop spaghetti numero 5, rispecchia innanzitutto i diversi costi di produzione del servizio che variano da un formato commerciale all'altro. Ogni formato esprime una diversa varietà, ampiezza e profondità dell'assortimento; una diversa incidenza del peso variabile, dei piatti pronti, della gastronomia e del no food. È normale che i prezzi siano diversi tra un supermercato e un ipermercato, sarebbe piuttosto anormale il contrario».

**Quali sono gli errori di comparazione più frequenti?**

«L'errore più frequente e anche il più grave è il confronto limitato ad alcune referenze del cosiddetto "assortimento sovrapposto", cioè i prodotti trattati da tutti i punti vendita oggetto del confronto. Dove sta l'errore? L'incidenza delle vendite, in questi casi, è molto bassa e lo è tanto più quanto è più ampio il confronto in termini di formato e territorio. Inoltre l'assortimento sovrapposto interessa essenzialmente le marche industriali leader di categoria, che hanno interesse ad applicare prezzi convergenti su prodotti fortemente "segnaletici", cioè influenti nel confronto con la concorrenza. Se vogliamo scorgere, in-

vece, le vere differenze di prezzo tra insegne, dobbiamo guardare l'assortimento non sovrapposto e, in particolare il peso variabile, i deperibili e la marca commerciale».

**Profondità del confronto, che significa?**

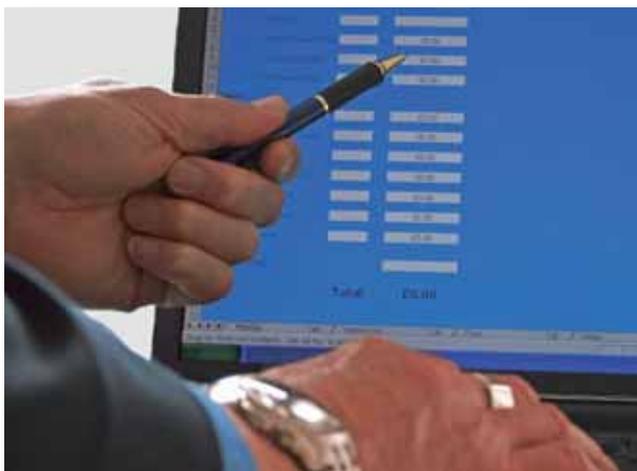
«Spesso si fa una rilevazione limitata a un singolo pezzo e a un singolo giorno da cui scaturisce una media semplice. È un altro errore perché la media dovrebbe essere ponderata per le quantità vendute e il confronto riferirsi a tutto l'assortimento esteso all'intero anno commerciale e ponderato per le quantità vendute».

**Le indagini tengono conto delle promozioni?**

«Un errore madornale è rilevare i prezzi a scaffale senza tenere conto delle promozioni. È altresì vero che si tratta di un'operazione estremamente complessa, tant'è che le società di ricerche di mercato calcolano indirettamente le promozioni, quando il prezzo scende al di sotto di un certo livello e solo se si esauriscono sul singolo prodotto. Restano così escluse iniziative importanti come le promozioni "cross category", cioè gli sconti trasversali a più settori: ad esempio il 20 per cento su 100 prodotti che sta facendo Coop, per non parlare del ristorno e degli sconti riservati ai soci».

**Che cosa servirebbe sul piano legislativo?**

«A mio giudizio una nuova normativa che quanto meno vieti l'utilizzo delle informazioni prodotte da terzi nella comunicazione commerciale, regolamenti la pubblicità comparativa dei prezzi sulla falsariga di quanto realizzato in Francia e attribuisca alle associazioni compiti di autoregolazione in materia di comunicazione della convenienza». ■



controcanto di Tito Cortese



## non facciamoci illusioni

Sarà “La bella estate” di Pavese?  
Verranno tempi migliori.



**La bella estate** è il titolo di un romanzo breve di Cesare Pavese, autore d'altri tempi. Mi è tornato alla mente nelle scorse settimane, pensando a quale razza di estate si andava incontro quest'anno, nella confusa e un poco squinternata Italia d'oggi: bella, brutta, radiosa, soffocante?

Le stagioni hanno, ciascuna, una propria fisionomia emotiva nel nostro immaginario: se la primavera è tempo di promesse e di speranze, l'autunno evoca la malinconia, se l'inverno induce al raccoglimento, l'estate accende le illusioni. Anche “La bella estate” di Pavese era storia di illusioni, anche lì la fine della stagione preannunciava il disincanto: «...rimpianse che fosse ormai inverno, e non si potessero più vedere i bei colori del sole».

Adesso che l'estate piena è di nuovo arrivata, può apparirmi per mio conto più bella o più brutta di tante altre: ma non mi sembra possibile, no davvero, che possa esserci spazio, in questa estate italiana, per illusioni collettive.

Ci saranno sicuramente in avvenire tempi migliori, e le generazioni più giovani hanno tutto il diritto (direi perfino il dovere) di ritrovare in se stesse e nel proprio impegno le ragioni della fiducia che può alimentare un ragionato ottimismo. Resta il fatto che l'opinione pubblica italiana, la nostra coscienza comune (e intendo dell'Italia che ha lavorato e che lavora, tenendosi sulla strada faticosa della realtà quotidiana, non di chi cerca le scorciatoie dei soldi facili e del successo a tutti i costi), non deve aspettare certo la fine di quest'estate per scrollarsi di dosso le illusioni: le è bastato guardarsi indietro e d'intorno per capire che non c'era proprio motivo per farsene. Sono ancora negli orecchi le promesse che abbiamo alle spalle; sono sotto gli occhi di tutti da un lato le difficoltà in cui ci si dibatte, dall'altro l'avvilente degrado del potere.

Soprattutto non c'è da illudersi sulla rapida e agevole riacquisizione diffusa di valori che si sono voluti mortificare e rimuovere, con azione distruttiva che dura da troppo tempo: equità, legalità, rispetto, lealtà democratica, solidarietà. Sono guasti gravi che intaccano la cultura di una nazione civile. Non sarà facile uscire dal buio. C'è tanto da fare per poter tornare a vedere un'estate migliore.

# piccolo grande schermo

Cosa bisogna fare per continuare a vedere la Tv nell'era del digitale terrestre.  
di Roberto Minniti

A guardarla da lontano, la "rivoluzione digitale" sembra proprio un bell'affare. Tanti canali in più, qualità delle immagini migliore, possibilità di interagire con i programmi televisivi, perfino con la pubblica amministrazione. Insomma la rivoluzione digitale che sta rapidamente

avanzando, regione dopo regione nel nostro paese, ha l'apparenza di una grande conquista per un popolo di teledipendenti come il nostro.

A guardarlo, però, da vicino l'avvento del digitale terrestre mostra più di una crepa. Innanzitutto per come è stato – o meglio, non è stato – affiancato da una campagna di comunicazione seria. Mentre su molti canali passavano splendide pubblicità sulla nuova era della Tv, in molti, soprattutto la fascia più anziana della popolazione, ancora ignoravano cosa si dovesse fare per continuare a vedere i canali di sempre.

## segnale video

È la vecchia storia della Sardegna, apripista del digitale terrestre. La regione che ha fatto le prove generali dello "switch off" quasi un anno fa (31 ottobre 2008) – e dei disagi di chi è rimasto di fronte a uno schermo vuoto – evidentemente ha insegnato poco a chi ha gestito il grande passaggio. E così le proteste e i guai si sono ripetuti puntualmente in Piemonte e nel Lazio dove, rispettivamente il 20 maggio e il 16 giugno, lo "switch over" (ossia il passaggio di Rai2 e Rete4 sul digitale) hanno colto impreparati in molti. Chi non capiva cosa stesse succedendo ha cercato disperatamente una soluzione attraverso amici, parenti e antennisti. E anche chi era già a conoscenza della necessità di un decoder per continuare a vedere i due canali, spesso si è trovato di fronte a uno schermo "senza segnale". E ha scoperto che il digitale terrestre ha molte qualità ma un grande difetto: se il segnale captato dall'antenna non è perfetto, il decoder non lo traduce in immagini. La scarsa tolleranza di questi apparecchi, infatti, fa sì che al contrario della vecchia Tv analogica, non sia possibile vedere alcuna immagine in mancanza di un'estrema pulizia del segnale. In questi casi, dunque, il ricorso all'antennista (e alle spese che questo comporta) è inevitabile.

## facciamo zapper

A proposito di spese, chi non ha ancora affrontato quella del decoder è bene che si prepari. Se fino ad oggi, infatti, ha dovuto rinunciare solo a Rai2 e Rete4, dal 16 novembre rischia di non vedere più nulla. È quella la data di inizio dello "switch off" (il trasloco di tutti i canali sul digitale) per il Lazio.



La prima distinzione da fare è quella tra zapper e decoder in grado di ricevere i canali delle pay Tv, tenendo presente che solo il secondo consente di assistere ai programmi a pagamento (le partite di Mediaset e La7, i film di Premium). Riconoscere gli apparecchi compatibili con le pay Tv è semplice: il Dgtvi, il

consorzio di aziende televisive, attribuisce un bollino blu ai decoder in grado di ricevere queste trasmissioni e bianco per i televisori con decoder incorporato che permettono di accettare la tessera della Tv a pagamento.

L'altro grosso difetto degli zapper è la mancanza di interattività. A oggi senza questa funzione non si può partecipare a sondaggi e quiz delle Tv commerciali, ma in futuro quest'opzione dovrebbe anche consentire di dialogare con la pubblica amministrazione, dunque vale la pena rifletterci.

## banda di frequenza

Per chi decide di limitarsi a uno zapper, poi, c'è un altro rischio: quello di non captare i segnali trasmessi dalla III banda VHF, quella utilizzata in Italia per le trasmissioni digitali. Un pericolo che si corre con alcuni modelli di importazione e che richiede un'attenta verifica sulla confezione del prodotto che si sta acquistando: scegliere solo gli zapper che dichiarano espressamente di captare questa banda.

Una volta scelto il tipo di decoder, poi, ci sono alcune caratteristiche che possono fare la differenza. Una di queste è la OTA che assicura l'aggiornamento automatico del software dell'apparecchio. Tenete conto che senza l'OTA per aggiornare il vostro modello avrete bisogno o di scaricare gli aggiornamenti via pc (attaccando un cavo alla presa Rs 232) o di un intervento tecnico del centro di assistenza. Con questa funzione, invece, tutto avverrà mentre l'apparecchio è collegato al televisore, in modo automatico.

Infine gli optional. Per chi è in possesso di un televisore ad alta definizione può essere interessante l'acquisto di un decoder HD, in grado di trasmettere immagini di ottima qualità. Chi, invece, ha una parabola e vuole anche approfittare dei nuovi canali digitali (i vecchi li continua a vedere via satellite), potrebbe optare per un apparecchio combinato ne esistono alcuni in grado di ricevere Sky insieme ai canali del Dtt.

