

NUOVO CONSUMO

Il mensile per i soci Unicoop Tirreno • euro 1,50 • anno XVII • numero 174 • marzo 2008



PRESI NEL SACCHETTO

Contro l'emergenza rifiuti più raccolta differenziata, meno discariche e tecnologie adeguate. Come Coop riduce gli imballaggi.



Strane, ma vere
Alla scoperta delle malattie rare
Il mio piatto libero
Dossier sulla sicurezza alimentare
Casco in piedi
Guida all'acquisto dei caschi



INSERTO CARRELLO

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



Siamo donne o caporali?

Lavoratrice, madre, casalinga comunque. La donna modello 2008 alle prese con un'organizzazione sociale poco rispettosa delle sue esigenze e una mentalità maschile ancora tutta da cambiare.

“Organizzazione di operaie, legislazione del lavoro, emancipazione legale, divorzio, voto amministrativo e politico. Tutto questo sì, è un compito immenso, eppure non è che la superficie: bisogna riformare la coscienza dell'uomo e creare quella della donna!” Sono passati più di cento anni da quando la scrittrice Sibilla Aleramo lanciava questo accorato appello per l'emancipazione della donna. Oggi queste parole potrebbero sembrare lontane e vuote, come se il processo di emancipazione femminile fosse arrivato al capolinea e la lotta per una effettiva parità fra i sessi fosse ormai roba vecchia e superata. L'8 marzo ci ricorda anche quest'anno che il lungo cammino verso la parità non è ancora compiuto e che anzi rischia di essere frenato, interrotto e ricacciato indietro su temi importanti come il lavoro, la tutela della maternità, i servizi sociali, i diritti civili. L'attacco forsennato ad una legge che ha debellato la piaga dell'aborto clandestino e ha contribuito a ridurre fortemente il ricorso a questa scelta dolorosa ed estrema, colpisce in primo luogo la dignità delle donne. Ma in generale chiunque può rilevare come, a una coscienza che cresce, quella della donna, non faccia ancora riscontro un'adeguata organizzazione sociale rispettosa di esi-

genze, tempi, problematiche femminili. Se guardiamo la realtà delle cose con l'occhio critico di chi va oltre le apparenze, oggi la donna è schiava del “doppio lavoro”, quello di casalinga e quello che dedica al processo produttivo; ancora oggi la donna, per un importante incarico lavorativo, si vede spesso e volentieri preferire un uomo magari meno capace di lei, prescelto solo per il “vantaggio” che gli deriva dall'essere maschio. Basti pensare che le donne che siedono in Parlamento – speriamo che cambi qualcosa nella prossima legislatura – sono una assai esigua minoranza e ancora rarissime sono le donne che, nei governi della Repubblica, hanno ricoperto incarichi di ministro. Intendiamoci, nessuno può negare che le donne italiane abbiano conseguito importanti e significative conquiste. Ma non possiamo certo affermare che sia stata percorsa tutta quanta la strada che le separa dalla definitiva e completa parità con l'uomo. E soprattutto dobbiamo ammettere

che a questo impetuoso processo di creazione di coscienza femminile non si accompagna un'altrettanto forte e consapevole “riforma” della coscienza degli uomini. Cari colleghi maschietti, mi dispiace dirlo, ma siamo rimasti indietro...



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

Direttore responsabile

Aldo Bassoni

Redazione

Rita Nannelli

Beatrice Ramazzotti

Luca Rossi

Barbara Sordini

Cristina Vaiani

Hanno collaborato

Francesca Baldereschi

Martina Balocchi

Barbara Bernardini

Anna Ciaperoni

Tito Cortese

Eleonora Cozzella

Eugenio Del Toma

Daniele Fabris

Costanza Giambalvo

Maria Carla Giugliano

Carlotta Grimaldi

Dario Guidi

Silvia Inghirami

Giovanni Manetti

Chiara Milanese

Roberto Minniti

Giorgio Nebbia

Paola Ramagli

Anna Somenzi

Sergio Veroli

Paolo Volpini

Mariano Votta

Progetto grafico

NeWork&B

Impaginazione

Marco Formaioni

Copertina

Agenzia Grazia Neri

Impianti e stampa

Coptip Modena

Direzione e redazione

SS1 Aurelia Km 237

Frazione Riotorto - 57025 Piombino (LI)

Tel. 0565/24720 - Fax 0565/24210

e-mail: nuovoconsumo@unicooptirreno.coop.it

Editore

Vignale Comunicazioni srl

Pubblicità

Giemme Pubblicità di Graziella Malfanti

via Pacinotti, 12 - 57025 Piombino (LI)

tel. 0565 49156 - 226433 - fax 0565 39003

e-mail: graziella.malfanti@tiscali.it

Responsabile pubblicità

Roberta Corridori

Registrazione del Tribunale di Livorno

n° 695 del 24/07/2001

Iscrizione ROC 1557

del 4/09/2001

Tiratura prevista: 465.900 copie

Chiuso in tipografia il 19/2/2008



Stampato su carta 100% riciclata

 **prestito sociale**

DIVENTA ORA SOCIO PRESTATORE:

Se apri un libretto con almeno 100€ di deposito
riceverai subito due utilissimi regali:



**UNA BORSA PER LA SPESA
IN PURO COTONE**



UN BUONO SPESA DA 10€



**RICORDA: L'INIZIATIVA È VALIDA
DAL 21 MARZO AL 21 GIUGNO.**



Il libretto Coop: niente costi, solo vantaggi.

rubriche

Il punto Siamo donne o caporali?	7
Lettere	10
Coop risponde	11
Previdenza Scalino mobile	12
Chi protegge il cittadino Segnali in codice	13
Dillo a Nuovo Consumo Saldo a ostacoli	14
Pace verde Il buono, il brutto, il cattivo	15
Controcanto Fatti e misfatti	21
Prodotto a marchio Tabella di marcia	31
Sani & salvi	39
ABCibo	39
Cece ne fusse	
La merce muta Il cambio delle gomme	45
Nel carrello	49
A tavola	54
Pasqua di mondo	
Specie protette Nel regno del giallo	57
Presidi Slow Food Più unico che raro	57
Consumi in scena La strana coppia	66

NC

La vita che vorrei <i>Voglia di cambiare tra entusiasmo e paura.</i>	59
Tempi moderni	61
Che gioie! <i>Il lusso in tempi di crisi.</i>	62
Aria fresca	63
Casanova <i>Eureka Coop, oggetti di design per la casa.</i>	64
Cuore di Coop	65

17 | Prima pagina

PRESI NEL SACCHETTO

Risparmiare, riutilizzare, riciclare: cosa fare contro l'emergenza rifiuti.

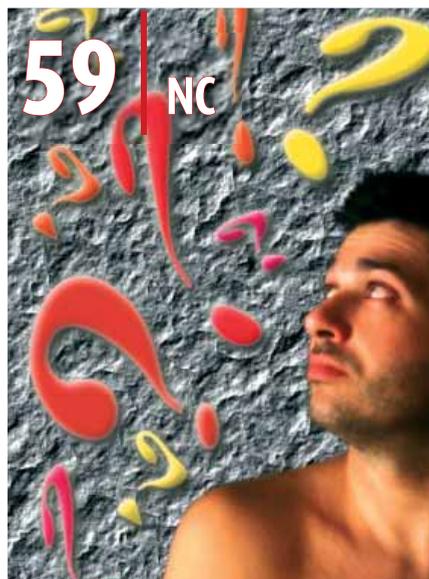
attualità

COOP INFO	
Questionario di feeling	22
A libretto aperto	23
La vetrina dei soci	23
Il deserto dei miracoli	24
Storie di donne	25
Strada maestra	27
A buon punto	28
Grazie Roma	29

SALUTE / Strane, ma vere
Riconoscere e curare le malattie rare.

DOSSIER / Il mio piatto libero
Gli italiani e la sicurezza alimentare.

inserto carrello 33



59 | NC

37 | Salute



prodotti

GUIDA ALL'ACQUISTO / Casco in piedi <i>Metti il casco e guidi sicuro.</i>	46
GLI EXTRA / Bimbi a posto <i>Piccoli sul seggiolone, genitori tranquilli.</i>	48
TIPICO / Figlio di latte <i>Il formaggio fresco che fa la goccia.</i>	50
SALTIMBOCCA / Grand'uovo <i>A Pasqua le mille forme del cioccolato.</i>	52
COTTI & CRUDI / Pasta celere <i>Piatti veloci con la pasta sfoglia.</i>	56





centrifuga, filtrato, dopo di che subisce il procedimento descritto sopra di cottura e centrifugazione. Come vede non si utilizzano né ammoniaca né acidi particolari, perciò la sicurezza non è a rischio. Dal punto di vista nutrizionale le caratteristiche nutritive dello zucchero grezzo non sono diverse da quelle dello zucchero bianco. Lo zucchero grezzo (che si ricava sia dalla canna da zucchero che dalla barbabietola) è semplicemente non del tutto raffinato. Le differenze di colore e sapore dipendono dalla presenza di piccole quantità di residui vegetali (melassa) che non hanno particolari significati nutrizionali.

Titoli di testa

Quale socio Coop ricevo il vostro mensile regolarmente e vi devo fare le mie congratulazioni. Quello che mi ha spinto a scrivervi, oltre la professionalità di tutto lo staff, è la bravura, la genialità del vostro "titolatore". Ha delle invenzioni che, come dei lampi di luce, ti invogliano, ti guidano e ti anticipano la lettura dell'articolo sottostante; già da quando apri distrattamente la rivista sei colpito e la curiosità si accende. Grazie.
L.G., via e-mail

La ringraziamo per l'attenzione che mostra verso *Nuovo Consumo* e per i complimenti che rivolge alla redazione e in particolare al "titolatore". Ci teniamo a rivelarle che il "titolatore" in realtà sono i "titolatori" o meglio le "titolatrici" che si divertono davvero molto nella ricerca del titolo giusto che incuriosisca il lettore, lo spinga a leggere l'articolo, stimoli la sua fantasia. Liete di colpire nel segno... speriamo anche con il titolo di questa lettera.

Rita Nannelli e Cristina Vaiani



La normativa prevede che si debba indicare la zona di coltivazione del pomodoro fresco, chiarendo sia la zona di coltivazione del pomodoro fresco coincidente con la regione oppure lo stato dove il pomodoro fresco è stato coltivato. In tutte le nostre etichette, in corrispondenza della denominazione legale del prodotto, indichiamo che si tratta di pomodoro coltivato in Italia e i dati relativi allo stabilimento di produzione.

L'indicazione della regione di coltivazione deve essere presente nel caso in cui il prodotto sia una *dop* o un prodotto tipico di una regione geografica, come la passata di Pachino e di San Marzano. Le nostre passate non derivano dalla lavorazione di queste specie di pomodoro, perciò non è necessaria l'indicazione della regione di coltivazione.

In garanzia

Ho acquistato presso un supermercato Coop un televisore e vorrei sapere come dovrei comportarmi nel caso si dovesse rompere.
Lettera

I beni di consumo sono tutelati da una garanzia di due anni dalla data di acquisto: inizia al momento della consegna e scatta quando ci si rende conto che il prodotto non funziona, funziona male o è diverso da quanto ci si aspettava di acquistare. Il difetto deve comparire quindi entro 24 mesi dalla consegna del bene, ma il tempo massimo a sua disposizione per denunciare il danno è di 2 mesi. Si arriva così a 26 mesi per la tutela dei consumatori che dovessero scoprire il difetto negli ultimi giorni di validità della garanzia. Dovrà perciò conservare lo scontrino fiscale per 2 anni più 2 mesi dalla data di acquisto, ma le consigliamo di fare una fotocopia della documentazione che con il tempo tende a sbiancarsi diventando illeggibile. Le ricordiamo, inoltre, che per questi problemi dovrà sempre e comunque rivolgersi al venditore, che è l'unico soggetto con il quale ha intrattenuto un rapporto di compravendita.

Da dove vieni?

Ho sentito che le etichette delle passate di pomodoro devono riportare la zona di coltivazione del prodotto utilizzato e lo stabilimento di produzione. Vorrei sapere se e come Coop si è adeguata a questa normativa.
via e-mail

Errata corrige Nel numero di gennaio-febbraio (173) di *Nuovo Consumo*, a pagina 55, sono state invertite le foto delle ricette. Ce ne scusiamo con i lettori.

Scalino mobile

Come cambiano le regole per la pensione di anzianità nel nuovo anno?

Lettera

Nel 2008 si potrà ottenere la pensione di anzianità a 58 anni (con 35 anni di contributi) anziché a 60 anni come prevedeva la riforma Maroni. Le nuove regole si basano su "scalini" e "quote": aumenti dell'età minima combinati con coefficienti dati dalla somma dei requisiti anagrafici e contributivi.

Durante il periodo più favorevole, tra il 1° gennaio 2008 e il 30 giugno 2009, i lavoratori dipendenti potranno mettersi in pensione con 58 anni di età e 35 di contributi.

Dal 1° luglio 2009, con la partenza del secondo scalino, entra in funzione la quota "95" in base alla quale l'età minima sale rispettivamente a 59 e a 60 anni a seconda che si possano far valere 36 o 35 anni di contributi.

La situazione cambia di nuovo nel 2011 quando parte il terzo scalino abbinato alla quota "96": quindi 61 anni con 35 di

contributi o 60 con 36.

Dal 1° gennaio 2013 in poi scatta la quota "97" raggiungibile combinando 62 anni di età e 35 di contributi o 61 di età e 36 di versamenti.

Per i lavoratori autonomi quote e scalini sono aumentati di un anno rispetto a quelli previsti per i dipendenti mentre chi ha 40 anni e più di contributi potrà continuare ad andare in pensione a qualsiasi età a prescindere dalla categoria di appartenenza.

Dal 1° gennaio 2008 è cambiato anche il regime delle finestre che passano da quattro a due.

I lavoratori dipendenti potranno mettersi in pensione dal 1° gennaio dell'anno successivo se i requisiti sono stati maturati entro il primo semestre dell'anno (30 giugno) o dal 1° luglio successivo se i requisiti sono stati raggiunti nel secondo semestre (31 dicembre).

Vecchie regole per i lavoratori (fino a un massimo di 5.000 unità) collocati in mobilità sulla base di accordi sindacali stipulati entro il 15 luglio 2007.

LiberEtà: e-mail redazione@libereta.it

latte fresco maremma



**TOSCANO
100%**

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

Chi protegge
il cittadino



Segnali in codice

Sento parlare di un nuovo codice bancario ma non so bene di cosa si tratti. Potrei saperne di più?

Lettera

Per tutte le operazioni di incasso e pagamento disposte sia sul territorio nazionale che internazionale (nei 27 paesi dell'Unione Europea più Svizzera, Islanda, Liechtenstein e Norvegia) dal 1° gennaio 2008 siamo tenuti a sostituire le tradizionali coordinate bancarie, *Abi*, *Cab* e numero di conto, con l'*Iban*, il codice internazionale di identificazione del conto corrente.

L'*Iban* (*International Bank Account Number*) è un codice composto da una serie di numeri e lettere e viene automaticamente attribuito a ogni rapporto bancario che identifica la nazione in cui è tenuto il conto, la banca presso il quale tale conto è stato aperto, lo sportello e il conto corrente di ciascun cliente. Il codice prevede, inoltre, dei caratteri di controllo. L'*Iban* è sempre indicato nella prima pagina dell'estratto conto corrente che il suo

istituto le invia periodicamente. In ogni caso lo si può richiedere al proprio istituto in qualsiasi momento.

In sostanza per effettuare un bonifico è necessario acquisire il codice *Iban* dei conti correnti dei beneficiari, richiedendolo direttamente ai soggetti destinatari del bonifico che si intende effettuare. Nel caso, invece, si debba ricevere un bonifico, il cliente dovrà comunicare il codice *Iban* relativo al proprio conto a chi deve eseguire il bonifico a suo favore. È bene precisare che dopo il primo gennaio 2008 i bonifici disposti senza indicazione del codice *Iban* del conto beneficiario saranno ancora accettati dal sistema bancario per un periodo di tempo transitorio, la cui scadenza è attualmente fissata al 1° giugno 2008.

Per saperne di più In collaborazione con 14 associazioni dei consumatori, l'*Abi* ha messo a punto la guida "*Iban e bonifici. Guida all'utilizzo del codice unico bancario* che si può scaricare gratuitamente all'indirizzo: www.cittadinanzattiva.it/content/view/1331/555/

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

CORREDI

La vera Poltrona
con Massaggio
Shiatsu

348 8509767
www.riccardocorredi.it



mod.
RUBINO

In visione e prova
SOLAMENTE

Presso lo Showroom **IPERCOOP**
"Fonti del Corallo" uscita Porta a terra (LI)
dal 24 Marzo al 6 Aprile



LATTICE

VISTO
IN TV



POLTRONE
alzanti
super Relax
massaggianti
SCONTO DEL

50%

MATERASSI
Lattice e Memory
per un corretto
RIPOSO



mod. **DIANA**
La **REGINA**
delle Poltrone



**DIFFIDATE
DALLE
IMITAZIONI**

Apertura Nuovi negozi Riccardo Corredi
in **FRANCHISING** anche nella tua città!

Per tutte le informazioni **LINEA DIRETTA**
348 8509767



Saldo a ostacoli

In occasione dei saldi mi sono recata presso l'outlet che dista 20 chilometri da dove risiedo per acquistare un capo d'abbigliamento che mi interessava. Arrivata nel centro l'ho trovato e l'ho acquistato. Tornata a casa però mi sono resa conto che il piumino di una nota marca era difettato a causa di un taglio sotto la manica che a prima vista non era percepibile. Sono quindi tornata nel centro ripercorrendo i 20 chilometri e per tutta risposta mi hanno detto che la merce in saldo non si cambia e si sono rifiutati anche di farmi un buono. Cosa posso fare?
Anna, Roma



dico, poiché anche sulla merce in saldo, ma difettata, c'è il diritto di cambio. Qualora un altro capo per sostituire il precedente non sia più disponibile nel negozio deve comunque essere effettuato un buono pari al valore del prezzo pagato. Nel caso in cui il negoziante rifiuti anche tale opzione lei avrà diritto alla restituzione dell'intera cifra versata, in base agli artt. 128 e ss. del Codice del Consumo.

Effettivamente molto spesso da parte dei negozianti viene negato il diritto a cambiare la merce in saldo. Tale pratica, essenzialmente illegittima, non ha alcun presupposto giuri-

Sergio Veroli, Vicepresidente Federconsumatori
Tel. 0642020759/63 - fax 0647424809 - www.federconsumatori.it
e-mail: federconsumatori@federconsumatori.it
orario: da lun. a ven. 9.30-17

FRAGRANTI DELICATEZZE DI MONTAGNA

CASTEL DEL PIANO (GR)
Monte Amiata
Tel. 0564/956787



*il buono
della spesa*



Il buono, il brutto, il cattivo

In Italia la domanda di *parquet* di lusso è in crescita. Nuove specie esotiche compaiono di continuo sul mercato: varietà di colori, toni e venature, caratteristiche tecniche e decori per tutti i gusti. Non tutti, però, sono consapevoli delle conseguenze ambientali di queste nuove tendenze. Nomi come *Wengè*, *Iroko* e *Doussiè* dovrebbero mettere in allarme i consumatori. Spesso, infatti, si tratta di specie rare o minacciate, provenienti da paesi in cui i controlli sono scarsi e il fenomeno del taglio illegale molto diffuso. *Greenpeace* diffonde la nuova guida al *parquet* *Il buono il brutto e il cattivo* (scaricabile al link www.greenpeace.it/parquet), svelando tutti i trucchi per una scelta responsabile. Anche legni di origine apparentemente più innocua – come il larice siberiano o il pino che viene dalle regioni più nordiche della Finlandia e della Russia – provengono spesso da foreste pri-



marie minacciate. Il prelievo, legale o illegale, sta portando alcune specie particolarmente rare all'estinzione: è il caso del *merbau* indonesiano. Nella guida al *parquet* *Greenpeace* ha unito un giudizio generale sulle condizioni delle specie di legno impiegate alla situazione specifica nei paesi di provenienza. L'obiettivo è indicare quali sono i fattori di rischio: dove il rischio è più alto, diventa più importante dotarsi di strumenti di prevenzione, come la certificazione forestale. Esistono molti sistemi di certificazione forestale. *Greenpeace*, insieme alla maggior parte delle associazioni ambientaliste internazionali, ritiene che il *Forest Stewardship Council (FSC)* sia il più affidabile fra loro. Il marchio *FSC* è l'unico in grado di assicurare una sufficiente affidabilità dei controlli e delle verifiche su *standard* omogenei, la piena preservazione della foresta e il rispetto dei diritti dei popoli indigeni che la abitano.

Maria Carla Giugliano, Ufficio Stampa Greenpeace

PROMOZIONE
DI PASQUA



La Casa del Buttaero

Nuova S.A.M.A. s.r.l.

Sede Amm.va - Via L. da Vinci- Loc. Sambuca - Tavarnelle V.P. (FI) - TEL. 055/8071541 FAX 055/8071542
Stabilimento: Loc. Cerrosughero - Campagnatico (GR) - TEL. 0564/997300 - Fax 0564/997301
P.I. e C.F. 05562340488

PROSCIUTTO
CON
OSSO

PROSCIUTTO
A TRANCIO

AFFETTATI A
MANO

PRESI NEL SACCHETTO

Le cartoline da Napoli di questi ultimi mesi sono al tempo stesso una triste realtà e il simbolo esasperato di una situazione che rischia di finire fuori controllo se non si compiono scelte attente e oculate. Tra raccolta differenziata, discariche e inceneritori, una situazione d'emergenza in cui la società dei consumi si trova costretta a gestire una grande quantità di rifiuti in spazi sempre più limitati e con metodi e tecnologie non sempre adeguati.

di Aldo Bassoni

Dalle case degli italiani escono più di 32 milioni di rifiuti con un incremento del 2,7 per cento sul 2005. «Ma il dato più inquietante è che nel periodo 2003-2006, mentre i consumi aumentano di appena il 2,9 per cento, i rifiuti crescono dell'8,3», dice il presidente dell'*Apat* **Giancarlo Viglione** a margine della presentazione del *Rapporto rifiuti 2007*. Se ci domandiamo da cosa dipende questo "disallineamento" fra consumi e rifiuti, viene spontaneo pensare agli imballaggi. La società dei consumi è anche la società delle scatole, delle vaschette, delle bottiglie di plastica, delle lattine e dei cartoni che sicuramente proteggono meglio e impreziosiscono

i prodotti, ma contribuiscono in maniera cospicua a riempire i nostri già traboccanti sacchetti della spazzatura che quotidianamente depositiamo in qualche cassonetto nella speranza di non ritrovarceli tra i piedi. «Più scatole non vuol dire prodotti migliori – afferma **Ermete Realacci**, presidente della Commissione ambiente della Camera dei deputati –. Penso che sia necessario reintrodurre trattamenti di favore per chi usa vuoti a rendere. La Coop, ad esempio, utilizza ricariche dei detersivi. Sul riciclaggio in molte regioni si è lavorato bene ma sulla riduzione a monte non si è fatto ancora nulla».

Non fa DIFFERENZA

Purtroppo il ciclo delle merci non è né breve né semplice. «La prima cosa da fare sarebbe proprio produrre meno rifiuti – sottolinea **Katia Ledonne** dell'Ufficio scientifico di *Legambiente* –. Poi bisogna incrementare la raccolta differenziata, la discarica deve essere l'ultima scelta». Quello della raccolta differenziata è un fronte che avanza ma non abbastanza. «Nel 2006 il Nord è arrivato al 40 per cento di raccolta differenziata, il Centro resta stabile al 20 e il Sud non va molto oltre il 10 per una media nazionale del 25,8 per cento, molto al di sotto dell'obiettivo stabilito a suo tempo dalla legge Ronchi, il che significa che va fatto qualche sforzo in più», spiega Viglione. Insomma, l'Italia è ancora lontana dall'aver una gestione integrata del ciclo dei rifiuti. «Si deve partire da un incremento significativo della raccolta differenziata e del relativo sistema industriale di trattamento – riprende Realacci –. Uno degli

strumenti su cui agire per incentivare comportamenti virtuosi da parte di cittadini e amministrazioni locali può essere la leva fiscale». La bolletta dei rifiuti è cresciuta in maniera esorbitante. La gente fa fatica a capire e soprattutto si sente deresponsabilizzata da chi dovrebbe accompagnare serie politiche di recupero e smaltimento dei rifiuti solidi urbani con un'altrettanto seria politica di incentivi sulle tariffe. «Nel nostro Paese mancano ancora una parte delle infrastrutture necessarie per perfezionare il ciclo dei rifiuti, ma soprattutto mancano politiche a monte del ciclo stesso, con strumenti premiali e sanzionatori a seconda dei comportamenti adottati da cittadini e aziende», aggiunge **Roberto Barbieri**, presidente della Commissione parlamentare d'inchiesta sul ciclo dei rifiuti. Anche la scienza è d'accordo. «Certo, se i cittadini vedono che i loro comportamenti virtuosi oltre a fare bene all'ambiente, fanno bene anche al portafoglio, si convinceranno più facilmente a collaborare con le amministrazioni per incrementare la raccolta differenziata», dichiara **Stefano Raccanelli**, del Consorzio Interuniversitario di Chimica per l'Ambiente di Mestre. Il *Comieco* (Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica) ha fatto i conti: la mancata attivazione della raccolta differenziata della carta e del cartone in Campania tra il 1999 e il 2005 è costata 102 milioni di euro.

Lezioni di RECUPERO

Eppure la Campania vanta il più importante polo cartario del Mezzogiorno con ben 4 cartiere in grado di produrre oltre 180mila tonnellate l'anno di carta riciclata. Ma le responsabilità dei cittadini vengono dopo quelle di chi li governa. «Dobbiamo sciogliere i consigli comunali che non fanno la raccolta differenziata, perché chi non recupera i rifiuti fa un danno economico e ambientale», dice **Tommaso**

LE CITTÀ PIÙ DIFFERENZIATE

città	2006 (%)
Reggio Emilia	46,8
Padova	38,9
Torino	36,7
Brescia	35,8
Ravenna	35,6

La classifica della raccolta differenziata per regioni vede al primo posto il Trentino (49,1) seguito da Veneto e Lombardia. In coda il Molise con appena il 5 per cento di raccolta differenziata, mentre nella tanto discussa Campania, con il suo 11 per cento, situazioni limite come quella della provincia di Caserta – dove addirittura la raccolta differenziata è in calo – si accompagnano a situazioni di eccellenza come Mercato San Severino (20mila abitanti e 55 per cento di raccolta differenziata); Scafati (50 mila abitanti e 40 per cento di raccolta differenziata); Salerno che nel 2008 si appresta ad avviare un nuovo progetto di raccolta differenziata domiciliare, il cosiddetto *Porta a porta* su cui tante amministrazioni comunali stanno già puntando.

Sodano, Presidente della commissione ambiente del Senato. Ma il recupero da solo non è la soluzione definitiva al problema dei rifiuti. Così come non lo sono le discariche e gli inceneritori. «Le discariche sono pericolose perché a lungo andare inquinano e poi occupano suolo e modificano il paesaggio – osserva Katia Ledonne – ma siccome non possiamo abolire i rifiuti per legge bisogna agire su tutti i fronti, riduzione, recupero, riuso». Poi però qualcosa bisognerà bruciare o, come si usa dire oggi, termovalorizzare. «Attenzione però a cosa ci si butta dentro i termovalorizzatori nel senso che la parte energetica dei rifiuti deve essere preparata con cura, non possiamo bruciare tutto», precisa Katia Ledonne. Secondo uno studio di *Nomisma Energia*, il combustibile da rifiuti di qualità (*Cdr-Q*) è talmente

ricco che vale la bellezza di 300 euro per tonnellata, cioè 30 centesimi per chilogrammo. Dentro c'è dell'energia perché ci sono imballaggi di carta e plastica: su 33 milioni di tonnellate di rifiuti prodotti, il riutilizzo energetico di soltanto 8 tonnellate consentirebbe una riduzione della bolletta dei rifiuti di un 20-30 per cento l'anno che tradotto in soldoni fa 100 euro in meno all'anno per le famiglie. Insomma, perché buttare via questa ricchezza enorme? Basterebbe fare una raccolta differenziata seria e consistente da cui ottenere un *Cdr* di qualità, prenderlo e scaraventarlo semplicemente in una centrale elettrica o in un cementificio.

Mi rifiuto

Esperienze in tal senso ce ne sono già. A Venezia, per esempio, si va già in centrale elettrica con il *Cdr*. Come dire, fare di necessità virtù. «Dei termovalorizzatori non possiamo fare a meno – dice Roberto Barbieri – ma devono essere costruiti con le migliori tecnologie valutandone attentamente l'impatto ambientale complessivo. Se aumentano le emissioni, infatti, è anche vero che i termovalorizzatori "spengono" altre fonti inquinanti, quindi alla fine il bilancio può essere comunque positivo». Non tutti ovviamente la pensano così. «E le ceneri prodotte dai termovalorizzatori dove vanno? – si chiede Sodano –. In Germania, per esempio, vanno nelle miniere di salgemma, le nostre invece non lo sappiamo. Anche il mitico impianto di Brescia non ha un piano per le ceneri». Insomma buona parte della soluzione del problema dei rifiuti è nelle mani della tecnologia. Più raccolta differenziata, meno discariche, e termovalorizzatori efficienti. Bisogna agire su tutte le leve: a cominciare da quella della riduzione della produzione di volumi spropositati di rifiuti. E bisogna che ognuno faccia la sua parte fino in fondo. A cominciare da chi amministra la cosa pubblica.



32 milioni di tonnellate
i rifiuti urbani prodotti nel 2006.

550 chili la produzione
di rifiuti di ogni italiano.

50 inceneritori di cui quasi la metà
solo tra Emilia e Lombardia.

123 euro è il costo del ciclo dei rifiuti.

12,1 milioni di tonnellate
gli imballaggi immessi al consumo.

Butta male

Vi stupireste se qualcuno vi dicesse che ci stiamo mangiando i nostri rifiuti? Forse sì, ma se ci pensiamo bene ci accorgiamo che è la pura verità. «Tutto quello che sconsideratamente buttiamo per terra come rifiuto, o liberiamo nell'aria sotto forma di fumi, o immettiamo nelle acque – dice il dottor **Stefano Raccanelli** del *Consorzio Interuniversitario di Chimica per l'Ambiente di Mestre* –, prima o poi finisce che ce lo mangiamo o noi o i nostri figli». Banale, vero? Quel foglio buttato per terra o quella cicca o quella lattina o quel bicchiere di plastica lasciato in pineta dopo il *picnic* domenicale... Noi credevamo di essercene liberati, invece no. Prima o poi qualcuno se lo mangia. Eppure dietro questa banalità c'è semplicemente la prima legge della natura, quella che ha fatto capire all'uomo come gira il mondo e cioè che niente si crea e niente si distrugge. Tutto ritorna. E allora? «E allora vorrei che la gente capisse che i rifiuti non sono qualcosa di estraneo all'ambiente, non ce ne liberiamo per sempre, ma dobbiamo semplicemente fare attenzione a come li trattiamo». Il dottor Raccanelli è un "cacciatore" di elementi inquinanti e pericolosi prodotti dalle industrie che spesso finiscono nella catena alimentare. È lui che controlla i prodotti a marchio Coop. Lui passa al setaccio gli alimenti che finiscono sui banchi dei nostri supermercati. Ed è lui che coordina e indirizza la ricerca di qualunque sostanza potenzialmente dannosa alla salute dell'uomo. Una di queste sostanze si chiama diossina.

Non è che accanto all'emergenza rifiuti c'è anche un'emergenza diossina, professore?

«Diciamo che in Italia le diossine sono una presenza abbastanza costante legata a problematiche industriali non risolte, mi riferisco in particolare alle fonderie che accumulano questi enormi serbatoi inquinanti che sono le scorie siderurgiche che poi, a causa di normali eventi climatici, si disperdono nell'ambiente e vanno a finire nella catena alimentare. Tracce di *Pop (Persistent Organic Pollutant)* – molecole sintetiche usate nell'industria che si degradano molto lentamente – sono

state trovate persino nel grasso dei pinguini che, com'è noto, vivono in territori poco antropizzati».

Ma sono davvero così pericolose queste sostanze?

«Pericolose e persistenti perché si degradano molto lentamente. La diossina è cancerogena, reagisce col *dna*, può provocare mutazioni cellulari e, a seconda dell'organismo nel quale agisce, provoca danni più o meno rilevanti. Per questo la Comunità Europea ha messo un limite di assunzione settimanale di questa sostanza che non deve superare i 2 picogrammi per chilogrammo».

Una delle fonti potenziali di diossina sono gli inceneritori.

«Non tutti. Quelli di moderna e avanzata concezione emettono una quantità di diossina qualche centinaio di volte inferiore alla soglia di rischio grazie alle nuove tecnologie di trattamento dei fumi».

Allora possiamo stare tranquilli?

«Ripeto, dipende molto dalla tecnologia di costruzione».

Ma non dipende anche da cosa ci si butta dentro?

«Non direi, a patto che si tratti solo di rifiuti solidi urbani e non di rifiuti speciali o pericolosi che devono essere smaltiti in ben altro modo».