In ogni caso un consiglio: occhio alle connessioni presenti sul decoder che scegliete. Il minimo è due prese scart, ma è meglio avere a disposizione anche una presa digitale Hdmi, quella comune sui televisori a schermo piatto. ■

## decoder terrestri

Marca e modello	tipo	caratteristiche	prezzo
HUMAX TR3001	Zapper	2 prese scart	69
IRRADIO DTR-3322	Zapper	1 presa scart, Televideo integrato, porta RS232	39
PHILIPS DTR220	Zapper	2 prese scart, 1 uscita audio digitale, funzione Epg	49
TELESYSTEM TS6206DT	Zapper	2 prese scart, presa RS232, ordinamento canali automatico	42
ADB i-CAN 2100T	Mhp	2 prese scart, aggiornamento via etere, 1 slot Smart Card, uscita audio digitale	110
HUMAX DTT-2100 Nano	Mhp	1 presa scart, presa RS232, aggiornamento via etere, 1 slot Smart Card, funzione Epg	110
HUMAX Dtv 4700	Mhp	2 prese scart, Televideo, 1 slot Smart Card	95
IRRADIO DTI-3811	Mhp	2 prese scart, aggiornamento via etere, Televideo, 1 slot Smart Card	79
SAGEM ltd 71	Mhp	2 prese scart, uscita audio digitale, Televideo, 1 slot Smart Card	87
TELESYSTEM TS7200	Mhp	2 prese scart, uscita audio digitale, 1 slot Smart Card, Presa seriale RS 232	100
ADB lcan 5100Tx	Mhp con registratore	2 prese scart, 1 Usb, Televideo, 2 slot Smart Card, funzione Epg, registratore interno con disco da 80 Gb	170
HANTAREX Aries 1000 H	Mhp, alta definizione	2 prese scart, 1 Usb, 1 Hdmi, Televideo, 1 slot Smart Card, funzione Epg, uscita audio digitale	201
ID SAT Combo 8000	Mhp e decoder sat.	2 prese scart, Televideo, 2 slot Smart Card, funzione Epg, uscita audio digitale	150

Sono davvero molti i dubbi di chi si affaccia nel mondo del digitale terrestre. Proviamo a sciogliere i più comuni.

**Come si può avere il contributo statale per l'acquisto di un decoder?**

L'incentivo di 50 euro è valido per l'acquisto di un decoder Mhp (non per uno zapper, dunque), se si hanno più di 65 anni, si paga il canone Rai e si possiede un reddito non superiore a 10mila euro l'anno. L'incentivo viene direttamente scontato dal punto vendita.

**Sono in una zona dove la ricezione della Tv non è perfetta. Posso vedere il digitale terrestre?**

In alcune località, specie quelle montane, dove non arriva o il segnale arriva debole, l'unica possibilità di vedere la Tv è il satellite.

**Se in casa ho più di un televisore devo comprare più decoder?**

Sì, serve un apparecchio per ogni Tv.

**Ho collegato il decoder ma vedo la scritta "nessun segnale". Cosa devo fare?**

Se l'installazione è stata fatta bene, il problema potrebbe essere la qualità del segnale ricevuto dall'antenna. È purtroppo necessario rivolgersi a un antennista.

**Ho un televisore senza presa "scart". Come posso**

**collegare il decoder?**

In questo caso si deve cercare un modulatore di frequenza che permetta di collegare la televisione e il ricevitore del segnale digitale.

**Posso continuare a utilizzare l'antenna portatile come ho fatto fino a oggi?**

Probabilmente no. Il decoder, infatti, non ammette segnali "sporchi" e difficilmente funziona senza una buona antenna.

**Ho collegato il decoder e i canali appaiono in un ordine strano...**

Se il decoder ha la funzione ordinamento automatico della lista dei canali, basterà attivarla. Altrimenti bisogna sistemarli manualmente.

**Si può continuare a registrare i programmi con il vecchio videoregistratore Vhs?**

Non come si è fatto fino a oggi. L'unica possibilità, infatti, è collegare il registratore attraverso l'entrata "aux". Ma in questo modo non si può assistere a una trasmissione diversa da quella che si intende registrare.

**Cos'è la funzione Epg?**

È l'electronic program guide, la guida ai programmi che offre titolo, ora di programmazione, trama e informazioni generali su una trasmissione.

**coop** promozione

**Dal 9 al 22 luglio negli IperCoop.**

Ricevitore digitale Humax DTV4700PPV OFF

Tipo: Terrestre MHP • Connessioni: 2 scart, SPDIF • Scheda prepagata Mediaset

• Dimensioni (LxAxP): cm 25x4,1x18 • EPG: Tv sorrisi e canzoni

• Aggiornamenti via etere (OTA) • Modem integrato V.90

● **Prezzo: 84,90 euro**

**Dal 1 al 31 agosto: offerta soci**

**in tutti i punti vendita di Unicoop Tirreno.**

Ricevitore digitale terrestre

Tipo: Terrestre MHP • Canali: 1.000 • Connessioni: 2 scart, 3 RCA

Dimensioni(LxAxP) cm: 30x6x23 • Carta Mediaset inclusa

**47**

# cartelle in regola

Lo zaino o la cartella giusti per iniziare in grande stile l'anno scolastico.  
di Daniele Fabris

Un acquisto (quasi) obbligato per ogni inizio anno scolastico che si rispetti. Difficile, infatti, convincere i figli a rinunciare a una cartella o a un nuovo zainetto in vista del suono della campanella. D'altronde più che di un accessorio si tratta di un simbolo di appartenenza, al pari e più del diario, vissuto dal ragazzo come un segnale da mandare ai propri compagni.

Se ci si appresta a un acquisto senza l'aiuto dei figli (cosa da sconsigliare) è bene prepararsi, dunque, a un corso intensivo di aggiornamento sui personaggi o le mode del momento: che si tratti di cartoon o di personaggi dei film o dello spettacolo, è inevitabile che le mode cambino e con loro le proposte del mercato. Se, invece, si va all'appuntamento con il piccolo scolaro è certo che se sui gusti e sulle scelte difficilmente potremmo mettere bocca: il ruolo di genitori si limiterà alla mediazione sul prezzo da pagare e all'esame della qualità dell'oggetto. Due aspetti non da poco.

## mal di schiena

Basta dare un'occhiata ai listini, per esempio, per rendersi conto di quanto sarà duro contenere la spesa per questo accessorio. Un po' più complicato, invece, è verificare se stiamo per acquistare un modello resistente e adatto alla piccola schiena dello scolaro. Pesi eccessivi (come quelli che sicuramente dovrà portare, assillato dalla grande quantità di volumi imposti da una normale giornata scolastica), modi scorretti di indossarli – spiegano da anni gli esperti – sono infatti alla base di problemi alla schiena sempre più frequenti. E così molti produttori si sono adeguati, sfornando modelli

con poggia-schiena simili a quelli da trekking, zaini con rotelle per il trasporto a mo' di trolley. E accanto a questi sta tornando di moda la vecchia cartella.

Strumenti utili, senza dubbio, visto che tutti i medici ripetono che hanno una diretta influenza sulle patologie della schiena. Ma non sufficienti. Tanto che gli ortopedici hanno stilato un vero e proprio vademecum per l'uso corretto di zaini e cartelle.

## taglia unica

Il primo consiglio, per esempio, è di considerarli "come un vestito" e sceglierli di taglia adatta. Mai eccedere, per esempio, con la misura: una cartella più grande del necessario, infatti, sarà probabilmente riempita di più. Gli zaini con aperture a soffietto, inoltre, oltre a offrire un maggior volume danno un maggiore sbilanciamento posteriore. Nella scelta della "taglia", verificate che la parte inferiore dello zainetto non oltrepassi, una volta indossato, la linea delle anche.

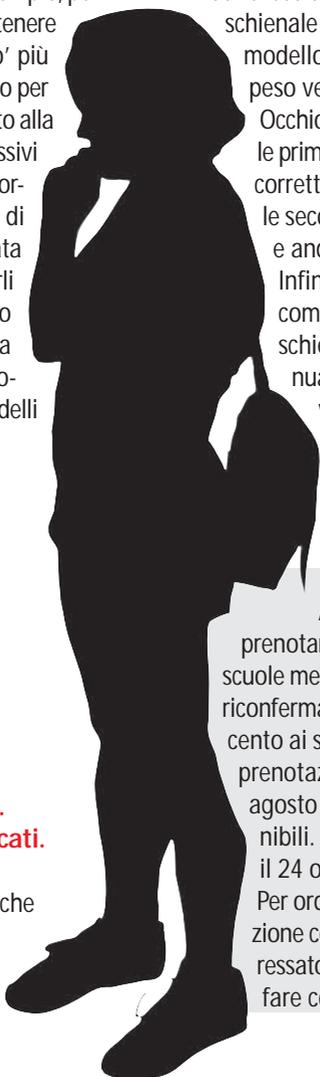
Se la scelta va allo zaino, privilegiate quelli con uno schienale rigido che rimanga aderente alla schiena: un modello senza schienale provoca un accumulo del peso verso il basso (effetto "sacco di patate").

Occhio anche alle bretelle e alle cinture addominali: le prime devono essere ampie e imbottite e indossate correttamente (mai portare lo zaino con una sola), le seconde consentono di distribuire meglio il peso e andrebbero sempre allacciate.

Infine, una volta a casa, date una controllata a come viene stipato: spiegate che si parte dallo schienale con i libri più grandi e pesanti e continuando con libri, quaderni o altro di dimensioni, volume e peso minore. ■



**Dal 9 al 22 luglio negli IperCoop.**  
**Dal 16 al 29 luglio nei Supermercati.**  
**Tracolla Delegate Eastpak**  
Tracolla regolabile e removibile, 2 tasche coperte, chiusura a fibbia, capienza estendibile con cerniera.  
**Prezzo: 36,50 euro**



## TESTI SCOLASTICI IN COOP

Anche quest'anno soci e consumatori possono prenotare negli Iper e nei Super i testi scolastici per le scuole medie inferiori e superiori. E anche quest'anno si riconfermano gli sconti sul prezzo di copertina: il 15 per cento ai soci, il 10 ai non soci. È possibile effettuare le prenotazioni fino al 26 settembre mentre già dal 18 agosto si possono cominciare a ritirare i testi disponibili. L'ultima data di consegna al consumatore è il 24 ottobre.

Per ordinare i libri basta recarsi al punto di prenotazione con la lista fornita dalla scuola, e chi fosse interessato ad avere conferma della prenotazione lo può fare collegandosi al sito internet del fornitore.

## al cacio

**Fresco, con l'insalata o con il miele, ma anche da grattugia. Dal Cilento un cacioricotta buono da leccarsi i baffi.**  
**di Francesca Baldereschi**

Fatta eccezione per il Cervati e l'altopiano degli Alburni, che offrono ottimi pascoli per le mandrie di Podoliche, il Cilento è terra di capre. Macchia mediterranea, arbusti, erbe cespitose, alberi bassi rappresentano il nutrimento ideale per quest'animale rustico e vivace. L'adattamento alle condizioni ambientali dell'area ha anche determinato nei secoli la differenziazione di una popolazione autoctona con caratteristiche specifiche. Conosciuta come capra del Cilento (o Cilentana), comprende tre sottogruppi a seconda del colore del mantello: grigio, fulvo o più spesso nero.



Le ottime qualità del pascolo e del tipo di allevamento si rispecchiano nei formaggi prodotti. Tra questi il **cacioricotta**, latticino la cui tecnica di lavorazione si ritrova anche in Puglia e Basilicata. Il nome deriva dalla particolare tecnica di coagulazione del latte,

in parte presamica (caratteristica del formaggio cacio) e in parte termica (caratteristica della ricotta). È un formaggio che si può consumare fresco, con l'insalata o con il miele, ma anche come cacio da grattugia. Dopo una prolungata stagionatura, infatti, diventa duro, compatto, scaglioso e leggermente piccante: un accompagnamento ideale per i fusilli al ragù di castrato, piatto tipico della zona.

Il cacioricotta si produce tutto l'anno in virtù delle specifiche caratteristiche della razza che consentono una buona o discreta produzione di latte senza interruzioni per tutto l'anno. Il prodotto si può consumare fresco (2/3 giorni), semistagionato o stagionato (fino a 30/40 giorni).

Tra gli obiettivi del Presidio c'è la promozione del cacioricotta semistagionato, da tavola, affinando le tecniche di maturazione e il recupero degli ultimi greggi di razza cilentana per incrementare la produzione fatta con il suo latte.

Promuovere il cacioricotta significa offrire una valida alternativa economica alla vendita del gregge, spesso l'unica scelta rimasta all'allevatore cilentano. ■

## factotum

Pc, portafoglio elettronico e molto altro ancora. In arrivo il cellulare tuttofare con migliaia di applicazioni innovative. Ad esempio sull'**iPhone** uno dei software più popolari è **Around Me** che ti dice che cosa c'è vicino a te: ristoranti, farmacie ecc., sfruttando il localizzatore satellitare **Gps**, cardine pure di **iSushi**, un software creato da un'azienda italiana (**Thinkmobi**) che segnala i posti più vicini dove mangiare giapponese. Nuove frontiere anche per la rete con **Google Phone**: cellulari con un sistema operativo ideato dal celebre motore di ricerca e tutto centrato su internet. Ma il telefonino si trasformerà anche in portafoglio elettronico e basterà avvicinarlo a un lettore tipo bancomat per pagare la spesa o la metropolitana. Qualche novità anche per le telefonate – visto che si tratta di un telefono, ndr – con i cellulari a doppia sim. Consentono di usare due sim in contemporanea e quindi di risparmiare: basta un clic per scegliere la tariffa più conveniente. Crescerà anche la qualità della voce della chiamata. **Orange**, ad esempio, lancia in Francia le prime telefonate ad alta definizione su rete mobile. In attesa che il cellulare faccia anche il caffè...

## pasta prioritaria

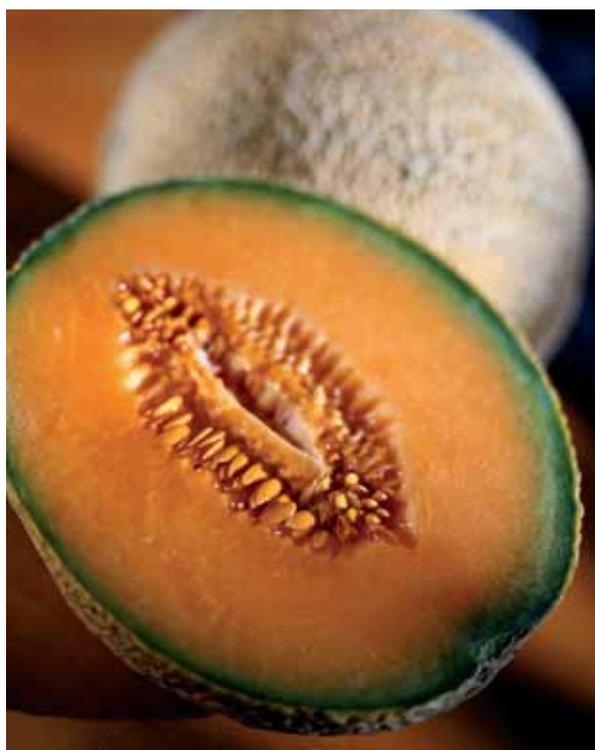
Uno dei piaceri della tavola e della vita, da condividere con familiari e amici. Un piatto di pasta secondo la ricerca "Gli italiani e i piaceri veri", realizzata da **GfK-Eurisko**, è preferito dal 47 per cento degli italiani, specialmente quando condiviso con gli amici a tarda sera (25% degli intervistati con il 35% dei consensi tra gli uomini). Ma è molto amata anche in versione pasta al forno della domenica (22%) – che sa molto di altri tempi – in una gara serrata con il profumo del pane (al primo posto per il 27%).

In generale la buona tavola è per il 79 per cento degli intervistati uno dei più grandi piaceri della vita a cui proprio non si può rinunciare.

# il grande melo

**Polpa soda, sull'arancione acceso, dal sapore zuccherino e il profumo fruttato: l'inconfondibile melone di Venturina.**  
**di Eleonora Cozzella**

**prodotti** tipico



Il melone, *cucumis melo*, è un "peponide" e appartiene alla famiglia delle cucurbitacee, ossia è un parente stretto delle zucchine e dei cetrioli. Ma al palato è solo un lontanissimo cugino, la cui dolcezza lo rende perfetto per chi vuole coniugare sapore, linea e benessere. Col loro scarso contenuto calorico (circa 30 calorie per cento grammi) e l'elevato valore in potassio, sali minerali e vitamine, i meloni sono, infatti, simpatici anche a dietologi e nutrizionisti. Ortaggio dalla dolcezza aromatica e delicata, è entrato nelle cucine degli italiani imponendosi non solo come frutta o ingrediente di macedonie e dolci, ma anche nei piatti tradizionalmente salati: prosciutto e melone è ormai un classico tra gli antipasti. E sempre di più i grandi chef ne sottolineano la versatilità esaltandone le caratteristiche in primi e secondi: famoso è il risotto al melone del cuoco romano Fabio Baldassarre e Fulvio Pierangelini suggerisce di provarlo (tagliato a cubetti e condito con sale e pepe) come contorno alle sogliole, marinate in limone e zenzero, e saltate in padella.

L'importante che sia al giusto grado di maturazione e dal gusto zuccherino. E qui scatta il fattore "destino" perché non è facile individuare dall'esterno la qualità della polpa. Ma difficile non vuol dire impossibile. Ecco allora alcuni espedienti per assicurarsi il melone perfetto.

## **ma che bontà**

Indizi di probabile bontà sono in primo luogo il peso, indice di maturità e sodezza: un melone leggero per le sue dimensioni sarà certamente acquoso e quindi da scartare. Poi si deve testare l'elasticità della calottina opposta al picciolo: se cede a una leggera pressione e tende a tornare tonda, il melone è ben maturo; se troppo dura, il melone è acerbo; se invece risulta molle, è "passato" di maturazione. Altro importante elemento è il profumo del popone, che si sente in particolare annusando la calottina. Quindi bisogna registrare buon peso, calotta elastica, odore intenso. L'assenza di tutte queste caratteristiche rivela di certo un melone da non comprare. Purtroppo, però, la loro presenza non è al 100 per cento garanzia di successo.

Con un minimo di abilità e un pizzico di fortuna si può comunque portare a casa un piccolo tesoro di gusto. Prezioso anche per la salute, ricco com'è di carotenoidi, antiossidanti che aiutano a prevenire tumori e disturbi cardiocircolatori. Questi elementi, peraltro, sono i responsabili del bel colore arancione della polpa e sono alleati della tintarella.

## **ovo sodo**

Il melone è raccolto da maggio a settembre un po' in tutta la penisola e raggiunge altissimi livelli di qualità in Val di Cornia, nella Maremma Toscana. Tra le aree più

vocate c'è Venturina, una città di origini etrusche, già nota agli antichi antenati per la fertilità dei terreni affacciati sul mar Tirreno.

Il melone di Venturina ha forma ovoidale e buccia giallo-verdognola, sapore zuccherino accentuato, profumo fruttato intenso e polpa soda arancione acceso. I singoli frutti hanno un peso medio di 900 grammi, ma certi esemplari pesano fino a 2-3 chili.

La loro coltivazione prevede, in autunno, un'aratura profonda circa 40-50 centimetri. La semina avviene tra fine marzo e maggio quando, su file distanti un metro tra loro, si fanno cadere quattro semi in piccole buche a circa mezzo metro l'una dall'altra. Dopo che la germinazione è avvenuta, si effettua una selezione, lasciando delle quattro piantine la più robusta. Per le caratteristiche del melone, che è una pianta erbacea con un lungo stelo strisciante o rampicante, la raccolta avviene ancora a mano.

Le qualità organolettiche del melone sono legate a fattori climatici e del terreno della Val di Cornia (dove si coltivano le varietà "Proteo", "Supermarket" e "Calipso") che per la sua fertilità e ricchezza di minerali conferisce al frutto il suo tipico sapore dolce e aromatico. ■

#### RISOTTO AL MELONE

(Ingredienti per 4 persone)

320 g di riso Carnaroli, 1 melone Cantalupo della Val di Cornia (circa 300 g pulito), 50 g di capperi dissalati, vino bianco secco q.b., burro q.b., 1 mazzetto di prezzemolo, 1 manciata di crostini a dadini molto piccoli, parmigiano grattugiato q.b., olio extravergine d'oliva leggero.

Lavare il melone, privarlo dei semi e della buccia. Non buttare la buccia, ma prepararvi un brodo (acqua, bucce, sale). Tritare i capperi uniti ai crostini e al prezzemolo e condarli con l'olio. Tagliare la polpa di melone a dadini e tenerla da parte. In una casseruola tostare il riso con una noce di burro, bagnare con il vino bianco e cuocere per 14 minuti circa aggiungendo lentamente il brodo di melone. Tre minuti prima che la cottura sia ultimata, aggiungere il melone a dadini e, a cottura terminata, mantecare con burro, un filo d'olio e il parmigiano. In un piatto da portata versare il risotto e stendere due strisce con il trito di capperi e crostini.

#### ALLA SCOPERTA DELL'ACQUA CALDA

##### Nel cratere termale di Venturina.

La città di Venturina, il cui toponimo è molto recente ma che vanta origini molto antiche, è rinomata per le terme, costruite intorno a un cratere termale principale, le cui acque erano in età romana note come *Aquae Populoniae*. Sono ricche in zolfo, alcali e terra e sgorgano – con una portata di 12mila litri al minuto – alla temperatura di 36 °C. Negli stabilimenti si possono effettuare bagni, fanghi e idromassaggi.

Una visita in zona, oltre che per scopi termali, potrebbe essere un'ottima occasione anche per ammirare opere d'arte e monumenti di Campiglia Marittima, tra cui l'imponente Rocca del XII secolo, il palazzo pretorio con i suoi 72 stemmi dei capitani della Repubblica fiorentina e oggi sede di numerosi musei, piazza della Repubblica, creata nel 1560 e ampliata nell'Ottocento, Porta di Mezzogiorno e Prima Porta, erette nel XIII secolo in seguito alla ricostruzione delle mura da parte della Repubblica di Pisa, la suggestiva chiesa di San Lorenzo, dove sono custoditi preziosi dipinti fra i quali la "Madonna delle Grazie" (attribuita ad artisti di scuola ducessa) e gli incredibili forni fusori di Val Fucinaia risalenti all'ottavo secolo prima di Cristo, testimonianza dell'antica lavorazione dei metalli.

#### L'INTERVISTA

Quella dei meloni di Venturina e in generale della Val di Cornia è una produzione di eccellenza di circa 80mila quintali annui. Ne parliamo con **Tiberio Feltrin**, caporeparto ortofrutta a Cecina.

**È iniziata la stagione del frutto estivo per eccellenza. Quanto se ne vende?**

«Il melone è veramente un classico sulle tavole in questo periodo. Solo nel nostro punto vendita se ne acquistano circa 6 quintali al giorno durante la settimana e si arriva a 20 quintali di sabato e domenica».

**È vero che quando il tempo è brutto i clienti lo cercano meno?**

«Assolutamente vero. Il melone è un prodotto che risente come pochi dell'andamento climatico. Proprio perché è associato al pasto fresco, estivo».