Quindi le ecoballe di Napoli le possiamo tranquillamente bruciare?

«Se sono rifiuti urbani non vedo perché non possano essere immesse in un impianto di termovalorizzazione purché ben progettato, costruito e gestito, fermo restando che sarebbe molto meglio, prima di bruciare, ridurre la produzione di rifiuti, recuperare ciò che può essere recuperato e riciclare».

Ma non tutto si può riciclare.

«È vero. Una parte dei nostri rifiuti si può riciclare, una parte no. La gente deve sapere che una bottiglia di plastica con la carta appiccicata non si ricicla, e nemmeno una lattina di piselli sporca è riciclabile. Però questa è la strada che dobbiamo percorrere per liberarci intelligentemente dei rifiuti che produciamo».

RIUSI E COSTUMI

Risparmiare, riutilizzare, riciclare: le 3R di Coop.

Gli imballaggi dei prodotti a marchio Coop rispettano l'ambiente secondo il principio delle 3R. Risparmiare, Riutilizzare, Riciclare. «Siamo riusciti a risparmiare peso e volume su tutti i materiali – dice **Ulisse Pedretti**, responsabile tutela ambientale di *Coop Italia* – riducendo del 30 per cento il peso del film plastico, inserendo il film senza *pvc* nella linea pellicole casa, abbiamo eliminato

l'astuccio di cartone di cui la maionese in tubetto può fare tranquillamente a meno, come pure il dentifricio il cui alluminio del tubo è stato sostituito da polietilene multistrato, abbiamo affiancato buste monodose alle lattine nella linea *petfood* gatto, abbiamo introdotto l'avvolgente con nastro adesivo nella linea caffè *multipack* e sostituito la busta di plastica con nastro di carta dei sacchetti della nettezza urbana. In questo modo abbiamo risparmiato quasi 1.000 tonnellate in sei anni». Il riutilizzo è importante per risparmiare anche la plastica. «Per questo abbiamo inserito da tempo le ricariche multidose richiudibili dei detergenti per la persona e per la casa» aggiunge Pedretti. Conti alla mano, altre 1.445 tonnellate di plastica sono state sottratte alle discariche e agli inceneritori. Non solo. Ormai buona parte delle confezioni dei detergenti sono fatte con almeno il 50 per cento di plastica riciclata (in certi casi arrivano al 70 e al 100 per cento: ammorbidenti concentrati, detergenti vetri e superfici dure). E aggiungiamo così ai precedenti numeri altre 5.160 tonnellate di plastica riciclata. Inoltre, per alcuni dei propri prodotti a base di cellulosa, Coop ha ottenuto la certificazione *Fsc* che identifica i prodotti contenenti cellulosa proveniente da foreste gestite in maniera corretta e responsabile secondo rigorosi *standard* ambientali, sociali ed economici. Per ottenere questa certificazione occorre che almeno il 70 per cento delle cellulose provengano da foreste certificate *Fsc*. «Coop ha scelto invece il metodo dei crediti attraverso il quale si obbliga l'impianto dell'azienda da cui proviene il prodotto ad usare almeno il 10 per cento del totale fabbisogno di cellulosa *Fsc* per l'intera produzione» spiega Pedretti. E siamo arrivati finalmente ai piatti e bicchieri monouso in *PLA* (acido polilattico) derivato dall'amido di mais, quindi completamente naturale che assicura la totale biodegradabilità nel rispetto dell'ambiente.



Ti va di imballare?

«Esiste anche un'etichettatura specifica (l'applicazione è partita, ma occorrerà un po' di tempo per essere a regime su tutti i prodotti) dedicata allo smaltimento degli imballi e delle confezioni – spiega Pedretti –. È facilmente distinguibile su sacchetti, vassoi, buste e confezioni col suo caratteristico marchio di color grigio sul quale sono riportate le specifiche del materiale usato e le indicazioni su come smaltirlo».

«C'è anche un progetto – cosiddetto della "monomaterialità" – che prevede un intervento per cercare di usare un solo materiale per la produzione degli imballaggi da trasporto (carta o plastica) in modo da facilitare il recupero e il riciclo che si accomuna alla produzione di imballaggi pronti per il caricamento degli scaffali evitando doppi o tripli imballaggi e facilitando il servizio al cliente».

Il prossimo passaggio potrebbe essere ancora più audace. «Per vendere due etti di ricotta si usa una vaschetta molto costosa e impattante in volume e peso – dice **Giuliana Giuggioli**, responsabile rete piccoli supermercati di *Unicoop Tirreno* –. Forse sarebbe meglio cominciare semplicemente ad incartare certi alimenti, proprio come una volta, in modo da eliminare tutte quelle confezioni *matrioska* che non finiscono mai con sacchetti, dentro altri sacchetti e dentro vaschette. Sono sicura che i soci e i consumatori non hanno difficoltà a capire che questo è un lavoro molto importante e attuale su cui dobbiamo impegnarci tutti seriamente».

Infine gli *shoppers* di plastica. «Per il momento non ci sono novità, ma in attesa del bando dei sacchetti di plastica che dovrebbe decorrere dal 2010 – dice Pedretti – è in atto una sperimentazione con *shoppers* in *Mater-BI* (un polimero di fonte rinnovabile e fossile, interamente compostabile, *ndt*) al termine della quale Coop deciderà se proporlo in tutti i punti vendita».



SI PUÒ FARE

Le soluzioni per la gestione dei rifiuti sono essenzialmente di tre tipi:

- > discariche
- > incenerimento o termovalorizzazione
- > riciclaggio

L'uso delle **discariche** non si presta come unica soluzione permanente e rischia di creare grandi concentrazioni di rifiuti tossici con inevitabili conseguenze sull'ambiente e la salute pubblica. I **termovalorizzatori**, invece, sfruttano la combustione dei rifiuti per produrre energia elettrica. Le emissioni di diossine – seppure in minime quantità – e lo stoccaggio delle ceneri provocano forti tensioni sociali con le comunità locali anche se gli impianti moderni, se ben costruiti e gestiti, sono abbastanza sicuri. Una strada più complessa della logica di smaltimento in discarica o negli inceneritori è il **riciclaggio** con un approccio che investa l'intero processo produttivo a partire dall'uso di **materiali biodegradabili e riciclabili** come il vetro, i metalli o i polimeri naturali. A monte del riciclaggio c'è la **raccolta differenziata** che, per essere efficace, ha bisogno di un processo di differenziazione attuato dai singoli utenti.

Il riciclaggio apre un nuovo mercato in cui nuove piccole e medie imprese "recuperano" i materiali riciclabili per rivenderli come materia prima o semilavorati alle imprese produttrici dei beni. Un mercato che si traduce in nuova occupazione.

Eliminati i materiali riciclabili (vetro, metalli, carta) la parte restante dei rifiuti viene separata in base al grado di umidità. Una parte dei rifiuti può essere utilizzata per estrarre gas, liquidi e combustibili solidi per un riutilizzo come *compost* fertilizzante o come materia prima per determinati cicli produttivi industriali (es. bioetanolo). Al termine del processo di selezione il residuo "a secco" dei rifiuti è l'ideale per trasformarsi in combustibile per termovalorizzatori e cogeneratori. Infine la parte dei rifiuti non adatta alla combustione viene destinata alla discarica.

Non è semplice, ma si può fare.

Controcanto
di Tito Cortese



Fatti e misfatti

I gravi fatti che denunciano il malessere dell'Italia, in balia di politici senza scrupoli e problemi irrisolti.

Durante le convulse giornate che hanno accompagnato la fine del governo di Romano Prodi, tre fatti sono stati additati alla pubblica opinione come simboli del malessere del Paese: la spazzatura ammassata in Campania, la rinuncia del Papa ad accogliere il contestato invito dell'università di Roma, l'arresto della moglie del ministro guardasigilli. Da noi è il chiacchiericcio televisivo da *talk show* a dettare le linee dell'indignazione collettiva: ma forse c'è da distinguere tra cose tanto diverse che si sono affastellate insieme.

L'orrenda vicenda delle discariche napoletane è la conferma di squilibri territoriali che l'Italia si trascina da sempre e che la politica non ha dimostrato di saper affrontare con la determinazione e la lungimiranza necessarie: e questo è grave oggi come ieri e non deve più essere domani. Le polemiche sulla mancata orazione di Benedetto XVI all'ateneo romano sono invece un episodio che si sarebbe potuto evitare con l'uso di maggiore prudenza da varie parti: ma non ci si venga a dire, per carità, che il legittimo dissenso di docenti e studenti su una discutibilissima iniziativa del rettore di quell'ateneo costituisca un atto eversivo, come lo si è voluto far apparire. Quanto agli arresti domiciliari

di una signora illustre va pur detto che se si è trattato di errore non è certo il primo nella storia giudiziaria del nostro Paese come di altri Stati di diritto: quanta gente che non appartiene alla ristretta cerchia dei *vip* ne subisce qua e là, senza che si ravvisi perciò la necessità di far cadere governi?

Ma non c'erano forse, in quelle stesse giornate della caduta di Prodi, altri fatti da additare come segni preoccupanti del malessere italiano? Provo a citarne alcuni.

I dati *Istat* sulle famiglie italiane che non arrivano alla fine del mese. Un *leader* che si ricandida alla guida dell'Italia ed è assolto in un'aula di giustizia perché accusato di un reato – il falso in bilancio – che non è più tale per via di una legge approvata quando l'imputato era a capo del governo. Un presidente di regione condannato a cinque anni per favoreggiamento di personaggi di mafia che, costretto a dimettersi, si accinge probabilmente a entrare in Parlamento. La condanna, alla Corte di giustizia europea, del sistema televisivo italiano che ha negato le frequenze a chi ne aveva diritto per darle a un'emittente di proprietà dello stesso *leader* che si ricandida alla guida dell'Italia... Occorre continuare?



QUESTIONARIO DI FEELING

Il socio può approfittare di un'occasione unica nella sua modalità: rispondere al questionario allegato e mettersi in contatto diretto con la Cooperativa. Un'importante corrispondenza che servirà a Unicoop Tirreno per crescere e al socio per diventare ancora più protagonista.

di Barbara Sordini

Toccare con mano. Ascoltare e recepire gli interessi e le aspettative dei soci di *Unicoop Tirreno*. Avere gli elementi per stilare una mappatura dei bisogni nei vari territori in cui la Cooperativa è presente e farsi carico delle esigenze dei soci stessi. Ecco spiegato il perché e la scelta di allegare a questo numero di *Nuovo Consumo* un questionario, il primo dedicato a tutti i soci di *Unicoop Tirreno*, che permetterà alla Cooperativa di avere un quadro abbastanza realistico su dove concentrare la propria attività attraverso i nuovi Comitati soci. «È proprio ai Comitati che riporteremo i risultati di questa indagine conoscitiva – afferma **Massimo Lenzi**, direttore delle Politiche Sociali di *Unicoop Tirreno* –. I dati e le risposte che verranno fuori serviranno anche

per una verifica all'interno degli stessi Comitati, in cui dovranno essere ricercati quei soci attivi disposti a impegnarsi per perseguire quei determinati interessi. L'intento è anche quello di coinvolgere un numero più ampio di persone a partire dai soci non eletti alle passate elezioni di ottobre per il rinnovo dei Comitati soci. D'altro canto, sempre partendo dai dati del questionario, verificheremo se quel Comitato è promotore degli interessi

richiesti e proposti dai soci. Ovviamente la nostra non è un'indagine di *marketing* vero e proprio: potremmo invece definirla una ricerca sulle esigenze di socialità dei territori, un censimento che ci informi e ci renda partecipi delle richieste e dei bisogni dei nostri soci».



Dimmi chi sei

La Cooperativa sta con i propri soci: risponde alle loro esigenze, li rende partecipi delle proprie strategie, li coinvolge negli organismi decisionali. Un questionario è lo strumento più diretto per sondare gli interessi e le aspettative dei soci di *Unicoop Tirreno*, per capire il loro grado di soddisfazione e le aspettative. I soci che scelgono di rispondere devono per prima cosa compilare le domande che riguardano i propri dati anagrafici e l'eventuale indirizzo *e-mail* per entrare maggiormente in contatto con la Cooperativa. Dopo le presentazioni, l'indagine è suddivisa in tre sezioni tematiche per sondare gli interessi del socio, il livello di partecipazione alle iniziative della Cooperativa, il grado di conoscenza degli organismi decisionali di *Unicoop Tirreno*. La seconda sezione parte dalla valutazione dell'impegno che ciascun socio mette nei diversi ambiti di cui si occupa la Cooperativa o in quali ambiti vorrebbe si impegnasse di più; è richiesta inoltre una valutazione sulla distintività di *Unicoop Tirreno* su alcuni temi in raffronto ad altri gruppi della Grande Distribuzione e quanto i servizi offerti dalla Cooperativa siano o potrebbero essere utili nella propria zona di appartenenza. La terza sezione mette in stretta relazione il socio con il punto vendita di riferimento e con i prodotti offerti, cercando di capire il perché della scelta di un determinato negozio e l'attenzione che il socio pone nella scelta dei prodotti. A margine di ciascuna domanda o alla fine delle sezioni tematiche, è lasciato spazio a commenti e osservazioni libere perché *Unicoop Tirreno* è in attesa di conoscere il parere e il pensiero di tutti i propri soci.

FACILE DA COMPILARE

Il questionario è stato realizzato in collaborazione con l'*équipe* del professor Marco Frey della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa che curerà anche la raccolta dei dati e farà una sintesi dei risultati. L'invito che la Cooperativa fa ai propri soci è quello di rispondere numerosi e per questo ha cercato di rendere fruibile quanto più possibile lo stesso questionario e di consegnarlo compilato presso il punto vendita di riferimento. Altro importante dato è il fatto che non siamo di fronte a uno strumento anonimo, anzi. Il

socio dovrà specificare bene i propri dati anagrafici in modo da collocare in ogni specifico territorio delle specifiche risposte. Pochi i dati da ricordare:

- > ricevere il questionario allegato al numero di marzo 2008 di *Nuovo Consumo* o richiederne copia presso il punto vendita;
- > il questionario potrà essere scaricato *on line* dal portale **www.unicooptirreno.e-coop.it**;
- > per rispondere c'è tempo **fino al 30 aprile 2008**;
- > il questionario compilato deve essere consegnato presso il punto vendita o il punto di ascolto di riferimento.

A LIBRETTO APERTO

Una promozione rivolta a tutti i soci che non hanno ancora un libretto di deposito a risparmio presso la Coop. Dal 21 marzo al 21 giugno ad ogni nuovo socio prestatore verrà offerto un buono sconto del valore di 10 euro e una borsina shopper di puro cotone.

di Aldo Bassoni

Si chiama *Promozione primavera* e durerà esattamente tre mesi, dal **21 marzo** al **21 giugno**, con l'obiettivo di offrire ai soci la possibilità di indirizzare i loro risparmi verso approdi sicuri e remunerativi in un periodo sempre più caratterizzato da pericolose turbolenze finanziarie.

È la prima volta che *Unicoop Tirreno* punta decisamente su una promozione per l'adesione di nuovi soci al Prestito sociale. Lo fa con un'offerta semplice ma allettante che si propone di avvicinare tanti soci a una forma di risparmio garantita e conveniente che non ha mai smesso di incontrare il favore di decine di migliaia di risparmiatori. Questa volta basta aprire un libretto di deposito con un versamento di almeno 100 euro per aggiudicarsi un buono spesa generico del valore di 10 euro da spendere in tutti i punti vendita del *Gruppo Unicoop Tirreno*. In più, a chi aderirà a questa iniziativa verrà fatto omaggio di una borsina in puro cotone per lo *shopping* quotidiano.

Di pari tasso

«Negli ultimi mesi abbiamo assistito ad un andamento particolarmente negativo della borsa, perfino l'ultima asta di *Bot* è stato contrassegnata da un sensibile abbassamento dei rendimenti, mentre Coop mantiene i suoi tassi di interesse stabili e quindi sempre più interessanti per quei piccoli risparmiatori che amano il binomio sicurezza e convenienza», dice **Fernando Pellegrini**, responsabile Finanza di *Unicoop Tirreno*. Per aderire alla *Promozione primavera* basterà semplicemente recarsi all'ufficio Prestito sociale

presso il punto vendita di riferimento e compilare l'apposita domanda a cui farà immediatamente seguito l'apertura del libretto, su cui effettuare un versamento minimo di 100 euro. Per chi ancora non lo sapesse, Coop applica tre diversi tassi di interesse per altrettante fasce che al momento sono i seguenti: il 2,20 per cento lordo per importi fino a 2.500 euro, il 2,50 tra 2.500 e 15.000, il 3,30, sempre lordo, per somme superiori a 15.000 euro. Il tetto massimo di deposito è di 31.776 euro. La Cooperativa assicura il rimborso al socio e una corretta e rigorosa tutela del capitale garantita innanzitutto dalla solidità patrimoniale dell'azienda. Ogni operazione sul libretto è a costo zero, compresi gli eventuali pagamenti della spesa tramite carta *SocioCoop* e la spedizione degli estratti conto mensili. Insomma, tanti vantaggi e niente costi.