**I clienti si accontentano di un melone qualunque o cercano un tipo specifico?**

«I consumatori sono sempre più attenti alla qualità, alla freschezza, alla genuinità e quindi si informano sulla provenienza della frutta. Il melone della Val di Cornia è particolarmente apprezzato, come tutti i prodotti locali, perché vuol dire filiera corta e dà la sensazione di un prodotto che arriva più fresco nelle case. Grazie anche al nostro fornitore, l'azienda **Terre dell'Etruria** che garantisce controlli scrupolosi».

# un pesce di nome sushi

Dal Giappone le rotelle a base di riso, alghe, pesce, uova.

di Silvia Inghirami

Si dice sushi ma è sashimi. Tutti pensano che il tipico piatto giapponese sia pesce crudo, mentre si tratta di riso, assortito di alghe, vegetali, uova nonché pesce. È invece il sashimi, che in giapponese significa "corpo infilzato", ad essere fatto di sottilissime fettine di pesce o di mollusco, servito con salse. In entrambi i casi, quello che colpisce l'immaginazione di un occidentale è l'"aspetto artistico": le polpettine cilindriche o a forma di cono avvolte nel nero "nori", i pacchettini di tofu, le lamelle di tonno o salmone adagate su strisce sottili della radice bianca "daikon".



Sarà per il lato estetico o per il fascino dell'esotico, sta di fatto che i ristoranti e i take away giapponesi spuntano come funghi lungo tutta la penisola e ormai i vassoi di sushi pronti si trovano anche nei supermercati.

## riso in bianco

Tutt'altro che semplice. Il riso sembra del banale riso lesso, ma in realtà è un riso bianco di chicco corto, con molto amido e dal sapore lievemente dolciastro, lavato a lungo in acqua fredda, condito con una miscela di aceto di riso, zucchero e sale: il composto deve risultare della consistenza giusta per creare rotoli e palline. A questo punto interviene il nori, l'alga tostata: se di buona qualità appare liscia e luminosa, usata per avvolgere il riso, ma a volte presente anche all'interno del "rotolo". Poi è la volta del ripieno, che può essere crudo, cotto o marinato: pesce, frutti di mare, uova o verdure, come rafano, semi di soia fermentati, avocado, cetrioli, tofu. Infine, chiudono le salse: quella di soia, di rafano, di zenzero o del vino di riso dolce.

Il più popolare in Occidente è il Norimaki, a forma di rotelle di vario spessore, in Giappone il più diffuso è il Rigiri, fettine di pesce crudo o verdure adagate su pallottole di riso. Il Temaki, dall'aspetto di cono realizzato con residui di tagli più pregiati è il più economico mentre il più costoso è il Gunkan, una coppetta di riso farcita di frutti di mare, ricci di mare e/o uova di pesce. Varietà difficile da trovare nel sushi venduto già pronto, che spesso abbonda di riso ma scarseggia di pesce.

Le varietà di sashimi dipendono, invece, dal tipo di pesce utilizzato: tonno, salmone, calamaro, gambero, polpo, sgombro, seriosa, pesce palla. Piatto raffinato e delicato, viene servito con daikon, con gari (una specifica prepa-

razione dello zenzero) e salse in cui intingere i pezzetti di pesce. Esiste anche il sashimi di carne e di pollo, poco conosciuto in Occidente.

## senza grassi

Piatto raffinato e leggero, ingredienti semplici e genuini. Il gusto di un pesce crudo è molto più intenso e le proprietà nutritive restano intatte. Sono assenti condimenti grassi mentre ci sono proteine, sali minerali, omega 3, fosforo e grassi polinsaturi. Anche le alghe hanno un basso apporto calorico, fornendo vitamine e antiossidanti. C'è, però, il rischio di incappare in qualche parassita. La legge

italiana vieta ai ristoranti di servire pesce crudo a meno che non sia stato precedentemente congelato a -20° per almeno 24 ore: una norma che protegge dal rischio parassiti come l'Anisakis che provoca molti danni nel Sol Levante ma non da quello microbiologico. Anche per questa ragione, i giapponesi ricorrono al wasabi – una pasta piccante che si ottiene dalla radice del rafano – e allo zenzero, che svolgono un'azione battericida. Per essere sicuri, dovremmo domandare al fornitore se il pesce è stato congelato come prevede la normativa (cosa più sicura nella Grande Distribuzione, dove i prodotti sono rigidamente controllati) e valutarne la quantità in rapporto al prezzo: la tradizione giapponese vuole, infatti, una giusta proporzione tra riso e pesce (2/3 parti di riso per 1 di pesce), una regola non sempre rispettata in Occidente. ■

## LA PROVA DEL CUOCO

Per fare il sushi in casa dotarsi innanzitutto degli strumenti adeguati: un wok, dei coltelli giapponesi dalle lame taglienti, bacchette per mangiare. Su internet abbondano ricette e istruzioni, ma in pochi le hanno sperimentate con successo; forse perché si legge che per diventare cuoco di sushi occorre osservare il proprio maestro per almeno due anni per poi apprendere l'arte del taglio del pesce e della composizione. Il taglio deve essere continuo e deciso e il coltello deve avere un'eccezionale affilatura. Infine, occorre saper scegliere la materia prima: pesce di sicura provenienza evitando, per non incappare nelle proteste degli ambientalisti, il tonno bluefin in via di estinzione, proprio il preferito dai cuochi giapponesi.

prodotto a marchio 

## Il rosso e il bianco

**Rosso o bianco, moderatamente alcolico, da uve di origine italiana, garantito e controllato dal campo al brik, prezzo contenuto.**

**In tavola il vino a marchio Coop.**  
di Anna Somenzi

Qualità e sicurezza, costruita insieme a due importanti cooperative di agricoltori che garantiscono la selezione delle materie prime e una lavorazione curata all'interno delle migliori cantine. Sono arrivati due vini in brik a marchio Coop, un rosso e un bianco, fatti solo con uve italiane provenienti da un'agricoltura nazionale attenta, con il 70 per cento in meno di residui chimici rispetto ai limiti di legge. Una produzione controllata, per offrire le migliori caratteristiche igieniche e organolettiche, attraverso sistemi tecnologici molto avanzati come la risonanza magnetica nucleare.

Un rigore e una cura nei controlli che i consumatori riconoscono a Coop, tanto che l'inchiesta annuale del Reputation Institute sui marchi globali pone Coop al 120° posto, tra mille società di tutto il mondo, sopra Sony, Fuji e Nestlé, in una classifica ottenuta intervistando 60 mila persone in 32 paesi.

### di... vino

E infatti i vini che nascono sono buoni, oltre che sicuri, e per arrivare a questa certezza sono stati sottoposti anche al test **Approvato dai soci**. Vini da tavola a gradazione alcolica moderata, adatti al consumo di tutti i giorni, con un prezzo contenuto. La confezione – un brik – è sicura, facilmente trasportabile, leggera, e ormai in gran parte del territorio nazionale anche riciclabile. Sono, infatti, oltre 2.500 i comuni, con più di 24 milioni di abitanti, in cui anche questo tipo di raccolta differenziata funziona con buoni risultati. ■



### USO E ABUSO

Sull'etichetta del vino Coop sono riportate le indicazioni delle linee guida per una sana e corretta alimentazione formulate dall'**Inran** (Istituto Nazionale di Ricerca per gli Alimenti e la Nutrizione). Le raccomandazioni Inran fanno riferimento a un consumo moderato di alcol da associare ai pasti, suggeriscono di non bere alcol prima di guidare o di utilizzare macchinari delicati o pericolosi. Consigliano di porre molta attenzione alle possibili interazioni tra farmaci e alcol, compresi quelli che non richiedono la prescrizione medica. Segnalano come pericoloso il consumo di alcol per bambini e adolescenti, come pure per donne in gravidanza e allattamento. E soprattutto danno una misura di consumo responsabile: due bicchieri da 125 ml al giorno per l'uomo e uno per la donna.

### BACCO PERBACCO

Oltre il **76%** degli italiani dice di apprezzare il vino che per il **42,7%** è un'abitudine quotidiana, soprattutto per gli uomini. A questo gruppo appartengono in gran parte le fasce di età fra i 45 e i 65 anni, con un consumo quotidiano di vino del **49,8%** e soprattutto gli over 65 con il **59,1%**. È quanto emerso da uno studio promosso dal Centro Studi Vinitaly e condotto dalla Bocconi Trovato&Partners su 1.000 italiani (uomini e donne) dai 18 anni in su, intervistati sul loro rapporto con il vino, sulla conoscenza, le motivazioni, le abitudini di acquisto e di consumo, presentato a **Vinitaly 2009**. Il vino si sceglie in prima persona nel **51%** dei casi; ma la scelta del tipo di vino da bere è ancora nel **67%** dei casi maschile.

Il momento ideale per berlo è per il **52,6%** il pasto, seguito dalle cene fuori casa con gli amici (**30,2%**) e dalle serate a casa con gli amici (**26,6%**). I veri esperti di vino sono pochi e per il **61,8%** la conoscenza si limita a 5 etichette. Il primo luogo di acquisto sono le cantine vicine a casa, seguite dalla Grande Distribuzione, in cui al prezzo favorevole si associa la comodità. E nella scelta, se la firma di un produttore conosciuto è ancora un fattore fondamentale (**29,6%**), ormai non si può più prescindere dal costo.

# 53

# sotto questo sole

C'è sempre il sole sulla frutta di Parete. Il sole dà il nome alla cooperativa che la produce, il sole splende sul marchio di vendita dei prodotti, alla luce del sole nascono e vengono lavorati.

Pesche, zucchine, melanzane, susine arrivano di buon mattino dentro le cassette, fresche, profumate per uscire prima di sera confezionate ed etichettate, pronte per il consumo. Dalla mattina alla sera è il breve tempo che passa tra la consegna della frutta e verdura in azienda e la successiva spedizione. Dopo una prima sosta, all'arrivo,

in cella di raffreddamento che riporta l'ortofrutta alla "giusta" temperatura, si procede alla selezione, alla lavorazione in ambiente climatizzato, all'imballaggio e all'etichettatura.

«È una filiera corta che consente di offrire al consumatore un prodotto fresco in tempo reale – afferma **Pietro Ciardiello**, direttore della **Cooperativa Sole** che commercializza le produzioni delle oltre cento aziende agricole associate operanti in Campania. La merce non fa in tempo ad arrivare che viene scelta, lavorata e confezionata in modo da essere spedita a destinazione prima di sera». La fetta più grande va nella GDO italiana ed estera, il resto nei mercati generali di mezza Italia. Ben assortite nei punti vendita di Unicoop Tirreno si trovano da oltre 10 anni molte delle produzioni della Cooperativa Sole, in prevalenza pesche, susine e fragole. Sotto il marchio **Moc Mediterraneo SpA**.

## da Sud a Moc

«Dal 1962, anno di nascita della Cooperativa Sole, lavoriamo e confezioniamo le produzioni dei soci, ad oggi 104 aziende dislocate tra le province di Caserta e Napoli». Dà brevi cenni storici sulla "sua" cooperativa il direttore Ciardiello, fino all'avvento della Moc. «Nata nel 1998 la macro organizzazione commerciale Moc Mediterraneo SpA aggrega oggi importanti realtà produttive del settore ortofrutta della Campania, Puglia, Basilicata, Sicilia, per valorizzare, commercializzare e concentrare l'offerta delle produzioni di ortofrutta del Meridione d'Italia tra cui primeggiano le fragole della Campania, sotto un unico marchio, Moc Mediterraneo SpA». Specializzata nella produzione delle

**Pesche, zucchine, melanzane, sempre fresche dalla Cooperativa Sole di Parete a tutti i punti vendita di Unicoop Tirreno. di Cristina Vaiani**



fragole, di cui è leader in Italia, la Cooperativa Sole produce anche lattuga, meloni, zucchine, melanzane, peperoni, pesche, nettarine, albicocche, susine. E lo fa nel rispetto dei disciplinari sulla produzione a lotta integrata adottati dalla GDO italiana che consentono di ottenere un prodotto più salubre a minore impatto ambientale. «Si tratta di un sistema di coltivazione misto – spiega Ciardiello – che affianca metodi naturali di lotta ai parassiti come il controllo biologico attraverso antagonisti naturali

all'intervento chimico sulle colture che viene comunque sempre eseguito con moderazione rispetto ai limiti previsti per legge: se la legge dice puoi fare 100 noi facciamo 30, è quanto ci consente Coop». L'obiettivo è offrire un prodotto di qualità, sicuro, garantito e sempre maggiori certezze alimentari al consumatore passando per la tutela dell'ambiente.

## nostra eccellenza

Eccellenze di prodotto quindi a qualità controllata su tutta la filiera. «Sono tutti produttori diretti, è nel loro interesse produrre in un certo modo. Nell'applicazione delle procedure di lotta integrata sono comunque assistiti da tecnici esperti – assicura Ciardiello –, il processo è interamente certificato, i controlli sono quotidiani». Stessa cosa dicasi per chi, all'interno dello stabilimento di Parete, lavora queste

eccellenze del territorio. La Cooperativa Sole è dotata di impianti all'avanguardia come quello per il raffreddamento rapido delle fragole, una piattaforma altamente specializzata nella lavorazione dell'ortofrutta, oltre un centinaio di dipendenti tra fissi e stagionali che selezionano, lavano e confezionano il prodotto in parte a macchina in parte a mano, trattando letteralmente con i guanti le produzioni più delicate. «La nostra azienda dà lavoro a parecchie persone considerando anche gli operai occupati presso le singole aziende associate, circa un migliaio tra locali ed extracomunitari». ■



Sole società cooperativa agricola, via Provinciale Parete-Tre Ponti, loc. Vallenido, Parete (CE), tel. 0815036887, [www.coopsole.it](http://www.coopsole.it), e-mail: [coopsole@coopsole.it](mailto:coopsole@coopsole.it).

# Estate Bio



**noverasco**

Dal 1908, un mondo di frutta a colori



Nutrirsi **Bio** significa alimentarsi secondo natura. Noverasco ti offre un'ampia scelta di prodotti per vari momenti della giornata:

- **Frutta Snack:** prodotti morbidi per snack naturali
- **Frutta in Cucina:** per ricette naturali, fresche e innovative
- **Frutta in Guscio:** per momenti di sfizio tradizionale

Per saperne di più clicca su [www.noverasco.it](http://www.noverasco.it)

PER TUTTO IL MESE DI LUGLIO,  
NEI SUPERMERCATI COOP E IPERCOOP

**SCONTO DEL 30%**

SU TUTTI I PRODOTTI **BIO**

**NOVERASCO**

# menu di verdure di stagione

## melanzane e polpo su letto di arancia



**Ingredienti**  
per 4 persone:  
1 Kg di melanzane  
1 polpo di ca. 1 Kg  
1 confezione  
di odori misti  
2 peperoncini  
2 spicchi d'aglio  
4 grosse arance  
basilico fresco  
1 confezione di pinoli  
olio extravergine d'oliva

succo di limone  
sale e pepe

**preparazione:**



**tempo:**  
40 min.

**costo:**



Tagliare le melanzane a piccoli tocchetti, salarle e metterle in uno scolapasta per una mezzora. Preparare un brodo vegetale con tutti gli odori e quando bolle cuocervi le melanzane per 5 minuti. Lessare il polpo con l'aglio e il peperoncino, scolarlo bene e quando è freddo tagliarlo a tocchetti della grandezza delle melanzane. Mescolare delicatamente i due ingredienti, condirli con olio e limone, aggiustare con il pepe e il sale e coprire con il composto delle fette di arancia ottenute tagliando i frutti nel senso della larghezza più sottili possibile. Decorare con basilico e pinoli e servire freddo.

### LA DIETISTA 360 Kcal a porzione

Carboidrati ●●● Proteine ●●● Grassi ●●● Colesterolo ●

I flavonoidi delle melanzane, concentrati nella buccia, hanno il potere di diminuire l'ossido di azoto (dannoso) e aumentare l'ossido nitrico vasodilatatore e antiossidante.



Un Pinot Bianco trentino o dell'Alto Adige dovrebbe accompagnare egregiamente questo antipasto.

## spaghetti alla caponata

**Ingredienti**  
per 4 persone:  
500 g di spaghetti  
1 peperone rosso  
1 peperone giallo  
1 peperone verde  
300 g di zucchine  
300 g di carote  
1 melanzana  
300 g di patate  
1 costola di sedano  
1 grossa cipolla

1 mazzetto di timo  
500 g di pomodori  
olio extravergine d'oliva  
sale e pepe

**preparazione:**



**tempo:**  
60 min.

**costo:**



Rosolare la cipolla in abbondante olio, quindi aggiungere le carote tagliate a rondelle sottili e il sedano tagliato a listarelle. Mentre queste verdure più dure cuociono aggiungere in ordine: le patate tagliate e tocchetti con la melanzana, i peperoni tagliati a listarelle, e per ultime le zucchine a dadini. Sbucciare quindi i pomodori, togliere i semi, tagliarli grossolanamente e aggiungerli al misto di verdura con un pizzico di timo fresco: cuocere ancora 10 minuti e condire gli spaghetti lessati al dente.

### LA DIETISTA 430 Kcal a porzione

Carboidrati ●●● Proteine ●●● Grassi ●●● Colesterolo ●

Piatto "proteggi vista": luteina e zeaxantina sono elementi costitutivi della retina e la loro quantità dipende da ciò che mangiamo. I peperoni ne sono ricchissimi.



Si consiglia un profumato Gewurztraminer.

## fagioli freschi e caviale

**Ingredienti**  
per 4 persone:  
2 Kg di fagioli freschi  
2 vasetti di caviale  
1 cipolla  
1 costa di sedano  
succo di 1 limone  
olio extravergine d'oliva  
sale e pepe

**preparazione:**



**tempo:**  
30 min.

**costo:**



Sgranare i fagioli, lavarli e lessarli in acqua con la cipolla e il sedano, aggiungendo il sale a fine cottura. Scolarli bene eliminando sedano e cipolla, metterli in un'insalatiera, aggiungere il succo di limone, l'olio, una spolverata di pepe. Mescolare e distribuire sopra il caviale. Servire velocemente affinché i fagioli non anneriscano.

### DIETISTA 285 Kcal a porzione

Carboidrati ●●● Proteine ●●●● Grassi ●●●● Colesterolo ●●●

Un secondo ricostituente molto proteico. Il potassio dei fagioli riequilibra il troppo sodio del caviale.



## erbazzone dolce

**Ingredienti per 4 persone:**

2 confezioni  
di pasta frolla  
200 g di ricotta  
500 g di erbe miste  
(si può fare anche con  
l'ortica o gli spinaci)  
150 g di zucchero  
100 g di mandorle  
pelate  
1 uovo  
1 cucchiaio di liquore

**preparazione:**



**tempo:**  
40 min.

**costo:**



Cuocere le erbe, strizzarle bene, farle freddare e frullarle insieme alla ricotta, l'uovo, lo zucchero, le mandorle e il liquore. Stendere una delle confezioni di pasta frolla, riempirla con l'impasto ottenuto, livellarla bene e con l'altra confezione ricavare delle striscioline con cui coprire in parte la crostata ottenuta. Cuocere in forno caldo a 180° per 30 minuti.

### LA DIETISTA 540 Kcal a porzione

Carboidrati ●●●● Proteine ●●●● Grassi ●●●● Colesterolo ●●●

La vitamina B6 delle mandorle con le proteine e il calcio della ricotta insieme alle vitamine e al ferro degli spinaci: una fetta vale un pasto per i bambini inappetenti.



Abbinare a questo dessert una **Vendemmia Tardiva**.

**CULTURA,  
TEMPO LIBERO,  
INNOVAZIONE**

**Foto ricordo**  
tutti pronti allo scatto...

**Un mare di libri**  
consigli di lettura per l'estate

**Falsa partenza**  
vacanze "beghe comprese"

**semiseria**  
di Simona Marchini



## **cuore sacro**

**L'amore vince su tutto.**

Tra tante nausee da overdose del brutto, del pessimo, del volgare, ogni tanto c'è uno spiraglio di luce. Sì, perché devo dire che questa continua immersione dei media nelle vicende politiche ridotte ormai a gossip è degno dei peggiori rotocalchi e reality show a cui ci sottopongono ormai da trent'anni. E il bello è che l'orrore nutre l'orrore, lo alimenta a suo favore, invece di distruggerlo con sane reazioni di disgusto e di impegno morale. Tutti rassegnati? Tutti seguaci del mostro dei consensi che addormenta le coscienze fino all'autodistruzione? L'Italia, il più bel paese del mondo, il più talentuoso e creativo, degradato e umiliato nel profondo... È vero che il fenomeno è mondiale, proprio perché stimolato al puro consumo e al "successo" a tutti i costi; l'individuo non ha più argini e guarda solo in basso, non "s'illumina d'immenso" come una volta. Naturalmente da noi il fenomeno è aggravato da una scarsa coscienza della responsabilità civile e morale di ognuno di noi, dalla nostra storia senza identità nazionale, dall'antica mentalità di sudditi e non di cittadini consapevoli. Ma, nonostante tutto quello che ci avvilisce quotidianamente, la gente bella di cuore c'è. E ce n'è tanta! Ieri, tornando in aereo da Mosca, dopo lo spettacolo **Napoli Zompa e Vola** con il Teatro San Carlo, ero in fila al check in. Davanti a me una giovane coppia con bimbetto piccolo piccolo in braccio alla mamma. Io sorrido sempre ai pupi, specie quando mi fissano come faceva lui con i suoi occhietti celesti, agitando la manina per fare "ciao" e sorridendo con una bocca sdentata e rovinata. La mamma si è voltata con i suoi occhi buoni e mi ha detto: "Veniamo dal Perù, è stata lunga e faticosa". Ho capito che il bambino era stato adottato e l'ho amato ancora di più. Abbiamo cantato "I tre porcellini" e gli ho accennato un bacino esile e tenero. Il bimbo, Alessio, ha quattro anni ma è grande come uno di due, per denutrizione. Mentre accarezzavo madre e figlio, lei mi ha detto: "Lo sa che lo hanno rifiutato molti genitori spagnoli e francesi perché aveva i dentini rovinati? Io l'ho voluto subito e l'ho amato appena l'ho visto!" Benvenuto Alessio a una nuova vita d'amore e di speranza. E grazie perché ci fai credere nella forza del cuore. L'amore deve sempre vincere. E vince!