LIBRETTO COOP

Nella tabella un esempio dei vari rendimenti su un libretto di deposito in rapporto al capitale investito.

Spese di apertura	0
Spese di chiusura	0
Spese di gestione	0
Ritenuta fiscale	12,50%

Rendimenti

importi €	tasso medio %	
	lordo	netto
5.000	2,35	2,05
10.000	2,42	2,12
15.000	2,45	2,15
20.000	2,66	2,33
25.000	2,79	2,44
31.776	2,90	2,54

MUSICA

Livorno

Stagione di musica da camera 2007-08
Teatro *Cral Eni*, v.le Ippolito Nievo 38

Giovedì 27 marzo ore 21

Musica in Austria e Germania
"Open ensemble"

Pianoforte, violino, viola, violoncello

Musiche di Mozart, Schubert, Schumann

Giovedì 24 aprile ore 21

Musica francese nel XX secolo
"Sestetto Ximenes"

Giovedì 22 maggio ore 21

Musica della poesia: il Lied tedesco
"Duo Bacchelli-Rimicci"

Mezzosoprano, pianoforte

Musiche di Brahms, Mahler, Schumann

Ingresso 8 euro

soci *CralEni* e Coop 6 euro

Info 0586401308

TERME

Portoferraio (LI)

Terme San Giovanni
(struttura convenzionata *Asl*)
Portoferraio, Isola d'Elba

Dal 20 aprile al 31 ottobre

Sconto del 20% sulle cure termali non in convenzione *Asl* e sui trattamenti singoli o in abbinamento del centro benessere.

Sono possibili trattamenti benessere alghe, bagni salso-iodici, bagni gorgogliati, idromassaggi, inalazioni, nebulizzazioni, algoterapia, spugnature, trattamento termale viso-collo, settimane salute. I clienti della struttura termale possono usufruire di tariffe speciali presso gli alberghi convenzionati con le Terme San Giovanni.

Info 0565914680

info@termelbane.com

www.termelbane.com



PIOMBINO

DOMENICA IN... CASTELLO

Concerti, incontri con scrittori e registi, degustazioni di prodotti a marchio Coop. Una serie di domeniche al castello fino al 25 aprile 2008 promosse dalla Sezione soci Piombino in collaborazione con l'assessorato alla cultura del Comune di Piombino e la circoscrizione Porta a Terra.

IL DESERTO DEI MIRACOLI

“Il naso non può non sentire gli odori, l'orecchio non udire i rumori, la bocca i sapori. Solo il piede va dove vuole. Se siete qui oggi è perché fin qui avete guidato i vostri passi”. In tanti, al ritorno dal viaggio in Burkina Faso di metà gennaio, hanno raccontato questo detto burkinabè o se lo sono appuntato sull'agenda dopo averlo ascoltato nelle parole del vescovo di Dori, il giorno in cui veniva inaugurata la sala parto del *Progetto Matteo* a Gorom Gorom e un bimbo appena nato strillava alla vita.

Il viaggio in Burkina Faso non è mai uguale. Ogni anno infatti cambiano i compagni di avventura e le tappe dell'itinerario, nascono nuovi progetti, nuovi preziosissimi pozzi, nuove strutture, come la sala parto, che salveranno la vita a donne e bambini e che in certi luoghi sembrano quasi un miracolo, una magia nel deserto. Quello che non cambia è il Burkina Faso, l'accoglienza della gente più povera del mondo eppure così dignitosa, a tratti altera. È un comportamento che rimane impresso a chi torna dal viaggio. Non a caso Burkina Faso significa “patria degli uomini integri” e volle darglielo nel 1984 l'allora presidente Thomas Sankara (assassinato nel 1987 durante il colpo di Stato che portò alla presidenza Blaise Compaoré, attuale capo di stato del Paese).

SENTO la nostalgia

Non cambia neanche lo stato d'animo di chi compie il viaggio: smarrimento e preoccupazione prima di partire, entusiasmo ed euforia durante la permanenza, nostalgia e stanchezza al rientro. «Il giorno dopo il ritorno a casa sono finita in ospedale – racconta la giovane attrice livornese Silvia Lemmi che con il collega

Trampoli, neonati e campi di fagiolini. Immagini e racconti di viaggio al ritorno dal Burkina Faso, dove il *Progetto Matteo* sta cambiando la vita a centinaia di persone. di Beatrice Ramazzotti



Macro Buldrassi aveva il compito di organizzare animazioni, giochi di strada, raccontare fiabe e filastrocche per i bimbi dei villaggi – forse perché gli ultimi giorni mi sono rilassata e ho mangiato ciò che non dovevo. Niente di grave per fortuna... Quando si riparte?».

Silvia e Marco hanno già adottato a distanza un bimbo di *Casa Matteo*. «Durante il viaggio ho capito che la mia missione è rendermi utile per gli altri, il Burkina me lo ha fatto capire». «Possiamo tornare il prossimo anno?», le fa eco Marco e pensare che per convincerlo a fare il viaggio ci è voluto più di un mese (*ndr*). È tornato a pezzi, ma felice, dopo giornate passate a cammi-

nare su trampoli altissimi e a mettere in atto diavolerie che facevano impazzire nugoli di bambini. C'è una foto buffa dove si vede il ragazzo seduto, circondato dai ragazzini, mentre si mette i trampoli. Nella seconda foto lui è in piedi, altissimo, e i bambini sono scomparsi: terrorizzati sono fuggiti a gambe levate per poi tornare da lui più allegri e curiosi di prima.

Il testimone

Silvia è anche un'animatrice Coop dell'educazione al consumo e sta lavorando per organizzare incontri con le scuole e riproporre la sua esperienza di viaggio ai ragazzi. «Siamo stati vicini al progetto dai nostri uffici, prima emotivamente e poi concretamente, organizzando eventi e raccolte fondi – racconta **Silvia Ammannati**, responsabile *Costumer Care* di *Unicoop Tirreno* –. Per me era arrivato il momento di vedere con i miei occhi, fare un po' da testimone e tornare per raccontare, anche ai più scettici, che il *Progetto Matteo* è una realtà concreta, che le nostre strutture hanno migliorato la vita di tante persone». Come quella di Justine, mamma di 19 anni, che nella sala parto di Gorom Gorom ha dato alla luce il suo primo figlio e lo ha voluto chiamare Ulivieri, con l'accento sulla i, alla francese, in onore di Walter Ulivieri, fondatore del *Progetto Matteo*. Anche il giovane padre Armen ha tenuto in braccio il bimbo (comportamento poco usuale da queste parti) accompagnando la sua sposa in quella struttura di quattro stanze, con letti veri, ecografo e incubatrice, ostetriche e infermiere costruita grazie a *Unicoop Tirreno*, Comune e

Pubblica Assistenza di Piombino. In realtà Ulivieri non è il primo nato, il traguardo lo ha tagliato Lia, nata i primi di dicembre dopo che l'ostetrica e consigliera di amministrazione Lia Buralgassi aveva allestito la sala.

Oh che BELL'OSTELLO

Da *Casa Matteo* all'*Hotel delle Dune*, dove la delegazione ha soggiornato. Carlo Ciavoni, inviato del *Venerdì* e di *Viaggi di Repubblica* ci fa i complimenti: «L'ostello è carino, il cibo è ottimo, potrebbe entrare nelle guide turistiche. Bisognerebbe solo migliorarne un po' la gestione». È proprio sulla formazione delle infermiere, delle donne di *Casa Matteo*, dei ragazzi dell'hotel che il prossimo anno si concentreranno *Unicoop Tirreno* e il *Movimento Shalom*. In una terra dove l'aspettativa di vita supera di poco i 40 anni e l'età media è di 20 anni trasmettere la continuità dei progetti non è cosa facile. Lo hanno capito invece i contadini di Kougussi che coltivano i

fagioli *TerraEqua* acquistati e distribuiti da Coop in tutta Italia da gennaio ad aprile. Sono circa mille i contadini che oggi hanno stipendi equi e garantiti, condizioni di vita e lavoro migliori. Dal deserto di Gorom Gorom il piede ora tocca le fertili terre coltivate prima di ritornare in Italia. Quel piede che in Burkina ci è voluto andare e poi non vede l'ora di ritornarci.



STORIE DI DONNE

Un incontro con Dacia Maraini e il suo libro *Passi affrettati*, il regalo di Unicoop Tirreno a tutte le dipendenti.

di Barbara Sordini

“Un atto di simpatia e di attenzione verso tutte quelle donne che ancora sono prigioniere di un matrimonio non voluto, di una famiglia violenta, di uno sfruttatore, di una tradizione, di una discriminazione storica difficile da superare”. Con le parole di Dacia Maraini e con il suo nuovo libro *Passi affrettati*, *Unicoop Tirreno* festeggia i cento anni della festa delle donne, donando l'8 marzo una copia, in prima nazionale, di questo lavoro a tutti i dipendenti. Il volume, che con il prezzo di copertina sostiene il *Centro anti-violenza donna* di Chieti, raccoglie sette storie di donne, di diverse aree del mondo, con religioni diverse tra loro, con stili di vita diversi, eppure accomunate da una triste realtà: quello di essere vittime della violenza, a volte immotivata, a volte frutto di una cultura arcaica. *Passi affrettati* è anche uno spettacolo teatrale che



Unicoop Tirreno ha deciso di sostenere con diverse programmazioni: il 4 marzo, nel pomeriggio, presso i locali mensa della sede della Cooperativa a Vignale (Livorno). Dopo lo spettacolo l'incontro è con l'autrice Dacia Maraini, presente anche alla replica, la sera del 4 marzo, a Piombino. Il 14 marzo le scene di *Passi affrettati* arrivano, sempre con il sostegno di

Unicoop Tirreno, a Roma mentre la rappresentazione sarà in Campania subito dopo l'estate. Lo spettacolo consente a uomini e donne di riflettere insieme sulla realtà della violenza fisica e psicologica a cui soggiacciono le donne, sulla discriminazione di genere nel mondo del lavoro e nella società moderna. In questa direzione *Passi affrettati* ha costruito un modello di intervento sia nelle scuole, coinvolgendo studenti e insegnanti attraverso lo strumento del teatro, sia nelle imprese con il progetto pilota di *Responsabilità Sociale* avviato da *Unicoop Tirreno* e rivolto ai propri dipendenti.



STRADA MAESTRA

Si chiama Proserpina e aiuta i ragazzi a... farsi strada da soli. E insieme a Coop insegna i corretti stili di vita. di Cristina Vaiani

Riconoscere segnali e pericoli, affrontare in modo autonomo e sicuro il percorso casa-scuola, imparare insomma la strada. L'obiettivo di PRO.S.E.R.P.I.N.A. – il progetto-scuola-educazione-responsabilità-prevenzione-incidenti stradali che si rivolge agli alunni frequentanti le classi della scuola primaria e secondaria di primo grado dell'Istituto comprensivo "Leonardo Da Vinci", ai loro genitori e alla cittadinanza del quartiere – è formare pedoni e ciclisti consapevoli dei rischi legati alla mancata osservanza delle norme che regolano il comportamento stradale. Promuovere quindi l'uso della bicicletta e la mobilità pedonale negli spostamenti quotidiani in città (per lavoro, scuola, spesa) perché fa bene alla salute e all'ambiente, magari prevedendo interventi di dissuasione della velocità e di messa in sicurezza di alcuni percorsi e attraversamenti fino ad auspicare progetti di ripensamento del contesto urbano che prevedano di riservare alcune strade a pedoni e ciclisti o di realizzare una rete di piste ciclabili, protette o lontane dal traffico automobilistico, con tanto di segnaletica e parcheggi specifici per due ruote. Il progetto è promosso dall'assessorato alla pubblica istruzione del Comune di Carrara in collaborazione con la Circoscrizione di Avenza, l'Istituto comprensivo "Leonardo Da Vinci", *Automobil Club* Massa Carrara, *Unicoop Tirreno*, *ASL 1 Educazione alla Salute*, comando di Polizia Municipale.

Passeggiando in bicicletta

Tutela ambientale, educazione civica e stradale, legalità e rispetto delle norme, mobilità sostenibile a piedi o in bici o

su mezzi di trasporto collettivi, l'importanza del movimento. Questo insegna *Proserpina* attraverso molteplici insegnamenti, dai genitori ai nonni ai docenti, dai vigili urbani agli operatori sanitari alle associazioni di volontariato, dall'*Acifino* a Coop che, dopo 27 anni di educazione al consumo consapevole nelle scuole, mette a disposizione delle



classi e delle famiglie coinvolte esperti e animatori, gli stessi punti vendita, in questo caso di Avenza e Massa, e i soci per organizzare presidi e iniziative.

Il tutto si tradurrà in animazioni e laboratori: nella scuola primaria per promuovere la cultura del *pedibus* in collaborazione con la Polizia Municipale (proposta tratta dal *kit* per docenti *Alimenta il tuo benessere*, edizioni Coop 2007) ma anche i corretti stili di vita legati all'alimentazione e all'esercizio motorio; nella scuola secondaria le animazioni avranno come tema i rischi derivanti dall'assunzione e dall'abuso di alcolici e farmaci in età adolescenziale, "battaglia" intrapresa da Coop nell'ambito del carnevale di Viareggio con l'iniziativa *Non la bevoche* ha già sensibilizzato numerose istituzioni e amministratori. Saranno realizzate dimostrazioni al punto vendita sul contenuto alcolico delle bevande e dei cibi che contengono insospettabili tracce di alcol, ma anche indagini e statistiche sulle cause e le conseguenze degli incidenti stradali, oltre che simulazioni "stradali" in piste attrezzate con segnaletiche e impartite nozioni di pronto soccorso. Per adulti e genitori questionari sulle abitudini relative alla guida e alla sicurezza elaborato dai *partner* di progetto. Ad aprile è previsto un evento finale con simulazioni di guida, merende salutari, iniziative al punto vendita.

CI VEDO CHIARO

Sugli *ogm* il Comitato soci di Massa Marittima (Sezione soci Colline Metallifere) vuole vederci chiaro. Tanto da organizzare per **venerdì 14 marzo dalle ore 16** presso la sede di via Marconi 11 una conferenza-dibattito sugli *Organismi Geneticamente modificati* in collaborazione con l'associazione *Dire Fare*, con la Biblioteca Comunale "Gaetano Baldi", *Lirica in Piazza* e Sportello *Informa Donna* di Massa Marittima e con il patrocinio del Comune di Massa Marittima. La conferenza sarà tenuta da **Fabio Pellegrini**, responsabile Area Qualità di *Unicoop Tirreno*.

CHE SARABANDA!

Una vera e propria *Sarabanda*... così si divertono i bambini del Laurentino: ogni ultimo venerdì del mese (ad eccezione dei mesi di luglio e agosto), dalle 17 alle 19,30 all'interno del supermercato Coop fioccano le animazioni per i più piccoli. Laboratori di lettura animata, scrittura creativa, teatro, attività legate ai percorsi di educazione al consumo consapevole e tanto altro ancora organizzati dalla Sezione soci di Roma Laurentino in collaborazione con l'Associazione Culturale *Il Nido della Fenice*. Nel mese di **aprile** l'iniziativa si svolgerà **giovedì 24** anziché venerdì 25 (festivo).

GRAZIE DEI LIBRI

L'insegnante Domenico Salatino e le responsabili della Biblioteca della scuola "A. Tagliacozzo" in v. C.E. Gadda in Roma, Maria Vittoria Stellato e Maria Luigia Di Maio, ringraziano la Coop per la gentile donazione dei libri che hanno arricchito la biblioteca della scuola dove da anni si tengono percorsi di lettura per gli alunni.

A BUON PUNTO

Sotto Natale aumenta del mille per cento la donazione dei punti spesa in favore dei progetti di solidarietà della Cooperativa. Lo straordinario successo della campagna "A Natale anche i punti sono più buoni". di Cristina Vaiani

Sono bastati uno *slogan* e dieci monete da un euro riunite a formare un albero di Natale per richiamare l'attenzione di migliaia di soci. Alla campagna di solidarietà *A Natale anche i punti sono più buoni* hanno risposto in massa i soci di *Unicoop Tirreno*: più di mille hanno sostenuto le adozioni a distanza del progetto *Cuore di Coop* donando un milione e 359mila punti mentre arrivano a 888 quelli che hanno destinato un milione e 213mila punti al *Progetto Matteo* che in Burkina Faso ha portato alla realizzazione di un centro per l'accoglienza di settanta bambini senza famiglia, oltretutto di un'infermeria, un ostello, una sala parto, pozzi per



l'acqua. E, come se non bastasse, *Unicoop Tirreno* ha scelto di raddoppiare il valore dei punti-solidarietà: a 500 punti corrispondono adesso 10 euro. Diventa così sempre più grande il... cuore di Coop. Tradotta in cifre la solidarietà natalizia garantirà a cento nuovi bambini in Sud America, Africa ed Est Europa cibo, educazione scolastica e cure mediche per un

anno. Il *Progetto Matteo* potrà invece contare su 24mila euro.