# foto ricordo

**Dimmi come fotografi e ti dirò chi sei. Anche se con la digitale si diventa un po' tutti bravi fotografi, non senza qualche piccolo accorgimento.**

**di Benedetta D'Alessandro**

Rivivere emozioni, scoperte, divertimenti al ritorno dalle vacanze guardando e riguardando con nostalgia le foto scattate. Istantanee di luoghi, persone, stati d'animo in un racconto per immagini di quello che si è vissuto. «La fotografia è senz'altro un modo semplice e a portata di tutti per fermare nel tempo istanti importanti della propria vita – spiega **Davide Sebastian**, giovane artista che della fotografia ha fatto la sua professione, di ritorno dalla Fiera d'arte contemporanea di Buenos Aires –. In questo senso ogni foto ha un suo valore e una sua interpretazione legata a chi ha scattato, al soggetto, alla situazione: elementi spontanei che non sono pensati a tavolino. La foto artistica va, invece, studiata prima, deve avere delle caratteristiche riconoscibili e spesso su sessanta scatti quello buono è uno solo».

## **scatto matto**

Una preoccupazione che non appartiene certamente al popolo dei fotografi occasionali, in aumento esponenziale nel periodo estivo. Un fenomeno che si spiega soprattutto con l'avvento delle macchine digitali: semplici da usare e dai costi contenuti, hanno conquistato dai giovani ai meno giovani, dagli storici appassionati della manuale

ai neofiti totali. «Il vantaggio principale delle digitali – prosegue **Sebastian** ([www.davidesebastian.com](http://www.davidesebastian.com)) – è quello di scattare con più facilità rispetto alle macchine analogiche che richiedevano un minimo di conoscenza tecnica». In effetti, con certe digitali lo sforzo è minimo: basta inquadrare, impostare AUTO o – per i più arditi – il simbolino più calzante (l'ombrellone se si è in spiaggia o il pupazzo di neve se si è sugli sci), dare un'occhiata al display e scattare all'impazzata. Il risultato spesso è sorprendente, soprattutto per chi all'epoca dell'analogico è sempre stato etichettato come “quello che non sapeva fare le foto”. Avere eliminato quei terribili controcubi senza volto, quelle mostruose decapitazioni di nonne e zie è certo un bel passo avanti, visto che le foto brutte o sbagliate possono essere facilmente, e immediatamente, cancellate.

## **dritti all'obiettivo**

«Il passaggio al digitale ha sicuramente aumentato la quantità di scatti tra i quali scegliere, con un bel risparmio economico – concorda **Laura Pierangeli**, fotografa non professionista che ha fatto del suo hobby una vera e propria passione culturale tanto da esporre



i suoi scatti in numerose mostre tematiche come quella sul cibo organizzata alla **Fao** (Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Alimentazione e l'Agricoltura) a Roma -. Il rischio, però, è quello di fotografare praticamente tutto con il risultato di non immortalare niente o addirittura di perdere di vista il vero senso del viaggio o della vacanza». Una tentazione che si può controllare, utilizzando la digitale come se si avesse in mano ancora l'analogica. «Osservare prima il luogo, i soggetti, i particolari che si vogliono catturare nel display è sempre meglio che scattare tanto per scattare solo perché poi le foto inutili si eliminano» suggerisce Pierangeli.

### speriamo che sia femmina

Un'indicazione che tuttavia non vale per i fotografi sotto i dodici anni. «I bambini sono gli unici autori di foto incontaminate» riconoscono all'unisono i due esperti. Liberi da qualsiasi condizionamento sia tecnico che legato alla scelta del soggetto, i giovanissimi danno semplicemente sfogo alla loro creatività e spesso i loro click fanno invidia anche ai fotografi più navigati. E se la fotografia "pura" appartiene ai più piccoli, quella più originale di solito è donna. «Nella ricerca del soggetto - ammette Sebastian - spesso la sensibilità femminile è un elemento vincente. Dal contenuto di una foto si capisce quasi subito se l'autore è una donna. Non a caso i fotografi uomini che oggi vanno per la maggiore hanno tutti una spiccata capacità di immedesimarsi nell'universo femminile».

### A REGOLA D'ARTE

#### Qualche suggerimento per foto d'artista.

- > Raddoppiare i pixel non garantisce la riuscita degli scatti. Click originali possono arrivare anche con la vecchiaia Polaroid. Per istantanee divertenti, si possono sperimentare le lomografiche: dotate di lenti colorate, semplici da usare ed economiche hanno, però, la pellicola da sviluppare.
- > La foto "sbagliata" a volte è più bella di quella senza errori: resistere all'impulso di cancellarla all'istante a volte vale davvero la pena.
- > No alle "pose": raramente vengono bene e stressano fotografo e soggetto. Meglio affidarsi alla spontaneità.
- > Non lasciarsi guidare troppo dalle emozioni del momento: godersi dal vivo un bel panorama è più rilassante che scervellarsi su come inquadrarlo. Per questo esistono i professionisti.
- > Idem per i monumenti: come souvenir del Colosseo o della Tour Eiffel sarà più adatta una bella cartolina.
- > Per scatti fantasiosi è sufficiente affidare la macchina fotografica ai propri figli, anche in tenera età. Da quelle "usa e getta" alle digitali più economiche, basta ricordarsi di assicurarle ai piccoli polsi con un cordino.
- > Puntare sul particolare: il fiore è spesso più interessante dell'intero giardino così come il dettaglio di un palazzo più di tutto l'edificio.
- > Stampare gli scatti migliori e metterli in un album: le foto sono fatte per essere sfogliate. E se nessuno impazisce guardando le vostre istantanee delle vacanze, non disperatevi: l'importante è che piacciono a voi, per come sono fatte e per il momento della vita che ricordano...

# SCRIVILO CON UN SORRISO.



jack blumarsky

La felicità è un diritto, sosteneva la Dichiarazione d'Indipendenza americana nel 1776. Oggi è ancora così? Libri Randagi ti invita a riflettere su quest'idea e a dire la tua. Solo un pensiero, non più di 600 caratteri spazi inclusi. Se vuoi condividerlo con gli altri utenti, caricalo su Facebook nel profilo **Biagio Randagio**. Se invece sei interessato ad una eventuale pubblicazione, spedisci la tua frase a [parolefelici@unicooptirreno.coop.it](mailto:parolefelici@unicooptirreno.coop.it). Hai tempo fino al 30 settembre 2009 e trovi tutte le informazioni su [www.librirandagi.coop.it](http://www.librirandagi.coop.it). Prenditi qualche minuto di tempo, una pagina bianca e goditi la felicità della scrittura. **Aspettiamo la tua mail.**

*parole felici*  
Racconta il diritto alla felicità.

**coop**  
Unicoop Tirreno



# un mare di libri

Avventura, gialli, romanzi rosa, saggistica.

Un libro per l'estate seguendo i consigli del libraio Coop.

di Rita Nannelli

Un libro per l'estate? Non c'è che da scegliere tra i tanti volumi – 70mila per 30mila titoli – che fanno capolino dagli scaffali di una delle 20 librerie Coop, dai best seller alle novità del momento ai grandi classici. C'è chi andrà a colpo sicuro, dritto al libro da portare sotto l'ombrellone e chi avrà bisogno di consigli per gli acquisti... «Quelle Coop vogliono essere librerie vivaci e curiose, propositive che stimolano la curiosità e l'interesse del lettore – afferma **Alessandro Cioppi**, responsabile di area di Librerie Coop, progetto nato nel 2006 a Ravenna da un'idea di Coop Adriatica, seguito poi da **Unicoop Tirreno** con le librerie di Quarto in Campania e di Piombino in Toscana –. Una libreria di servizio insomma con personale accogliente, disponibile, preparato che sa quello che vende, che sa scegliere il catalogo più ricco e vario possibile, organizzare ed esporre i volumi in modo chiaro. Perché quello del libraio è un mestiere vero e proprio».

## consigli per gli acquisti

Ben venga allora qualche consiglio di lettura per i mesi vacanzieri. «Il genere che va per la maggiore d'estate è il giallo. Da leggere senza dubbio l'ultimo libro di Giorgio Faletti **Io sono Dio** (Baldini Castoldi Dalai), al primo posto nelle classifiche Coop, e non solo, dei libri più venduti, già dopo la prima settimana dall'uscita (19 maggio). C'è da scommettere che lo vedremo in mano al vicino d'ombrellone – dice Cioppi mentre sfoglia il tomo di 500 pagine –. Ma anche il nuovo giallo di Alicia Giménez Bartlett (Sellerio editore), **Il silenzio dei chiostrì**, un nuovo caso per l'ispettrice Petra Delicato nel convento delle sorelle del Cuore Immacolato, in un ambiente odoroso di incenso ma alquanto reticente. E per chi ha amato **L'ombra del vento** è appena uscito **Marina** di Carlos Ruiz Zafon, (Mondadori), con una Barcellona in atmosfera noir. Avventura, storia e thriller insieme ne **La biblioteca dei morti**, protagonista un esperto in serial killer, la penna quella di Glenn Cooper (Editrice Nord). Per chi ama i romanzi autobiografici consiglio un libro molto curioso e coraggioso di Einaudi, **Educazione siberiana**, di Nicolai Lilin: autobiografia romanziata di un ragazzo siberiano

vissuto ed educato in una comunità criminale siberiana. Alle amanti del genere rosa suggerisco, invece, **Il gioco delle verità** di Sveva Casati Modigliani, (Sperling & Kupfer) letteralmente preso d'assalto dalle lettrici».

## dice il saggio

Sbirciando tra scorrevoli e campate si arriva alla sezione saggistica. «Per gli appassionati del genere suggerirei **Patria** di Enrico Deaglio (Il Saggiatore) che descrive l'Italia degli ultimi trent'anni, un po' come andare al cinema a rivedere un pezzo della nostra storia. Imperdibile il nuovo libro di Roberto Saviano (Mondadori) **La bellezza e l'inferno**, una raccolta scelta di scritti e articoli dell'autore di Gomorra apparsi in questi anni sui media italiani e internazionali».

E per i più piccoli? «Per i maschietti il nuovo libro di Geronimo Stilton **Le avventure di Ulisse** della Piemme sul podio dei libri più letti. Si tratta di un viaggio straordinario insieme a Geronimo Stilton e al leggendario Ulisse per mari tempestosi, terre sconosciute e creature misteriose. Mentre le bambine preferiranno sicuramente **Gli incantevoli giorni di Shirley** di Elisabetta Gnone (De Agostini), un fantasy di fatine ambientato nella città di Fairy oak dove Shirley animerà i giovani del villaggio con un nuovo mistero».

Buona lettura a tutti. ■

**Nelle Librerie.Coop è previsto su tutti i libri uno sconto per i soci del 5 per cento; del 15 su una selezione di titoli costantemente aggiornata tra le novità e i più venduti.**





# falsa partenza

**Bagagli smarriti, albergo al di sotto delle aspettative e del prezzo pagato, formule "tutto compreso" che non comprendono tutto. Ma raddrizzare una vacanza che sta andando storta si può, con un po' d'accortezza, un minimo di preparazione e con alla mano numeri e siti utili.**  
di Barbara Autuori

Attesa tutto l'anno, l'agognata vacanza è arrivata. Via dalla solita routine quotidiana, la villeggiatura è ormai a portata di mano ma sarà all'altezza delle aspettative? Può accadere, infatti, che i giorni da sogno fantastici nei lunghi mesi invernali si trasformino nel peggiore degli incubi. Perché a causa di inconvenienti imprevedibili, coincidenze sfortunate o più spesso delle classiche "fregature", le ferie possono facilmente prendere una piega sbagliata.

Ecco qualche consiglio semiserio per sopravvivere ad una vacanza partita male.