Il "miracolo" dei punti – in un mese sono stati donati il doppio dei punti rispetto ai precedenti otto mesi – è stato possibile grazie alla bontà dei soci che hanno scelto di destinare alla solidarietà una parte dei punti accumulati

Abbigliamento, utensili da cucina, scarpe, giocattoli... una consistente quantità di campionatura, ceduta gratuitamente dall'ufficio *Category No food* di *Unicoop Tirreno*, è stata in parte donata alla *San Vincenzo de Paoli* e in parte venduta dalle Sezioni soci nei mercatini e il ricavato destinato ai progetti di solidarietà.

con la spesa. Somme sono state raccolte anche dai dipendenti e dalle Sezioni soci che hanno raccolto fondi tramite iniziative territoriali, cui si aggiungono i versamenti dei fornitori. 2.100 euro sono infine arrivati all'*Avsi* dalla vendita dei biglietti augurali. Al successo dell'iniziativa ha poi contribuito una capillare campagna di comunicazione che per raggiungere lo scopo si è servita dei volantini distribuiti nei punti vendita, dei presidi dei soci, dei biglietti di auguri, delle locandine, di *NoiCoop*, di *Nuovo Consumo*, della intranet aziendale, del portale internet, di video proiezioni e persino di un albero di Natale, quello all'ingresso di Vignale, addobbato con le scatoline della solidarietà... da riempire di punti.

BONTÀ LORO

Tutto esaurito al pranzo di solidarietà del Comitato soci di Cerveteri e Ladispoli. Hanno partecipato 216 persone, tra cui molti giovani e bambini, tanti soci Coop e dipendenti, funzionari della Provincia e della Regione, rappresentanti della *Cooplat* e della pro loco, i *partner* dell'iniziativa. Raccolti 3.700 euro che saranno interamente devoluti al *Progetto Matteo* a sostegno del quale sono arrivate anche le testimonianze di Caterina Balivo e Tiberio Timperi. Il Comitato ringrazia per la



gentile disponibilità e collaborazione Pasquale D'Amico, gli attori Alessandra Filotei e Gianluca Ansaneli che hanno allietato la serata con musica e cabaret, il Comune di Cerveteri che ha messo a disposizione la Biblioteca Comunale per la conferenza-dibattito e Case Grifoni per l'esposizione fotografica. L'iniziativa è stata preceduta dall'esposizione della mostra fotografica sul *Progetto Matteo* allestita dal Comitato soci di Velletri e gentilmente concessa ai colleghi di Cerveteri.

GRAZIE ROMA

Dal 1 marzo al 30 aprile riparte la raccolta di fondi in favore delle famiglie bisognose nei punti vendita di Roma e Provincia. Mentre il Buon fine si estende a tutti i super della Capitale. di Cristina Vaiani

Acquistando un cartoncino della solidarietà nei punti vendita di Roma e Provincia **dal 1 marzo al 30 aprile** si partecipa all'iniziativa *10 e lode* promossa da *Unicoop Tirreno* in collaborazione con l'Assessorato alla Tutela dei Consumatori e alla Lotta all'Usura della Provincia di Roma e la *Caritas* diocesana della Capitale. Per ogni cartoncino acquistato saranno aggiunti allo scontrino 10 centesimi; il ricavato sarà trasformato in buoni spesa che la *Caritas* romana consegnerà a famiglie bisognose di Roma e Provincia. Raccolti nelle precedenti edizioni (2004 e 2006) 21mila euro.



Decisamente a buon fine anche *Buon fine* il progetto inserito due anni or sono nell'iniziativa del comune di

Questi i negozi interessati dall'iniziativa *10 e lode*: **Iper** Roma Casilino, **Super** Roma Largo Agosta, Roma Laurentino, Roma Colli Aniene, Velletri, Genzano, Pomezia, Colleferro, Civitavecchia, Cerveteri, **Incoop** Roma via Bettini, Roma via Cornelia, Fonte Nuova, Campagnano di Roma, Sant'Oreste, Rignano Flaminio.

Roma *Roma non spreca* che, dopo una prima sperimentazione all'Iper Casilino, si estende a tutti i Super della Capitale.

In accordo con il Comune e i Comitati soci interessati sono state individuate tre organizzazioni territoriali a cui destinare i prodotti non più commercializzabili che saranno consegnati sotto forma di pasti o pacchi alle famiglie indigenti: la *Comunità di S. Egidio* nel XII municipio (per il supermercato di via Laurentina), la *onlus Mangiatoia di Gesù bambino* nel VI municipio (per il supermercato di Largo Agosta) e la Cooperativa sociale *XXIX giugno* nel V municipio (per il supermercato di Colli Aniene).

LA CARICA DEI 101

È davvero una carica dei 101 quella dei volontari di *Ausilio per la spesa*. Ed è proprio grazie a loro che il servizio di consegna gratuita a domicilio della spesa funziona. In un anno hanno fatto e consegnato più di mille spese tra Follonica, Rosignano, Massa Marittima, Avellino e Cecina, raggiungendo 66 utenti.

Attivato a settembre 2006 *Ausilio* è un progetto di *Unicoop Tirreno* svolto in collaborazione con i soci attivi e le associazioni di volontariato del territorio, che prevede

la consegna gratuita a domicilio della spesa a soggetti non in grado di provvedere autonomamente come gli anziani soli, le persone invalide o affette anche temporaneamente da patologie invalidanti segnalate dai Servizi sociali. Dalla compilazione della lista alla spesa, dal pagamento della merce alla consegna alla riscossione del dovuto, pensano a tutto i volontari presenti nel punto vendita e contattabili telefonicamente. Tornando ai dati, su 1.047 spese 555 sono state fatte a Follonica, 390 a Rosignano, 45 a Massa Marittima, 31 a Avellino, 26 a Cecina. Il totale dei volontari e degli utenti iscritti è così suddiviso: volontari (in tutto 101) di cui 36 a Follonica, 24 a Rosignano e Massa Marittima, 5 ad Avellino, 12 a Cecina; utenti (in tutto 66) di cui 18 a Follonica, 19 a Rosignano, 10 a Massa, 11 a Avellino, 8 a Cecina. Gli importi delle spese sono vari, curiosa la spesa minima di 2,24 euro consegnata a Follonica.

Il servizio sarà prossimamente esteso a Piombino, Riotorto, Carrara, Roma. Per maggiori informazioni numero verde di *Unicoop Tirreno*: **800861081**.



OTTO DI CUORI

Donne solidali che festeggiano l'8 marzo con *Cuore di Coop*. Accade a Montieri **sabato 8 marzo** presso la Sala Polivalente dove alle 16,30, dopo

il saluto dell'amministrazione comunale che ha offerto il suo patrocinio e la sua collaborazione alla Sezione soci Colline Metallifere, avrà luogo la proiezione del filmato istituzionale di *AVSI* sulle adozioni a distanza con la testimonianza di un rappresentante della Direzione Politiche Sociali di *Unicoop Tirreno*. Chiunque desideri aiutare i bambini sostenuti da *Cuore di Coop* può donare i punti spesa. *Buffet* con omaggio floreale a tutte le donne che intervengono.

Tabella di marcia

Calorie, zuccheri, grassi, sale per porzione e un consiglio per smaltire le calorie in eccesso. Sulle confezioni dei prodotti a marchio Coop tutte le informazioni per un corretto stile di vita.

di Anna Somenzi

Le etichette dei prodotti a marchio Coop diventano vere e proprie mappe per guidare i consumatori a scelte alimentari più consapevoli. Sulle confezioni non ci sarà più solo la tabella classica con le in-

dicazioni dei nutrienti nelle loro quantità per 100 grammi, ma anche una piccola scheda che indica in modo specifico in quella porzione le calorie e la presenza di zuccheri, grassi, sale. Coop è la prima catena distributiva che – in collaborazione con l'*Inran* (Istituto Nazionale di Ricerca per gli Alimenti e la Nutrizione) e con la *CIAA* (Federazione delle industrie agroalimentari europee) – adotta questa nuova tabella su alcuni componenti nutrizionali specifici da tenere sotto controllo, inserita ben in evidenza sul fronte del prodotto.

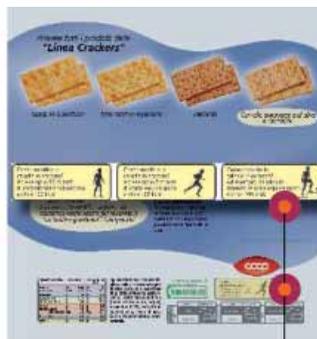
Muoviti muoviti

Le dimensioni di un'etichetta non consentono di riportare un manuale di sana alimentazione ma, quando lo spazio lo consente, è inserita anche un'altra piccola icona che dà qualche suggerimento su come smaltire le

calorie in eccesso, aumentando l'attività fisica. Si possono consumare 100 Kcal correndo per sette minuti o salendo scale per undici minuti oppure camminando per trenta. L'icona movimento ci aiuta e ci consola: un pacchetto di *crackers* si può utilizzare per arricchire i pasti e come sostituto del pane, come spuntino, ma se non rientra nell'apporto giornaliero di calorie e nutrienti consigliato occorrono 10 minuti di corsa per smaltirlo. L'etichetta è ritenuta la prima fonte di informazione tra i soci Coop, il contenuto di grassi e il valore energetico rappresentano le informazioni più ricercate nelle tabelle nutrizionali dei prodotti a marchio. E alle richieste di avere informazioni più pratiche risponde oggi la nuova etichetta: facile da leggere e da interpretare.



Pratica e facile l'indicazione di questi apporti specifici in grammi e in percentuale rispetto alla quantità consigliata in una dieta di 2000 kcalorie. Consigliata è la quota da non superare, non da raggiungere



Le icone movimento sono un invito ad un corretto stile di vita che deve comprendere adeguate attività motorie, che consumino le calorie introdotte con l'alimentazione

UN'ETICHETTA DI VALORE

Sulle etichette nutrizionali Coop la parola a Carlo Cannella, presidente dell'*Inran*.

«Le etichette sono un importante strumento di informazione dei consumatori: più sono semplici e chiare, tanto più il consumatore sarà nelle condizioni di scegliere e valutare. In tal senso il contributo delle aziende è molto utile e l'iniziativa di Coop sui prodotti a marchio va senz'altro in questa direzione». Sottolinea **Carlo Cannella**, presidente dell'*Inran* (Istituto Nazionale di Ricerca per gli Alimenti e la Nutrizione).

Perché è importante avere informazioni nutrizionali specifiche sul singolo prodotto, sulla porzione?

«Perché la nostra alimentazione è la somma di tanti singoli prodotti e porzioni. Le etichette Coop segnalano chiaramente i valori della composizione in energia e nutrienti che vanno considerati per evitare il sovrappeso e per mantenere il benessere. Meritano particolare attenzione calorie, sale, zuccheri, grassi, in quanto tali indicazioni rappresentano un aiuto concreto per evitare gli eccessi della società del benessere».

E l'icona movimento?

«Per uno stile di vita sano è indispensabile associare una corretta alimentazione a un'adeguata attività fisica. Perciò è necessario sensibilizzare il consumatore contro la sedentarietà e la pigrizia soprattutto nel tempo libero».

È NATO IL LATTE FRESCO ALTA QUALITÀ
A MARCHIO COOP.

1,15 € al lt



www.e-coop.it

coop
LA COOP SEI TU.

STRANE, MA VERE

Sono moltissime e tutte diverse tra loro, ma i sintomi – almeno all’inizio – sono generici e simili alle malattie comuni. L’importanza di una diagnosi tempestiva e dell’attenzione massima a ogni più piccolo “segnale” per riconoscere e curare le cosiddette malattie rare.

di Barbara Bernardini

Era il 1988 quando Dustin Hoffman e Tom Cruise emozionavano il mondo con il film *Rain Man. L'uomo della pioggia*. Era la storia di un ragazzo particolare, in cui un problema gravissimo di relazione con gli altri si univa ad una memoria geniale per i numeri. La malattia dell'adulto-bambino di *Rain Man* era la *Sindrome di Asperger*, una non comune forma di disordine neurologico appartenente allo spettro dell'autismo... una malattia “rara”. Senza averne forse l'intenzione, Hollywood puntava i riflettori su una delle settemila patologie spesso dimenticate dalla medicina.

Casi rari

Le malattie rare, secondo la definizione corrente, colpiscono meno di 5 individui su 10mila

e comprendono forme molto diverse di patologie che vanno dalla rarissima malattia di *Anderson-Fabry*, che colpisce “solo” un bambino su 117mila, fino alla più comune talassemia o il morbo di *Chron*. Se considerate globalmente, queste malattie hanno un’importanza grandissima per la salute umana. Ne è colpito tra il 6 e l’8 per cento della popolazione europea, ovvero tra 24 e 36 milioni di persone, equivalente alla somma della popolazione dell’Olanda, del Belgio e del Lussemburgo. Un esercito di pazienti, eppure spesso soli e disorientati di fronte a sintomi strani che richiedono a volte anni e anni per essere inquadrati in una diagnosi. «Il problema della diagnosi tempestiva è forse il nodo più difficile e importante da sciogliere – spiega **Rossella Parini**, responsabile del *Centro Fondazione Mariani per le Malattie Metaboliche dell’Infanzia* di Monza –. Non si tratta però di una cattiva organizzazione sanitaria, il problema è che sono moltissime e tutte differenti mentre i sintomi, specialmente all’inizio, sono generici e molto simili ad altre malattie comuni. Molti medici non hanno l’occasione di incontrare queste malattie neppure una volta nel corso della loro carriera».

SEGNALI di soccorso

Ma in un quadro che sembrerebbe desolante in realtà oggi c'è posto per una buona dose di ottimismo perché le malattie rare non sono più invisibili.

«Mentre fino a pochi anni fa per molte sindromi non esisteva alcuna cura – continua Parini – dal 2000 c'è stato un vero boom». È stata insomma riconosciuta l'importanza di queste malattie e il diritto di ogni paziente all'aiuto della medicina. Di prevenzione è difficile parlare perché l'80 per cento delle malattie rare sono di origine genetica, ma la ricerca ha prodotto farmaci che possono salvare la vita a molti pazienti e soprattutto impedire gli effetti a lungo termine di alcune malattie, come appunto quelle metaboliche, in cui l'accumulo di alcune sostanze prodotte dalle

5 casi su 10mila
lo standard secondo cui una malattia viene definita rara, ma la definizione cambia da paese a paese.

5-8mila
le patologie stimate.

200mila
le persone in Europa affette da una patologia rara nella sua incidenza più elevata.

L'80 per cento
delle malattie rare ha una causa genetica.

1 malattia su 1.000
beneficia di una conoscenza scientifica minima tale da consentirne una cura adeguata.

cellule a causa di meccanismi molecolari difettosi diventa così tossico da indurre ritardo della crescita, ritardo mentale, e da portare talvolta alla morte. «Un cambiamento importante è rappresentato dalla terapia enzimatica sostitutiva – sottolinea Parini –: si tratta della somministrazione di quella molecola attiva (l'enzima) che nei pazienti non funziona». Ma la diagnosi rimane fondamentale così come la presa in carico di questi pazienti da parte di centri specializzati che sono stati istituiti ormai su tutto il territorio nazionale in modo che i medici di base possano orientare meglio i loro pazienti a rischio. Parini raccomanda «uno sforzo di attenzione da parte dei medici per cercare di inquadrare nel contesto della diagnosi, tutti (ma proprio tutti) i sintomi presentati dal paziente. A volte, infatti, sono proprio questi segnali apparentemente insignificanti ma persistenti la spia di una malattia rara più o meno importante».

SUA ECCELLENZA!

Che cosa si fa in Italia.

Fa piacere che l'Italia nel campo delle malattie rare non sia il fanalino di coda. Non solo l'Istituto Superiore di Sanità ha istituito un apposito Centro Nazionale Malattie Rare (accesso internet www.iss.it/cnmr) in cui i pazienti possono essere orientati in maniera capillare e ricevere ogni informazione circa le diagnosi, le cure e le esenzioni dal ticket sanitario, ma tra le iniziative italiane va certamente segnalata quella dell'Ospedale Pediatrico "Meyer" di Firenze, dove, sfruttando la nuovissima tecnologia di analisi denominata Tandem Massa, negli ultimi 5 anni si sono potuti sottoporre a screening per un largo gruppo di malattie rare ben 145mila neonati. È bastata una goccia di sangue nei primi giorni di vita per salvare il futuro di 74 bambini, identificati come portatori di patologie. L'eccellenza del centro toscano, che oggi offre lo screening allargato alle neomamme di gran parte della Toscana e dell'Umbria che ne facciano esplicita richiesta (ticket

sanitario di 42 euro) è stato recepito come un passo estremamente importante, tanto che nella Finanziaria 2008 è previsto uno stanziamento di 3 milioni di euro per attrezzare i maggiori centri di neonatologia d'Italia con la nuova strumentazione Tandem Massa. Inoltre, a breve, si renderà obbligatorio lo screening ad ogni nuovo nato d'Italia, con test che potranno identificare fino a 150 malattie diverse.

Info

Centro Nazionale per le Malattie Rare: www.iss.it/cnmr;
Organizzazione Europea per le Malattie Rare (EuroDis): www.eurodis.org;

il sito del servizio sanitario regionale dell'Emilia Romagna offre un elenco molto completo di patologie e indirizza direttamente all'area medica di competenza: www.ospfe.it; www.malattie-rare.org.

Tra i centri pubblici per le malattie rare il centro dell'Ospedale Pediatrico "Meyer" di Firenze: tel. 0555662332 e il Centro Fondazione Mariani per le malattie Rare dell'Infanzia presso l'Ospedale "San Gerardo" di Monza: tel. 036280771.



Sesso e volentieri

All'Università della Virginia si studia un farmaco che promette di cambiare in meglio la vita sessuale di molte coppie. Si tratterà di un gel a base di testosterone ad uso esclusivo delle donne che dovranno semplicemente spalmarlo su un braccio per ottenere, nell'arco di qualche ora, un aumento dell'energia e della *libido* simile a quello indotto dal *Viagra* negli uomini. Gli esperimenti già in fase avanzata mostrano un aumento dell'interesse sessuale del 283 per cento!

Chi ricerca trova

È tutta italiana la ricerca che ha portato a perfezionare una tecnica chirurgica in grado di curare definitivamente il diabete di tipo 2. Questa semplice operazione condotta in laparoscopia interessa l'intestino del paziente e ha portato finora alla guarigione completa dei 12 pazienti curati. Un grande studio su altre duemila persone è in corso per confermare i risultati della scoperta.

Luci e ombre

Risparmiare energia potrebbe non essere sempre positivo per la salute. Uno studio inglese, infatti, mostra che le lampadine a risparmio energetico sono responsabili di molti episodi di emicrania in persone particolarmente sensibili. Le caratteristiche luminose della luce a fluorescenza inoltre possono essere fastidiose per chi soffre di epilessia e causare in molte persone senso di disagio. Non sembra però che la luce in sé sia in grado di causare alcun danno alla salute. In attesa di ulteriori studi conviene forse continuare a risparmiare sulla bolletta.



Cece ne fusse

Ceci, fagioli, lenticchie: ce ne vorrebbero di più per un'alimentazione equilibrata.

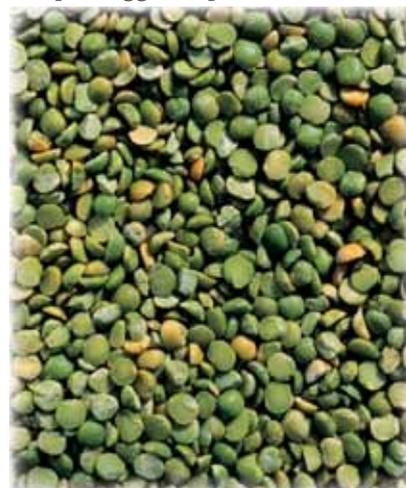
Le statistiche confermano che in Italia c'è sempre meno interesse per i legumi. Sarebbe opportuno, invece, che, all'insegna della "varietà alimentare", non si perdesse l'abitudine di consumare anche i legumi, se non altro per coerenza con le nostre radici mediterranee che consideravano i legumi la "carne dei poveri", cioè la fonte di proteine e di energia dei lavoratori manuali e di quanti non potevano permettersi una bistecca se non in qualche ricorrenza o in un pranzo di nozze.

I fagioli hanno ancora un ruolo importante nella cucina toscana, come contorno o nelle zuppe, piatti tipici amati dai buongustai. Le lenticchie, complice una tradizione che le considera di buon auspicio a fine anno, fanno la loro comparsa almeno nelle festività natalizie.

I ceci sono quasi sconosciuti tra le nuove generazioni, tanto brusco è stato il loro declino a partire dall'immediato dopoguerra. Ancora meno apprezzate le carrube, i lupini e le fave. I piselli, invece, sono stati salvati dalla tecnologia che ne ha fatto un punto di forza tra i prodotti surgelati più graditi e più comodamente utilizzabili. La soia, che nei primi anni dello scorso secolo era considerata poco più di una curiosità, è diventata negli Stati Uniti il prodotto agricolo di maggior valore commerciale da cui si ricavano più proteine (circa il doppio dei cereali) e più olio di qualunque altra fonte, ma in questo

caso neppure il sostegno pubblicitario ha potuto imporre la soia come alimento di successo al di fuori dell'Estremo Oriente. La moderna dietetica ha trovato nuovi spunti per riabilitare i legumi: la ricchezza di fibra alimentare e in particolare della frazione solubile che è la più efficace nel modulare l'assorbimento dei carboidrati e del colesterolo alimentare. Informazione utile in particolare per i diabetici che dovrebbero alternare più di frequente i legumi alle patate o al pane che, a parità di contenuto di carboidrati, hanno un peggiore indice glicemico.

Come ben sanno i vegetariani, un minestrone di cereali, legumi e verdure può rappresentare ancora oggi un piatto unico completo di tutti i principali nutrienti. Semmai sarà il caso, per chi soffre di meteorismo o di colite, di ripiegare su un minestrone "passato" così come i pediatri hanno sempre suggerito per i bambini.





Il mio piatto libero

Consumatori più esigenti, aziende più attente che in passato, minori rischi, ma i controlli sono ancora troppo frammentari. Sul fronte della sicurezza alimentare dubbi e sospetti, ma anche certezze a marchio Coop.

di Dario Guidi

Salmonelle, micotossine, coloranti o additivi non autorizzati, presenza di residui di metalli o altri inquinanti. Ogni tre mesi il sistema di allerta europeo squaderna, in una apposita relazione, l'elenco delle semplici segnalazioni e di quelli che, invece, diventano allarmi veri e propri sui prodotti alimentari. Prodotti fatti sotto casa, qui in Italia, oppure in altri paesi europei, oppure – e in quantità sempre maggiore – provenienti da Cina, India o da qualche altro remoto angolo di mondo. E alla fine, grazie anche alle cronache di giornali e Tv, l'allarme “finisce” anche sulle nostre tavole: dall'influenza aviaria alle più recenti

mozzarelle alla diossina, passando per una sfilza di altri casi. Inevitabile che questo continuo susseguirsi di emergenze in campo alimentare (magari anche raccontate con qualche eccesso e approssimazione di troppo) non possa certo lasciare tranquillo il consumatore. Anzi, il rischio è che chi deve fare la spesa scelga di rinunciare all'acquisto di determinati prodotti e aumenti la propria sfiducia verso il sistema di garanzie e controlli pubblici e delle imprese agroalimentari. Per contrastare questi rischi, autorità e imprese stanno sviluppando nuove strategie di approccio al tema della sicurezza dei prodotti.

C'è da fidarsi?

Con **Stefano Cinotti**, direttore dell'Istituto Zooprofilattico della Lombardia e dell'Emilia Romagna e membro del Consiglio Superiore di Sanità, abbiamo cercato di fare il punto della situazione.

Professor Cinotti rispetto a 10 anni fa come giudica il livello di sicurezza dei prodotti alimentari Italiani?

«Certamente rispetto a 10-15 anni fa il livello di garanzie e sicurezza è cresciuto enormemente, e anche nel *report* europeo delle allerta i rischi legati ai classici contaminanti (la

salmonella o i pesticidi) sono decisamente in calo. Questo è dovuto ad alcuni fattori convergenti, a partire da quelli normativi: in questi anni tutta l'Unione Europea si è dotata di strumenti legislativi tesi ad aumentare la sicurezza in tutte le fasi della produzione con regole stringenti per dirla all'inglese "from farm to fork" ("dalla fattoria al forchetta"). Ma certamente un altro tassello fondamentale sono stati i consumatori, sempre più esigenti e attenti, che grazie alle loro scelte hanno saputo premiare chi gli offriva le migliori garanzie, infine le grandi aziende alimentari e della distribuzione italiane che hanno puntato decisamente sui temi della sicurezza».

Quali sono oggi i principali fattori di rischio e da dove vengono? «Se si guarda ai dati rilevati dal sistema di allerta comunitario si scopre che i principali rischi legati agli alimenti sono le micotossine, tossine prodotte in natura da molti funghi e non eliminabili, ma solo riducibili con una corretta gestione di tutta la filiera produttiva, o i contaminanti da imballaggi, ovvero sostanze usate per la fabbricazione dei contenitori che possono in alcuni casi passare al prodotto. Questi nella poco invidiabile classifica precedono di gran lunga i residui da fitofarmaci, i metalli pesanti, gli additivi e i coloranti...».

Dunque è cambiato qualcosa rispetto a qualche anno fa e perché? «Credo che il cambiamento principale sia legato da un lato alle disponibilità di nuove metodologie di analisi, sempre più sofisticate, dall'altro alla progressiva delocalizzazione delle produzioni che ci obbliga a pensare in termini di analisi del rischio in modo totalmente differente. In effetti la cronaca degli ultimi anni mette sempre più in luce quelli che in gergo tecnico si chiamano "rischi emergenti" quali appunto le micotossine, le *segue a pag. 44*

MENU COOP

Qualità, rispetto dell'ambiente, controlli attenti e regole chiare: Coop a difesa della salute del consumatore.

Gli impegni di Coop sui temi della difesa della salute del consumatore e dell'ambiente non rappresentano un'iniziativa commerciale dell'ultima ora. Si tratta di una priorità assoluta, di obiettivi da sempre previsti negli statuti delle Cooperative di Consumatori e Coop può documentare una storia antica ricca di fatti e risultati concreti.

In qualità di...

«Parlando di salubrità la Grande Distribuzione – spiega **Maurizio Zucchi**, direttore qualità di *Coop Italia* – ha responsabilità precise sotto diversi punti di vista. Innanzitutto ha una responsabilità diretta per le fasi di ricevimento, stoccaggio, manipolazione e vendita delle merci. Da questo punto di vista ci sono alcuni concetti chiave che sono anche priorità nei comportamenti: la rotazione delle merci, la gestione della catena del freddo e il rispetto dei tempi di conservazione».

Altrettanto importante per Coop è poi il ruolo del "fattore umano": l'addestramento e, ancora di più, la formazione e la sensibilizzazione dell'addetto di reparto sono elementi indispensabili per

creare una cultura dell'igiene, una completa adesione e familiarità al concetto di buone pratiche di lavorazione.

«Su quest'area – continua Zucchi – è stato attuato in Coop un intervento capillare attraverso un Progetto *Formazione e Comunicazione* rivolto a tutti gli addetti per assicurare la massima qualità igienica al consumatore finale». Ma Coop ritiene di dover svolgere un ruolo attivo anche a monte: in quella che viene chiamata la politica di "non neutralità" nei confronti della produzione. «Nessun atteggiamento poliziesco o, addirittura, belligerante verso i fornitori – sottolinea Zucchi – ma solo senso di responsabilità di una catena distributiva che intende sviluppare un'azione di selezione dell'offerta proveniente dal mondo produttivo».

MARCHIO di garanzia

Ma ovviamente l'impegno più rilevante di Coop è quello rivolto ai prodotti a marchio, con un'enfasi tutta indirizzata all'attività di prevenzione con una sorta di decalogo dei principi e delle regole cui si fa riferi-



mento, partendo dalla convinzione che i prodotti a marchio di una catena distributiva sono la testimonianza dei valori che contraddistinguono l'impresa stessa. Per questo il prodotto a marchio Coop deve essere sicuro, buono, etico, rispettoso dell'ambiente e conveniente. Per ottenere questo Coop ha creato un sistema di garanzie che si articola sulle seguenti azioni:

- > **Precauzione:** principio applicato fin dagli anni Settanta, secondo il quale nel dubbio è meglio non correre rischi, quindi si eliminano quegli ingredienti o quelle tecnologie su cui, benché ammessi dalla legge, vi siano dei dubbi sulla salubrità.
- > **Prevenzione:** significa impostare un sistema di protezione volto a minimizzare i possibili rischi.
- > **Controllo e filiera:** significa controllo sui punti vendita, sui fornitori, sulle materie prime, sui prodotti. La filiera è l'insieme degli operatori che concorrono alla produzione di un prodotto Coop. Per questo i controlli e le regole riguardano ogni punto di rischio, dal primo all'ultimo. È emblematico l'impegno Coop nella gestione delle garanzie per i prodotti freschi dalle uova al latte, dal pesce alle carni. I controlli partono dalle materie prime utilizzate per la produzione degli alimenti destinati agli animali per passare attraverso i mangimifici, gli allevamenti, i macelli, i laboratori di lavorazione e imballaggio. Un impegno che sempre di più si estende al mondo dei prodotti freschi industriali quali, ad esempio, i salumi, i latticini prodotti con latte "di filiera" Coop.
- > **Gestione dei problemi:** ovvero avere un sistema in grado di gestire tempestivamente casi "critici".
- > **Miglioramento continuo:** confronto sistematico col mondo scientifico, mettersi sempre in discussione per migliorare costantemente i processi produttivi, i prodotti, le garanzie stesse.

«Per ottenere questi risultati – riprende Zucchi – gli strumenti fondamentali del

sistema di garanzia passano ovviamente per il processo di selezione e validazione dei fornitori: ovvero fornitori scelti dopo un'accurata istruttoria preliminare volta a valutarne la capacità a produrre secondo i nostri criteri. C'è da rispettare un rigoroso capitolato di produzione: che è come la distinta dei materiali con cui è fabbricata una casa, e quel documento vincolante in cui vengono dettagliati qualità e tipologia dei materiali, parametri di sicurezza ulteriori rispetto alle normative di legge. Infine c'è il sistema dei controlli: ovvero le analisi e le ispezioni che vengono effettuate prima, durante e dopo la produzione, con interventi immediati in caso di irregolarità che possono prevedere anche il blocco degli acquisti, sanzioni di natura economica, restituzione del prodotto non conforme».

Nel 2007 solo sul prodotto Coop industriale sono state effettuate oltre 3 milioni di analisi (oltre 10mila analisi per ogni giorno lavorato) e 320 ispezioni presso gli stabilimenti produttivi. A cui vanno aggiunte 183.898 determinazioni analitiche e 322 ispezioni sui prodotti ortofrutticoli freschi a cui vanno aggiunte le 108.002 analisi e 1.090 ispezioni presso allevamenti e macelli per le carni.

Rischio ZERO

Per poter migliorare continuamente e aggiornare le metodologie e gli *standard* da parte di Coop vengono poi intrattenuti costanti rapporti con la comunità scientifica, per rafforzare l'autorevolezza di Coop sulle proprie politiche di qualità e anche per raccogliere informazioni tempestive sui rischi emergenti. «Sono oltre 25 – afferma Zucchi –, tra cui 10 Università, gli istituti di ricerca con cui abbiamo relazioni su argomenti che vanno dai coloranti agli additivi, dalla tossicologia ai farmaci, dal benessere animale ai contaminanti da imballaggi. Ricercando sempre per ciascun



argomento il punto di eccellenza, perché laddove c'è un rischio, Coop non rischia. È nostra convinzione che il mercato pretenderà in maniera sempre più stringente un elevato livello di garanzie sia igieniche che, più in generale, qualitative per i prodotti alimentari. Questo è destinato a provocare una selezione sia a livello produttivo che distributivo, con una progressiva emarginazione delle aziende non in grado di rispondere in maniera adeguata a queste richieste ma, d'altra parte, determinando importanti opportunità di mercato per le aziende che imbocchino decisamente la strada della qualità. Non vi è dubbio che, non solo in Italia, permangono limitate aree produttive con comportamenti illeciti: pensiamo al settore carni con l'uso di anabolizzanti e farmaci non consentiti, allo scandalo della diossina, all'ortofrutta con l'abuso dei pesticidi, ma anche a prodotti come il vino e l'olio soggetti a frodi via via più sofisticate e difficili da individuare. Coop intende fare, con la massima determinazione, la propria parte per contrastare questi fenomeni, innanzitutto scegliendo fornitori la cui affidabilità e serietà sia sempre più certa e documentata. Per dare concretezza a questo impegno sono state impegnate risorse molto significative: il Settore qualità in *Coop Italia* e presso le Cooperative impegna complessivamente 84 persone con un *budget* di oltre 15 milioni di euro».

diossine, le nanoparticelle ecc. ovvero contaminanti per i quali ancora non è disponibile un'analisi del rischio completa nei sistemi di controllo efficaci al 100 per cento. Esiste poi un altro rischio ancora più pericoloso ed è il "rischio mediatico" contro il quale non vi è sistema di garanzia che tenga, come nel caso dell'influenza aviaria dove abbiamo assistito a un crollo dei consumi senza che vi fosse un reale pericolo nel consumo di carne».