**Dalle stelle alle stalle** È il più frequente dei capibomboli. Ogni estate sono molti i turisti che, invece della tanto ambita sistemazione in hotel a 5 stelle, si ritrovano in un modesto alberghetto dove la suite con vista sulla baia altro non è che una minuscola stanzetta dalla quale si intravede appena un lembo di mare. Per non parlare della casa presa in affitto al mare, attirati da fantastici annunci on line: arrivati a destinazione, però, può capitare che la dimora "centrale e vicinissima alla spiaggia" sia situata sul cucuzzolo di una collina e il mare raggiungibile solo dopo oltre venti minuti di strada tortuosa. Niente lusso e niente comfort, dunque, per un soggiorno che invece si era immaginato da nababbi. Disagi che non sempre si risolvono sul posto, richiedendo uno spirito d'adattamento che è sempre meglio mettere in valigia.



Così come la macchina fotografica che servirà anche per documentare la sistemazione reale con dovizia di particolari. Materiale che tornerà utile per un bel dossier di protesta (ed eventuale risarcimento) una volta rientrati a casa.

**Volare basso** Bagagli smarriti, ritardi mostruo-

si, un volo cancellato all'ultimo momento. Distrarci tra le norme delle varie compagnie aeree non è affatto cosa semplice, soprattutto per chi l'aereo lo prende solo in occasione delle vacanze. Per limitare le sorprese spiacevoli è sempre meglio informarsi sui propri diritti leggendo in prima battuta il regolamento della compagnia con la quale si vola. Chi volesse approfondire può consultare la Carta doganale del viaggiatore predisposta dall'Agenzia delle Dogane ([www.agenziadogane.it](http://www.agenziadogane.it)) o la Carta dei diritti e doveri del passeggero, messa a punto dall'Ente Nazionale per l'Aviazione Civile, [www.enac-italia.it](http://www.enac-italia.it).

**Tutto compreso** È sempre molto importante leggere con attenzione ciò che è compreso nel contratto base con la struttura ricettiva o il tour operator. Non è raro, infatti, che ogni benefit in più esiga un pagamento supplementare: dal trasferimento da/per l'aeroporto alle bevande durante i pasti per arrivare alla Tv in camera. Dettagli spesso scritti a caratteri minuscoli proprio per essere saltati a piè pari dall'aspirante turista. Imparare ad evitare sorprese, però, è possibile, per esempio scari-

## ULTIMO MINUTO

**Consigli utili per una vacanza risparmiata.**

> **Budget** Per evitare sprechi di denaro è opportuno fissare un tetto di spesa, valutando attentamente i costi di ogni singola voce.

> **Last minute** Ricorrere a offerte dell'ultimo minuto per voli e alberghi può portare a un risparmio del 30% circa.

> **Vacanza "fai da te"** Chi fa da sé risparmia fino al 20%.

> **Low cost** Per le tratte più battute si può usufruire dei voli low cost. Ormai le offerte sono numerose e vantaggiose rispetto ai voli di linea.

> **Viaggiare in gruppo** Con le offerte per vacanze in comitiva si può risparmiare il 25-30%.

> **Benzina** Se si viaggia in macchina meglio fare il pieno di benzina presso le cosiddette "Pompe bianche" – distributori senza marchio – dove si può risparmiare in media 5-7 centesimi di euro al litro.

> **Spesa alimentare** Meglio effettuarla prima di partire presso i supermercati del proprio paese: si può risparmiare addirittura il 40% rispetto ai luoghi turistici.

> **Lista** Spesso ci si dimentica di mettere in valigia prodotti indispensabili che dovranno poi essere ricomprati nella località turistica. Meglio allora stilare una lista di tutto il necessario.

> **Sicurezza del proprio appartamento** Prima di partire controllare la casa, non lasciando gli apparecchi elettrici accesi in stand by. (R.N.)



E... STATE IN VACANZA

Le ferie degli italiani in tempi di crisi.

di Rita Nannelli

Brevi, low cost e... sul divano. Queste le vacanze estive 2009 che solo italiano su 4 si concede. Secondo un'indagine **Adoc** (Associazione per la Difesa ed Orientamento dei Consumatori) inoltre il 57 per cento dei vacanzieri starà fuori al massimo una settimana – solo l'1 per cento potrà permettersi un mese di relax – e il 52 ha fissato un tetto massimo di spesa a persona per viaggio e alloggio di 700 euro. Il mese preferito per la partenza? Il solito agosto scelto dal 51 per cento di chi parte, mentre è in crescita il numero di turisti – più 3 per cento rispetto allo scorso anno – che organizza il viaggio per settembre. E in tempi di vacche magre crescono i viaggi low cost, scelti dal 35 per cento dei vacanzieri, e quelli pagati a rate, circa l'8 per cento. Cresce anche il fai da te, magari in camper – ogni anno ne vengono acquistati circa 14 mila per un totale di circa 700mila utenti, con tanta voglia di viaggiare in libertà e di risparmiare sulle spese del pernottato – o nei campeggi scelti dal 5 per cento dei vacanzieri. Di tendenza, soprattutto tra i più giovani, il couch surfing, letteralmente "saltare da un divano all'altro": c'è chi mette a disposizione una stanza o il divano della sua casa e c'è chi parte e cerca un posto in cui poter sostare per qualche giorno in qualsiasi parte del mondo. Un tour operator fai-da-te che solo in Italia conta su oltre 33mila "adepti", in crescita alla media del 2 per cento l'anno. Età media molto bassa, intorno ai 28 anni, ma ci sono anche ultra sessantenni che "prestano" il divano di casa. Crescono anche agriturismo, terme e centri benessere, scelti dal 27 per cento dei turisti: soggiorni brevi, ma in completo relax, in mezzo alla natura, a mollo o sotto le sapienti mani dei massaggiatori, per staccare la spina almeno qualche giorno.

cando dal sito dell'**Adiconsum** (Associazione difesa del consumatore e ambiente, [www.adiconsum.it](http://www.adiconsum.it)) "La guida ai diritti per un turista consapevole", un opuscolo che spiega come far valere i propri diritti quando si stipula un contratto con le agenzie di viaggio.

**Formula magica** Le formule di viaggio supereconomiche vanno scelte con cautela perché possono nascondere delle insidie. La più frequente è legata alle rinunce che di solito prevedono penali altissime: una polizza contro il rischio di annullamento può essere una buona ancora di salvezza. Da non scordare poi che, in caso di inadempienze, i diritti legali dei vacanzieri superisparmiosi hanno lo stesso valore degli altri.

**Diritto e rovescio** Se è arduo raddrizzare una vacanza iniziata male, in molti casi è possibile almeno farsi restituire in tutto o in parte la somma pagata attraverso un'azione legale, da esercitare da soli o con l'aiuto di una delle tante associazioni nazionali di consumatori. Per ricevere consulenza e assistenza legale in ambito turistico si può consultare lo Sportello Salvacanze a difesa del turista ([www.sosvacanze.it](http://www.sosvacanze.it)) promosso da **Adiconsum**, **Movimento Consumatori** e **Federconsumatori**. ■

tempi moderni a cura di Rita Nannelli

## donna summer

Fantasia, cura del dettaglio, un pizzico di gusto. Per essere tipe da spiaggia quest'estate non basta il costume. Ma a ciascuna il suo look.

**Romantica** e un po' rétro in abito lungo trasparente a fiori, sandali con piattaforma di legno e sciarpa intorno alla testa.

Costume intero scollato da abbinare a borsa e cappello, tacchi alti per un **look da diva**.

**Più aggressiva** con tunica tigrata e gioielli di pietre semi-preziose coloratissime. Naturalmente capelli al vento, pelle abbronzata.

**Un po' bambina** con il bikini – con o senza paillettes – e una giacchina corta da ginnastica, asciugamento alla mano. Tutto dello stesso colore.

Costume intero con stampa zebrata e accessori ricercatissimi, come cintura e borsetta. Donna **glamour**...

Davvero **alla moda** con il tankini: maglietta – da portare anche con i jeans o con la gonna – e slip o pantaloncini, fantasiosi e un po' buffi.

In spiaggia con l'**accappatoio anche se non si è più bambine**: coloratissimo, senza maniche, rigorosamente con il cappuccio e corto.

Per la **passerella lungomare** mini tute con sandali bassi. Ma solo se le gambe sono dorate.

Se al costume si abbinano scialle e stivaletti bassi, guai se non hanno le **frange anni Venti**, di tendenza anche se non andate in spiaggia.

**Un po' gitane** con bikini e gonna lunga, con balze e ricami. I capelli sciolti fanno il resto.

# 63



## Coop in Festambiente

Un'occasione per divertirsi tra spettacoli, cinema, giochi, per informarsi in mostre e dibattiti e per riflettere sull'ambiente. Nel parco naturale della Maremma **dal 7 al 16 agosto** tornano **Festambiente** – uno dei maggiori appuntamenti europei dedicati all'ambiente – e la sua città ecologica tappezzata di pannelli solari termici e fotovoltaici dove alla luce di lampade a basso consumo si lava con detersivi **Ecolabel**, si mangiano alimenti biologici in bicchieri e stoviglie interamente biodegradabili e si fa la raccolta differenziata dei rifiuti. Tutti insieme per dire stop alla "Febbre del pianeta" – e al nucleare –, tema della XXI edizione del festival di **Legambiente**. C'è anche **Unicoop Tirreno** che porta a Festambiente alcune testimonianze del suo impegno sul fronte del risparmio energetico, dall'impianto fotovoltaico di Vignale alla campagna **Risparmia le energie**.

Consigli per gli acquisti negli stand espositivi di prodotti biologici ed ecocompatibili, nell'**Ecomercato** che espone prodotti alimentari, per la casa e per la bellezza a "denominazione di origine... ecologica", **scontati del 10 per cento per i soci Coop**. In mostra tra i **Sapori Mediterranei** gli alimenti della linea a marchio **Coop Fior Fiore**. E ancora giochi e laboratori di educazione ambientale per i bambini, anche a cura di Unicoop Tirreno che "educa" sui prodotti a marchio, e tanti personaggi dello spettacolo, della cultura e della politica sensibili alle tematiche ambientali. (C.V.)

Info: [www.festambiente.it](http://www.festambiente.it)

## American beauty

Obama, il welfare, la geopolitica, le stelle di Hollywood. Tutta l'America di oggi, i suoi miti, la crisi economica, la moda, la letteratura, il cinema, la gastronomia al centro del prossimo festival **Con-Vivere** che si terrà a Carrara **dall'11 al 13 settembre** alla presenza dei più grandi esperti Usa. Alla quarta edizione del Festival organizzato dalla Fondazione Cassa di risparmio di Carrara, con il patrocinio del Comune e il contributo della Cassa di risparmio di Carrara e la direzione scientifica del filosofo Remo Bodei si prevedono interessanti incontri e lectio magistralis con giornalisti, intellettuali, economisti. Nei dintorni spazi gastronomici con menu a tema, concerti, iniziative dedicate ai bambini. E ancora la premiazione degli studenti delle scuole primarie e del liceo artistico di Carrara partecipanti al concorso a tema e dei loro elaborati che saranno giudicati da una giuria di cui farà parte anche un membro del comitato Coop di Carrara. Saranno realizzati dalle scuole una mostra sul tema americano e un calendario.