Sempre prendendo i dati del rapporto osserviamo come tra le notifiche complessive l'Italia ha contribuito a livello europeo per oltre il 16 per cento delle notifiche di allerta, ma per quanto riguarda l'origine dei prodotti, quelli italiani risultati irregolari sono stati solo il 3 per cento di tutte le notifiche: questo conferma che la produzione italiana è più sicura? «Certamente la produzione europea in generale, e quella italiana in particolare, offre livelli di sicurezza e garanzia credo senza pari, questo nonostante vi siano ancora piccole sacche di illegalità sulle quali il controllo pubblico ha il dovere di vigilare, ma che la filiera stessa dovrebbe emarginare in quanto i danni che possono arrecare sono enormi. Tuttavia è evidente che le nuove fonti di approvvigionamento, la Cina per dirne una, ci obbligano a ragionare in termini di rischio diversamente da prima».

Dal suo osservatorio quali sono i principali punti di forza e quale quelli di debolezza del sistema dei controlli? «Credo che i punti di forza siano la grande qualità e competenza mentre quelli di debolezza credo siano legati all'estrema frammentazione e scarsa integrazione tra i vari soggetti deputati ai controlli».

Ci sono consigli pratici che si possono dare a un consumatore sia per quanto

riguarda i comportamenti concreti sia per quanto riguarda il come informarsi correttamente di fronte alle notizie di problemi o allarmi?

«Il primo consiglio è relativo alle etichette. Il consumatore deve imparare a "leggere" l'etichetta non solo in termini di composizione nutritiva ma anche e soprattutto in ordine alla composizione di additivi, edulcoranti, conservanti. Il secondo suggerimento riguarda il sistema di comunicazione delle istituzioni preposte alla sicurezza

sviluppato una rete di relazioni su tutti i campi. Lei che per anni è stato il preside della facoltà di Medicina veterinaria all'Università di Bologna come giudica questo approccio?

«Ritengo che la scelta di Coop di non avere un proprio "comitato scientifico", ma di aver costruito un sistema di relazioni diffuso e consolidato con tutte le migliori università e istituti di ricerca sia vincente, in quanto non solo è riuscita a fare da collante, ma a mettere "a sistema" le competenze e le conoscenze su tempi di grande interesse pubblico. Così come finanziare la ricerca pubblica dovrebbe essere un dovere per tutte le aziende italiane».



alimentare. Ognuna di queste ha la volontà di comunicare con i consumatori attraverso i siti *web*. Ogni cittadino, in caso di una situazione di emergenza, può verificare le informazioni correnti con quelle ufficiali del Ministero della Salute, delle Regioni e delle Province attraverso un semplice collegamento internet. E questo è il modo migliore e più diretto di essere informato!».

Le relazioni col mondo scientifico sono da sempre uno dei punti di forza di Coop che nel corso degli anni ha

STATI DI ALLERTA

Come funziona il sistema europeo di segnalazione e allarme.

Si chiama *sistema di allerta comunitario* ed è una relazione trimestrale che raggruppa tutte le segnalazioni arrivate alla Commissione Europea da paesi membri relativamente a problemi di sicurezza per la salute derivanti da prodotti e alimenti. Attraverso questo sistema le informazioni sono rese tempestivamente disponibili a tutti in modo da bloccare sul nascere i rischi. Le segnalazioni si suddividono in semplici informazioni e vere e proprie segnalazioni di allerta. Ad esempio, nella relazione per il terzo trimestre 2007 si trovano 659 notifiche (erano state 799 nel primo trimestre e 702 nel secondo) di cui 247 sono segnalazioni di allerta e 412 informazioni.

Le notifiche provenienti dall'Italia sono state 108 (pari al 16,39 per cento), ma solo 20 sono relative a prodotti nazionali. Le altre 88 sono relative a problemi rilevati su prodotti provenienti dall'estero. Guardando all'insieme delle segnalazioni europee, 122 sono per casi di micotossine, 55 di salmonelle, mentre solo 3 sono relative all'uso del colorante Sudan che tanto allarme aveva suscitato nei mesi precedenti. Undici sono le segnalazioni relative all'uso di *ogm* non autorizzati, 72 quelle per la presenza di metalli pesanti. Sui paesi di produzione dei prodotti oggetto di segnalazione, c'è un po' di tutto, da quelli africani a paesi dell'Est europeo. Poi c'è ovviamente la Cina. Ad esempio, tra le allerte riguardanti prodotti destinati a venire a contatto con gli alimenti (piatti, pentole e altri utensili) ben 43 sono per prodotti cinesi.

La merce muta
di Giorgio Nebbia



Il cambio delle gomme

Ce la farà la gomma naturale a sostituire quella sintetica?

La gomma, il materiale elastico che si separa dalla secrezione (latice) delle piante di Hevea, originarie dell'Amazzonia, restò una curiosità con limitate applicazioni commerciali, fino a quando l'americano Charles Goodyear (1800-1860) scoprì, nel 1839, un sistema (la vulcanizzazione) capace di trasformare il caucciù naturale in un materiale elastico resistente ai solventi, agli sbalzi di temperatura e agli agenti chimici e perfettamente adatto per il rivestimento e l'isolamento dei fili elettrici, per copertoni di veicoli e per tanti altri usi che fecero salire alle stelle la richiesta della gomma. Il Brasile, che deteneva il monopolio della produzione ed esportazione del caucciù, fu investito da un'ondata di ricchezza e di speculazioni ma, come tutti i monopoli, anche quello della gomma brasiliana non durò a lungo. Nel 1876 un viaggiatore inglese riuscì a portare via dal Brasile, clandestinamente, piantine di Hevea che furono trapiantate in India, Malesia, Ceylon, Indocina. Ai primi del Novecento, inglesi, francesi e olandesi producevano caucciù nelle loro colonie dell'Estremo Oriente; al Brasile restavano vaste estensioni di foresta amazzonica distrutta. Lo sviluppo delle automobili, delle macchine

elettriche e la prima guerra mondiale (1914-1919) resero insostenibile la dipendenza dei paesi industriali dalla gomma proveniente da pochi paesi lontani e furono condotte ricerche per identificare piante contenenti latice da cui fosse possibile ricavare caucciù simile a quello delle piante di Hevea. Si prestavano bene alcuni arbusti coltivabili nei climi temperati; una vera e propria produzione di gomma naturale, alternativa a quella tropicale, fu intrapresa dal 1930 in avanti nel Messico e negli Stati Uniti con le piante di guayule (*Parthenium argentatum*) e nell'Unione sovietica con le piante di kok-saghyz. Coltivazioni di guayule si ebbero anche in Puglia, dove il clima era favorevole. Nel frattempo i grandi progressi della petrolchimica permisero di ottenere su larga scala la gomma sintetica che ben presto fece concorrenza alla gomma naturale. Nel 2006 la produzione di gomma sintetica è stata di 12 milioni di tonnellate mentre quella di gomma naturale di 9 milioni. Negli anni scorsi si è ricominciato a guardare di nuovo con interesse alla coltivazione del guayule per motivi ecologici: la scarsità e l'aumento del prezzo del petrolio, la materia prima per la gomma sintetica, e una crescente attenzione

alla difesa delle foreste tropicali la cui distruzione – per lasciare spazio alle piantagioni di Hevea – comporta erosione del suolo, alterazioni climatiche, perdita di biodiversità. Infine la gomma guayule non provoca quelle allergie che talvolta sono provocate dall'uso di manufatti di gomma Hevea.



CASCO IN PIEDI

Sicuri fin sopra la testa con il casco, integrale, jet o apribile.

di Roberto Minniti

Uno strumento in grado di salvare la vita. Una difesa che svolge egregiamente il suo ruolo, come testimoniano le statistiche che dimostrano come l'incidenza della mortalità tra i conducenti che sicuramente non la usano, soprattutto in ambito urbano, è doppia rispetto a coloro che gli si affidano.

Il casco per un motociclista è una consuetudine da molti anni (risale al 1986 la prima legge che ne fissava l'obbligatorietà), anche se ancora troppi "dimenticano" di indossarlo o lo calzano in maniera scorretta. Ma a mettere a rischio la propria vita non sono coloro (per lo più i giovani) che sfidano le severe sanzioni per mancato uso del casco (sanzione fino a 285 euro, fermo del mezzo e perdita di 5 punti sulla patente) ma anche molti ignari centauro che si affidano a strumenti inadeguati, di cattiva qualità realizzati al risparmio.

La prima caratteristica da tenere presente, dunque, in un acquisto di cui tutti speriamo di non dover mai sperimentare l'efficacia, è la sua omologazione. Con la premessa che circolare con un elmetto non omologato è (anche dal punto di vista del codice della strada) come non indossarlo per niente, cerchiamo di capire cosa assicura la serie di numeri e lettere presenti nell'etichetta cucita sul cinturino o all'interno del casco. L'omologazione è testimoniata da una grande "E" inserita in un cerchio

insieme a un numero che indica il paese nel quale è stata eseguita (3 per l'Italia). Degli altri numeri che compaiono sull'etichetta, la prima coppia indica la versione dell'omologazione. Sigle che testimoniano come i prodotti rispondano alle caratteristiche minime di sicurezza stabilite in tutta Europa.

Fatta la prima verifica, valida a prescindere dal modello scelto e dalla cifra investita, però, si devono passare in rassegna talmente tante caratteristiche differenti tra i modelli in commercio da correre facilmente il rischio di rimanere spiazzati e... affidarsi al caso. Bene, dunque, riflettere sulla tipologia di casco da indossare sulla nostra moto, sullo *scooter* o sul ciclomotore.

La legge dei piccoli numeri

La prima caratteristica da tenere presente, dunque, in un acquisto di cui tutti speriamo di

non dover mai sperimentare l'efficacia, è la sua omologazione. Con la premessa che circolare con un elmetto non omologato è (anche dal punto di vista del codice della strada) come non indossarlo per niente, cerchiamo di capire cosa assicura la serie di numeri e lettere presenti nell'etichetta cucita sul cinturino o all'interno del casco. L'omologazione è testimoniata da una grande "E" inserita in un cerchio

Jet set

Oggi sul mercato si trovano essenzialmente tre tipi di elmetti: gli **integrali**, i **jet** e gli **apribili** (o modulari).

Gli integrali sono i modelli che prevedono la migliore copertura della testa: hanno una mentoniera fissa (la parte che protegge il mento e gran parte della bocca). Questo ne fa la tipologia più sicura in assoluto. Durante l'uso di tutti i giorni, però, possono risultare scomodi e per questo molti scelgono i *jet*. È molto importante anche considerare l'uso che si fa della due ruote prima di decidere. Durante i periodi più caldi, per esempio, e nelle caotiche strade cittadine, infatti, un casco integrale può risultare poco agevole e ridurre l'attenzione di chi guida. In questi casi un *jet* potrebbe essere utile per circolare a velocità moderate.

Oppure si può optare per un modello che consente di alzare la mentoniera

quando fa più caldo e di trasformarsi in un'integrale al momento del bisogno. Rispetto a un vero integrale, purtroppo, questo tipo di casco sarà più pesante e rumoroso, ma si tratta di un buon compromesso.

Pro capite

A questo punto sarà necessario orientarsi sui materiali utilizzati dai produttori e dare un'occhiata al portafoglio, dato che sono questi (insieme alle caratteristiche estetiche) a determinare il prezzo del modello. I più economici sono realizzati in termoplastica. Il materiale non è di grandissima qualità e spesso a questa pecca si unisce la produzione in due semigusci che vengono saldati insieme (ma non è detto che resistano bene agli impatti).

Salendo lungo la scala di qualità troviamo i polimeri di carbonato (policarbonato). Questo tipo di materiali unisce buone caratteristiche di resistenza agli impatti e protezione contro le penetrazioni a un prezzo di acquisto non proibitivo.

Un gradino più in alto siamo tra i caschi in fibra, che garantiscono leggerezza e resistenza. Se le fibre sono di carbonio siamo al top della qualità ma anche dei prezzi.

Chiusura LAMPO

Un particolare importante, ancora una volta valido per ogni tipo di casco, è il tipo di chiusura adottato dalle case produttrici. Molti motociclisti consigliano il tipo più vecchio, quello a doppia "D". Di certo si tratta della chiusura più sicura, ma considerate ancora una volta l'uso che fate della vostra due ruote. Se vi fermate spesso, slacciate e allacciate il vostro casco, finirete presto per pentirvi della scarsa praticità. Meglio un aggancio rapido che faciliti lo sganciamento anche con i guanti.

Caschi

marca e modello	tipo	calotta	interni	prese d'aria	prezzo
AGV MISTRAL FIBRA	jet	fibre composite	amovibili	2	160
AIROH BLITZ	jet	policarbonato	guanciali amovibili	2	129
BERIK SKILL	jet	policarbonato	—	nd	98
M-ROBERT MR310	jet	policarbonato	—	1	115
NOLAN N42 CLASSIC N-COM	jet	policarbonato	amovibili	1	159
AGV LONGWAY	apribile	resina termoplastica	amovibili	nd	180
AIROH AR300	apribile	policarbonato	amovibili	4	170
CABERG RYNH0	apribile	policarbonato	amovibili	nd	180
NOLAN N102 CLASSIC N-COM	apribile	policarbonato	amovibili	nd	274
ROOF BOXER STAR	apribile	fibre composite	—	nd	399
SHOEI MULTITEC	apribile	fibra composita AIM	amovibili	nd	502

* predisposto per bluetooth

Per prima cosa va verificato che l'elmetto non stringa troppo, tenendo in conto che, con l'uso, l'imbottitura diventerà più morbida e la prima sensazione di disagio andrà diminuendo con il tempo. Allo stesso modo un modello adatto alla nostra testa non deve risultare molto largo: una volta calzato, insomma, non deve muoversi od oscillare. Importante è che il casco non limiti la visuale di chi guida. Tenete la testa dritta e provate a guardare di lato per verificare che l'angolo di visuale sia sufficiente. Diffidate di modelli molto economici: spesso proprio in questo settore prosperano i maghi dei "clo-

ni" e dei modelli di scarsa qualità e di pessima sicurezza. Anche tra i modelli omologati.

Niente dubbi, invece, nello scartare l'usato: per quanto in buono stato apparente il casco non svela facilmente la sua storia. Un modello che sembra perfetto potrebbe nascondere uno strato interno di polistirolo danneggiato e dato che proprio questa membrana serve ad attutire i colpi, il risparmio non giustifica il rischio.

È buona norma sostituire il casco dopo un po' di anni. Colpi accidentali, calore e semplice invecchiamento possono facilmente condizionarne la resistenza all'impatto.

IN COOP

Casco moto **Vertex Wind** in promozione negli IperCoop e nei super **dal 25 marzo al 9 aprile**

Modello: *Demi jet*

Calotta: in resina termoplastica *Kynalit* ultraleggera e resistente

Visiera: lunga con trattamento *antiscratch*

Prodotto in Italia

Omologazione italiana: *ECE 22/05*

Prezzo: 69,90 euro



BIMBI A POSTO

Simpatici ai piccoli, utili per i genitori, i seggioloni vanno a ruba. Purché siano sicuri. di Daniele Fabris

Modelli che si dondolano elettricamente, si allungano o si accorciano a seconda dell'età del bambino, diventano piccole sdraio oppure pratiche seggioline da agganciare a qualunque tavolo anche fuori di casa. Il mondo dei seggioloni, come del resto tutto il mercato dei prodotti per bambini, progredisce ogni anno verso formule in grado di catturare la simpatia dei piccoli ma soprattutto dei genitori che spendono per comperarli. Ma progredisce allo stesso modo anche la loro sicurezza? Scorrendo la lista degli articoli ritirati dal mercato in diversi paesi europei negli ultimi due anni ci sarebbe da dubitare. Nella lista comunitaria dei "cattivi", infatti, colpisce non solo la potenziale pericolosità di prodotti che ormai fanno parte del corredo di ogni neonato, ma anche la presenza nella lista di molti marchi italiani generalmente sinonimo di qualità. Episodi prontamente rilevati e corretti – ribattono le industrie – ma forse anche il sintomo che non tutto in questo mercato va come dovrebbe.