**aria fresca** a cura di Barbara Bernardini

## l'ecocellulare

**Con i telefonini si faranno presto anche le ecografie. Quando la tecnologia serve davvero.**



I telefoni di oggi non sono più quelli di una volta... Due ingegneri americani hanno pensato di trasformarli persino in un potente strumento di diagnostica medica. Così presto con lo smart-phone ci si potrà fare persino un'ecografia. Comodamente seduti in poltrona, una sonda ecografica dotata di porta Usb permetterà di trasformare il comune cellulare in un ecografo professionale per vedere carotidi, reni, vescica e tutte le possibili cavità del corpo. Questa geniale invenzione di due ricercatori dell'Università di Washington a St. Louis servirà a rivoluzionare la diagnostica per immagini in quelle aree del mondo o in quelle situazioni di emergenza in cui la carenza o la presenza di un macchinario come l'ecografo può fare la differenza tra perdere e salvare una vita. Gli ingegneri William Richard e David Zar hanno costruito una sonda speciale capace di adattarsi al sistema operativo Windows mobile in dotazione alla maggior parte degli smart-phone modificando appositamente gli algoritmi per il funzionamento dello strumento. La Microsoft, fiutato il business, ha subito elargito un generoso premio di diverse centinaia di migliaia di dollari ai due ricercatori che hanno potuto così approfondire i loro studi fino a portare l'idea alla produzione. La forza di quest'invenzione non sta solo nella tecnologia ma anche nel prezzo. Le nuove sonde ecografiche Usb portatili costeranno meno di 2mila euro con l'obiettivo di abbassare il prezzo a meno di 500 in pochi anni, rendendo così accessibile anche nelle aree più povere del mondo un macchinario che di solito ne costa oltre 20mila. Per una volta un'applicazione davvero utile di tanta esuberante tecnologia.



## gran gala

Tra un'aria e l'altra, due classici intramontabili del balletto e un gala lirico. La grande musica del maestro con i suoi grandi interpreti torna sulle scene del gran teatro all'aperto di Torre del Lago, dove il compositore visse e compose e dove ormai da oltre mezzo secolo la Fondazione Festival Pucciniano ambienta il celebre **Festival Puccini**, che negli anni ha ospitato i nomi più illustri e acclamati della lirica mondiale. Sei serate per **La Bohème**, cinque per **Tosca** come per **Turandot**, tre per **Manon Lescaut** a cavallo tra luglio e agosto. Le date nel dettaglio.

**LA BOHÈME** 10, 15, 19 luglio; 1, 14, 21 agosto. **TOSCA** (nuova produzione) 11, 17, 26 luglio; 9, 20 agosto. **TURANDOT** 18, 25, 31 luglio; 7, 22 agosto. **MANON LESCAUT** 2, 8, 13 agosto. **IL LAGO DEI CIGNI** (balletto) 12 agosto, Balletto di Mosca, Orchestra del Festival Puccini. **GISELLE** (balletto) 19 agosto, Balletto di Mosca, Orchestra del Festival Puccini. **GALA LIRICO** 23 agosto, Angela Gheorghiu, Direttore Alberto Veronesi, Orchestra Deutsche Oper Berlin.

Info: tel. 0584359322

e-mail: ticketoffice@puccinifestival.it

www.puccinifestival.it

Fondazione Festival Pucciniano

v.le Giacomo Puccini, 273 - Torre del Lago Puccini (LU)

tel. 0584350567

Sono previste riduzioni per i soci Coop.

## tutti all'opera

XXIV Edizione della **Lirica in piazza** a Massa Marittima dal **3 al 6 agosto** con il sostegno del Comune, della Provincia di Grosseto, della Regione Toscana, del Ministero per i beni e le attività culturali e con il contributo della **Fondazione Monte dei Paschi di Siena**, per la direzione artistica di Antonietta Stella. Gli appuntamenti sono con la musica di Giuseppe Verdi: con **Il Trovatore** il 3 e il 5 agosto e con il **Rigoletto** il 4 e il 6 agosto, entrambi con inizio alle ore 21,15.

Sono già in prevendita i biglietti e gli abbonamenti presso le biglietterie del circuito Box Office nei punti vendita Coop di Livorno La Rosa, Cecina, Rosignano, Viareggio, Avenza, Follonica, e presso il Chiosco del centro commerciale "Fonti del Corallo" di Livorno (info: tel. 055210804; per acquisti on line [www.boxol.it](http://www.boxol.it); [www.boxofficetoscana.it](http://www.boxofficetoscana.it)). Per acquisti con carta di credito tel. 055264321 mentre dal 21 luglio apre la biglietteria del Museo Civico in piazza Garibaldi a Massa Marittima.

Anche quest'anno è prevista la riduzione del 10 per cento ai soci di **Unicoop Tirreno** e Card Musei della Maremma sui biglietti di ogni ordine ad esclusione dei posti ridotti.

Info: tel. 0566913714-913736-902010-902289; [lirica@comune.massamarittima.gr.it](mailto:lirica@comune.massamarittima.gr.it); [www.liricainpiazza.it](http://www.liricainpiazza.it)

le vite degli altri a cura di Barbara Autuori

## ancora di salvezza

**L'impegno di A.n.co.ra., l'Associazione nazionale malati con disabilità complesse e rare, dall'idea di una neuropsichiatra infantile.**

Neuropsichiatra infantile dell'Unità Operativa del Policlinico di Messina, 47 anni, Maria Bonsignore due anni fa ha fondato **A.n.co.ra.**, Associazione nazionale malati con disabilità complesse e rare ([www.associazioneancora.it](http://www.associazioneancora.it)), di cui è attualmente presidente.

**Dottorssa perché ha sentito la necessità di creare un'associazione di questo tipo?**

«Per portare alla luce quel mondo di sofferenza nascosta che resta spesso confinata all'interno degli ospedali o delle case. Le malattie rare producono una disabilità complessa, che porta con sé difficoltà enormi dal punto di vista medico, ma soprattutto culturale. Non a caso il simbolo dei nostri progetti è il sole, metafora di vita e speranza».

**Insieme a chi ha fondato A.n.co.ra.?**

«L'associazione ha preso il via da un gruppo eterogeneo: pazienti adulti e familiari di bambini malati, medici e operatori sanitari che mettono a disposizione di chi ne ha bisogno la loro esperienza. Al Policlinico abbiamo aperto uno Sportello informativo in funzione dal lunedì al venerdì, dalle 9 alle 12, dove si offrono informazione e consulenza di vario genere. Presto potremo contare anche su un'assistenza legale: esiste, infatti, un'apposita legge nazionale che riguarda le malattie rare».

**Altri progetti da realizzare?**

«Una casa per coloro che assistono i congiunti. Il Policlinico di Messina è centro di riferimento per Sicilia e Calabria e molti dei nostri pazienti sono dei "fuori sede". Abbiamo già individuato il locale vicino all'ospedale che potrebbe alleviare a tante mamme e tanti papà almeno questo disagio».

**Come finanziate le vostre attività?**

«Grazie a scuole e parrocchie che organizzano eventi per raccogliere fondi, genitori che hanno vissuto il dramma di figli malati, semplici cittadini ma anche personaggi un po' più noti come la nostra madrina Catena Fiorello, di Letojanni come me».

**Un sogno nel cassetto?**

«Un grande centro di riabilitazione in provincia perché anche i bambini disabili hanno il diritto a un vero progetto di vita».





## storia d'amore

Che estate è senza il cornetto Algida?  
Un cuore di cioccolato grande così...



### SPOT Alito di Vigorsol

Congedato il roditore petomane – che tanto fece scalpore e poi diventò noioso, come un monello a cui non si dà più attenzione pur di farlo smettere – Vigorsol torna in Tv con uno spot che cattura da subito l'attenzione e si fa quasi sentire sulla pelle. L'ambientazione potrebbe essere una strada a Cuba, dove la calura si taglia a fette. Per fortuna c'è un chiosco dove un giovane intraprendente vende bottigliette magiche, dalle quali esce una sorta di vapore ghiacciato da far scorrere avidamente sulle parti del corpo più bollenti. L'effetto è chiaramente diverso se a compiere il gesto è una mulatta mozzafiato o una signora abbondante, ma chiunque invidierà quell'atto sublime, sentendo sulla pelle l'effetto corroborante dell'alito imbottigliato di un masticatore di chewing-gum alla menta. Vigorsol colpisce nuovamente nel segno e per fortuna questa volta fa in modo che la freschezza delle sue gomme esca da un lato più "accettabile" del corpo. (B.R.)

Qual è il primo e più sicuro segno del ritorno dell'estate? La ripresa – direte voi – dell'abitudine di andare al mare. Ma molti si concedono vacanze al mare nei paesi cosiddetti caldi fin da gennaio! Allora sarà la presenza sui banchi della frutta di tipici prodotti estivi, come le ciliegie e le albicocche. Ma neanche questo è un segno molto sicuro, perché in un mondo globalizzato questi frutti si trovano tutto l'anno. E allora? Allora il segno più sicuro è dato dalla ricomparsa sul piccolo schermo degli spot che reclamizzano gelati. Ed anche quest'anno Algida si presenta con una storia molto divertente, ma anche molto argomentativa. Lo slogan finale dello spot è "Non aver paura di mostrare il tuo amore" che compare mentre un giovanotto, seduto in riva al mare con una bella ragazza, le offre appunto un cornetto love chocolate. Il tema dell'amore è poi sottolineato da una bella canzone romantica dei Foreigner, gruppo newyorkese famoso negli anni Ottanta, "I want to know what love is". Fin qui, tutto bene. Ma dove sta il carattere manipolatorio dello spot? Bisogna partire dall'inizio, dove lo spunto è dato dal fatto che il protagonista, insieme a un gruppo di amici, vede su un autobus un ragazzo che "mostra il suo amore" alla fidanzata disegnando un cuore sul vetro del finestrino. Allora rivolgendosi spavalidamente ai compagni, li invita a fermarlo se lo vedessero fare qualcosa di simile. Ma prontamente si innamora e cerca di dimostrarlo alla ragazza che gli fa battere il cuore, attraverso dei gesti di tenerezza. Lo spot ne illustra una serie, che partono dall'invio di un fascio enorme di rose rosse, per giungere all'esibizione in un locale dove lui canta una canzone in onore della sua bella, fino al gesto di presentarsi davanti alla terrazza della casa di lei con una gru che porta attaccato un enorme orso di peluche. Tutti gesti iperbolici. In ognuno dei casi i suoi amici intervengono allontanandolo con uno spintone, in ottemperanza al desiderio che egli stesso aveva espresso. L'ultimo gesto è quello dell'offerta alla ragazza del cornetto "love chocolate". Ma ecco il carattere argomentativo, che consiste nel suggerire l'intercambiabilità dei primi tre iperbolici "beaux gestes" con quest'ultimo e nel conferire all'offerta del cornetto lo stesso valore che hanno i primi che sono presentati come volutamente "esagerati" – e per questo piacciono al pubblico giovanile a cui lo spot è chiaramente diretto – mentre molto più contenuto è il gesto repressivo degli amici che si limitano a colpirlo con un pallone.

# RIO mare

## TONNO RIO MARE ALL'OLIO DI OLIVA

BUONO E SANO COME UN PESCE



Milioni di italiani portano ogni giorno in tavola il **Tonno Rio Mare all'Olio d'Oлива** perché sanno di potersi fidare, perché è così tenero che si taglia con un grisino, perché ha un gusto inconfondibile, perché sanno che è ideale per

adulti e per bambini. E perché sanno che è fatto solo con i **migliori tonni A Pinne Gialle** con la semplice aggiunta di puro olio d'oliva e un pizzico di sale. Nient'altro. Perché **Come Rio Mare c'è solo Rio Mare.**



Novità



# Filigrani

il piacere di un cracker leggero e friabile



Con solo il **7% di grassi** è un prodotto semplice per prendersi cura di sé senza rinunciare al gusto e alla bontà di un cracker fatto a regola d'arte.