Sicuro di sé

Le norme di sicurezza in questo settore, infatti, sono ancora recenti, e i produttori cominciano solo adesso a sensibilizzarsi. E così per i genitori che privilegiano la sicurezza nella scelta di questi articoli restano poche armi. Una delle principali è la scelta di articoli garantiti da un marchio di sicurezza, che testimonia il superamento di test realizzati da un laboratorio indipendente. Il marchio si può trovare sulla scheda del seggiolone, sull'etichetta o sull'imballaggio. In ogni caso è bene assicurarsi che venga esplicitamente citata con sigla e numero la norma europea di riferimento.

La presenza di un marchio di sicurezza significa che una commissione indipendente ha valutato i possibili rischi legati all'utilizzo sia da parte del bambino che da parte del genitore. I prodotti certificati sono sottoposti a prove per garantire tre aspetti: sicurezza dei materiali, stabilità e resistenza meccanica.

Per i materiali si verifica che non siano tossici né infiammabili. Poi si controlla che il prodotto non presenti bordi taglienti, piccole parti staccabili, punti di compressione e intrappolamento, fori, fessure o aperture tra i 5 e i 12 mm di diametro, dove potrebbero restare incastrate le dita di un bambino. Per testare la resistenza meccanica e la stabilità, i seggioloni vengono sottoposti a pesi in varie direzioni per controllare che non si ribaltino o si ripieghino, e i meccanismi di piegamento vengono azionati per centinaia di volte di seguito per verificarne la resistenza.

Seduta stante

Le verifiche, inoltre, cercano di stabilire se il bambino possa scivolare in avanti fuori dal sedile, se i braccioli offrono un'adeguata protezione laterale, se per piegare o riporre il seggiolone si debbono svitare le viti, se lo schienale ha un'altezza di almeno 25 cm (il minimo consigliato per ragioni di sicurezza).

È sempre comunque utile effettuare

PICCOLA GRANDE COOP

Biberon a marchio e baby promozioni. Uno speciale tutto bimbo in Coop tra marzo e aprile.

Baby boom in Coop. Tutto quello che serve per l'allattamento, lo svezzamento e l'igiene del bambino è compreso nella linea *Crescendo* a marchio Coop. È il nuovo assortimento della piccola puericoltura a marchio in tutti gli Iper e i Super da marzo: piatti, posate, bicchieri e tazze salvagoccia, bavaglino monouso, biberon e tettarelle, succhietti, anelli e pupazzi per le gengive, forbicine, spazzole e pettini, spugne, termometro bagno. Insomma proprio tutto, Coop ha pensato anche alla sicurezza dei più piccoli con i parasigoli, gli ammortizzatori, gli accessori elettrici per bambini, bloccatutto ecc. E non mancheranno le promozioni: **dal 16 al 31 marzo** in tutti i punti vendita di *Unicoop Tirreno* sarà in promozione al prezzo di € 79 per i non soci e di 59 per i soci il seggiolino auto *Artsana*, rivestito in morbido tessuto sfoderabile e lavabile, schienale reclinabile in 4 posizioni, morbido cuscino riduttore removibile, cinture di sicurezza a 5 punti regolabili in altezza in 3 diverse posizioni, massimi *comfort* e sicurezza. Mentre **dal 25 marzo al 9 aprile** la promozione interesserà solo gli iper con una vasta gamma di articoli di piccola e grande puericoltura tra cui: lettino con riduttore prima età amovibile (€ 49,90); passeggino 4 ruote con tettino (€ 20,90); passeggino 4 ruote gemellare (€ 129); *set* composto da navicella con maniglione



trasporto, seggiolino auto con coprigambe e cappottina, passeggino 4 ruote con schienale reclinabile (€ 249); rialza bimbo (€ 11,50); poltroncina auto con poggiatesta (€ 69,90); seggiolone con vassoio e porta-bicchieri (€ 39,90). Completano l'assortimento copertine per la culla in *pile* leggero o cotone, accappatoi spugna, *set* spugna 3 pezzi, *composé* culla o lettino tre pezzi, borse per seggiolino auto, seggiolino a dondolo manuale e automatico.

qualche controllo "a occhio" al momento dell'acquisto, come consigliano le guide di *Eurosafe*, l'associazione europea per la prevenzione degli incidenti e la promozione della sicurezza. Per esempio, è importante assicurarsi che la base sia ampia, che il seggiolone non sia troppo leggero (i più solidi sono i prodotti in legno), che le imbracature passino in mezzo alle gambe e che siano resistenti e facili da usare. Inoltre, è sempre buona norma scegliere prodotti che riportano il nome dell'importatore o del produttore e il numero di serie del prodotto, oltre alle informazioni sul corretto uso (per esempio l'età e il peso massimo del bambino) e le avvertenze sui possibili pericoli ("non lasciare il bambino incustodito").

Nel carrello a cura di Rita Nannelli

Mangia e cammina

Venduto su una bancarella, cucinato al momento, infagottato in un cartoccio, mangiato in piedi, senza orario, soprattutto risparmiando. Il cibo da strada - street food suona meglio - è una vera e propria moda e piace in particolare ai giovani e alle donne che preferiscono assaggiare le specialità del posto, dai *felafel* alle *tortillas*, dagli arrosticini alle piadine, gustandole in mezzo alla gente in una piazza o camminando davanti alle vetrine dei negozi. Che sia uno stile di vita o una necessità, gli esperti giurano che la "cucina da passeggio" rispetto al *fast food* conserva tutto l'equilibrio delle diete tradizionali.

I love shopping



Il tempo libero stringe e sempre più persone anche nelle città italiane si affidano al personal shopper, il "professionista degli acquisti" che viene d'oltreoceano, per saltare noiose commissioni quotidiane - posta, lavanderia,

farmacia, spesa -, per prenotazioni di ristoranti e concerti, ricerca di regali per il diretto interessato o per particolari ricorrenze. L'esperto di *shopping* può accompagnare i clienti per i negozi, oppure acquistare gli oggetti per conto loro; costa da 10 euro in su per le commissioni quotidiane e a partire da 20 euro per le consulenze particolari.

Il piccolo CUOCO

Baby chef crescono. Dai libri a internet ai videogiochi, i bambini imparano a impastare, manipolare, ritagliare un biscotto o la pizza fin dai quattro anni. Si divertono un mondo con *Giulia, passione cucina*, il videogioco con cui è possibile realizzare - virtualmente, s'intende - cinquanta piatti selezionati da menu di celebri cuochi, o navigando sul sito dell'Unione Europea www.eu.minichefs.eu. semplici ricette da sperimentare e risposte *on line* degli chef al *forum* con genitori, insegnanti e mini cuochi. E in America c'è già un supermercato tutto per loro dove fare la spesa e cucinare giocando.

Tipico

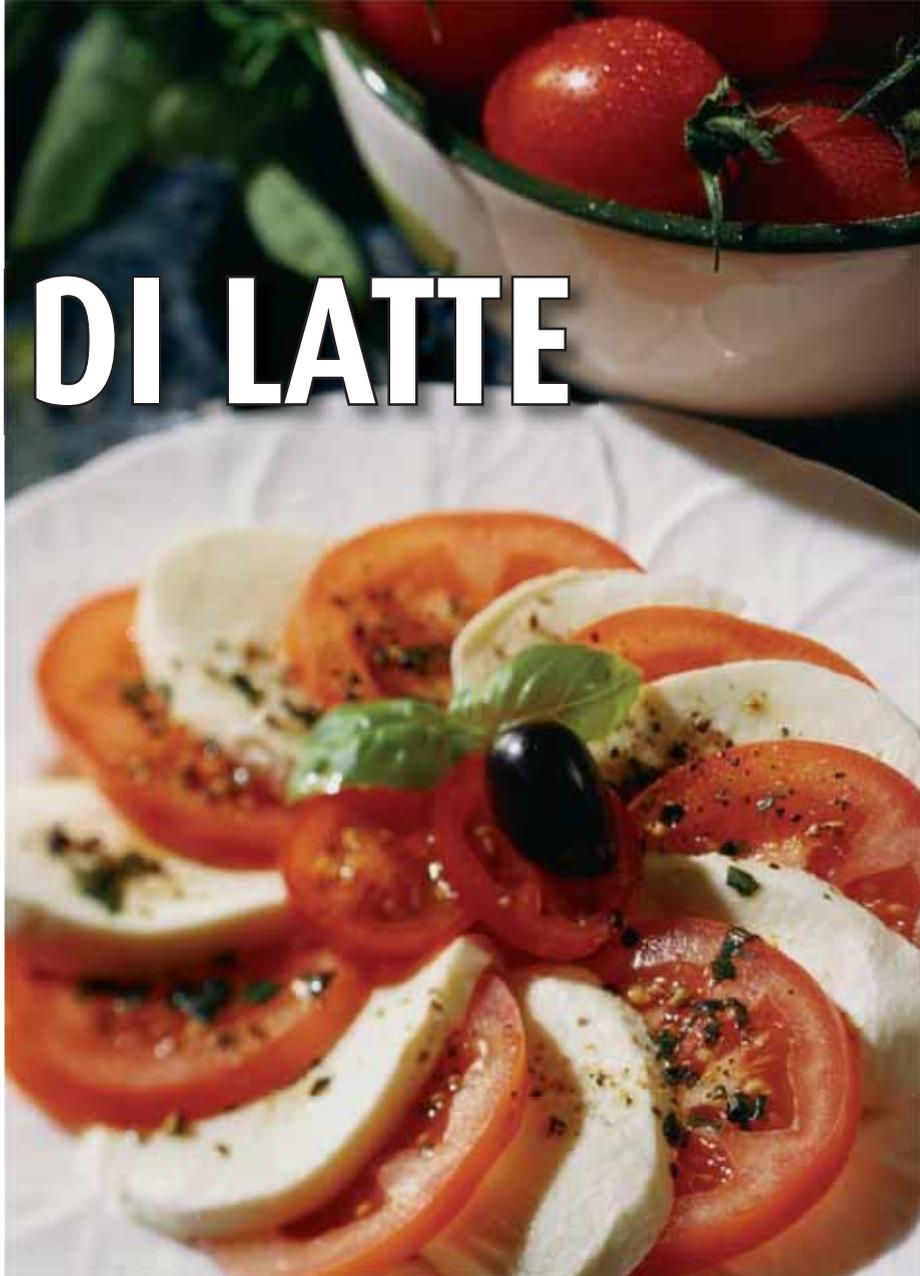
FIGLIO DI LATTE

Se c'è la goccia è fiordilatte, il formaggio fresco che si scioglie in bocca.

di Eleonora Cozzella

Forma: tondeggiante, eventualmente con testina, oppure a nodino, a treccia, a parallelepipedo. Peso: dai venti ai cinquecento grammi. Colore: tipico, bianco latte. Pasta: morbida, leggermente elastica. Pelle: fine, liscia, omogenea e lucente. Odore: fragrante, di latte fresco delicatamente acidulo. Origine: latte vaccino crudo. Segni particolari: al taglio o alla pressione delle dita rilascia "la goccia", un liquido lattiginoso, segno della sua freschezza.

Ecco la carta di identità del fiordilatte, uno dei formaggi freschi a pasta filata più amati sulle tavole italiane. La sua struttura fibrosa eppure tenera, dovuta alla filatura in fogli molto sottili, gli conferisce una consistenza gustosa da mordere che però si scioglie in bocca. Il suo colore candido uniforme è un inno al prodotto della mungitura che viene lavorato da mani sapienti durante tutto il periodo dell'anno. L'aroma caratteristico è dato dai fermenti lattici (simili a quelli dello yogurt, *Lactobacillus bulgaricus*, *Streptococcus thermophilus*) che rendono questo latticino non solo buono al palato, ma anche utile per l'equilibrio della flora batterica del nostro organismo. Senza contare che è fonte preziosa di calcio, utile specialmente alle donne e ai bambini, e di proteine di elevato valore biologico.



Pappa reale

Non è un caso quindi che il fiordilatte sia, per eccellenza, un prodotto semplice ma insieme nobile. In tutti i sensi. Così quando nel 1889 re Umberto I di Savoia e la consorte Margherita andarono in visita a Napoli e la sovrana volle assaggiare la pizza, di cui aveva tanto sentito parlare ma che non conosceva, il pizzaiolo chiamato ad accontentare la regina richiese ne preparò una proprio col prelibato fiordilatte. Il pizzaiolo ingaggiato dal Capo dei Servizi di Tavola della Real Casa si chiamava Raffaele Esposito e gestiva con la moglie Maria Giovanna

Brandi la pizzeria "Pietro... e basta così". Secondo quanto si tramanda, Don Raffaele ideò la pizza che ancora oggi porta il nome della regina scegliendo il pomodoro per darle il colore e questo latticino per adornare di morbidezza vellutata la pasta lievitata e cotta a regola d'arte. E infatti nel disciplinare che "codifica" la futura pizza napoletana *Stg* (cioè Specialità tradizionale garantita), tra i protagonisti della vera margherita garantita figura proprio il fiordilatte.

Un prodotto caseario peraltro molto antico, stando anche alle testimonianze storiche. Già Columella, scrittore latino esperto di agricoltura,

nella sua opera *De re rustica* racconta di un "formaggio premuto a mano che rappreso dentro il mastello mentre è intiepidito, si taglia e, sopra gettatovisi l'acqua bollente con le mani spremi in forma di bozzo". Si tratta di una descrizione sintetica che comunque non è molto diversa dall'attuale preparazione delle paste filate, anche se ovviamente solo dopo alcuni secoli si arriverà a una definizione più precisa delle diverse tipologie di latticini, antenati di quelli che consumiamo oggi.

Agrodolce

In particolare il fiordilatte vanta una tradizione artigianale in tutta l'Italia del centro-sud (e infatti è stato richiesto il riconoscimento della denominazione di origine protetta sotto il nome di *Fior di Latte Appennino Meridionale*) e tra le zone a maggiore vocazione ci sono la provincia di Latina con la cittadina di Aprilia e tutta quella estesa area agricola che è l'Agro Pontino, famoso proprio per i latticini.

Un territorio anticamente paludoso, ma che nel corso dei secoli lo sforzo tenace degli uomini è riuscito a bonificare e a rendere verde, fertile e ospitale: i primi tentativi furono del popolo dei Volsci, poi i romani e anche alcuni pontefici, allora sovrani dello Stato Pontificio, come Leone X che aveva affidato il compito di studiare gli interventi da effettuare addirittura a Leonardo Da Vinci. A poco a poco l'area è stata strappata alla palude e dagli anni Trenta del Novecento è ricca di vaste campagne dove pascolano le mucche da cui si ottiene il latte fresco per il gustoso prodotto. È importante notare, infatti, che l'alimentazione di questi bovini è costituita prevalentemente da leguminose (vecce, trifoglio incarnato e *subterraneum*) e cereali (avena, orzo, mais) che rendono il latte particolarmente ricco di aromi.

PASSATI al caglio

Il latte intero arriva fresco al caseificio dove viene riscaldato a una temperatura di 33-38 gradi centigradi. E, subito dopo il riscaldamento, viene aggiunto un siero innesto naturale derivante dalla precedente lavorazione di latte vaccino. Quindi c'è l'aggiunta di caglio naturale liquido di vitello, che dà il via al processo di coagulazione (della durata di circa 20-40 minuti). A questo punto si procede alla rottura della cagliata, per ottenere granuli delle dimensioni di una nocciola. Ecco che la fermentazione naturale comporta la maturazione della cagliata che avviene dopo 3-5 ore da quando è stato aggiunto il caglio. Per un prodotto genuino e gustoso i casari evitano di usare durante la lavorazione correttori chimici di pH, purtroppo molto usati nelle produzioni industriali.

A maturazione avvenuta la cagliata viene ridotta in listarelle, poi messe negli appositi recipienti con acqua

molto calda (quasi bollente) per essere filate. Una volta ottenuti i singoli pezzi, sono immessi in vasche di acqua fredda per rassodarsi. Pronti per arrivare nei nostri piatti.

A pezzi e BOCCONCINI

A questo punto non resta che l'imbarazzo della scelta tra i bocconcini (i formati più piccoli, da gustare in un paio di morsi) o le forme più grandi da tagliare a fette. Ottimo da mangiare da solo – magari con un filo di olio extravergine d'oliva – o nelle diverse preparazioni: dalla semplice eppure saporitissima "caprese", dove il fiordilatte si lega al pomodoro con un po' di olio e una foglia di basilico, alla pasta al forno e alle lasagne, dalla mozzarella in carrozza alla parmigiana di melanzane. E ovviamente sulla pizza e nel ripieno di focacce e calzoni. Insomma, se è un piacere freddo, diventa una poesia nelle ricette dove si fonde col calore e fila ad ogni forchettata.

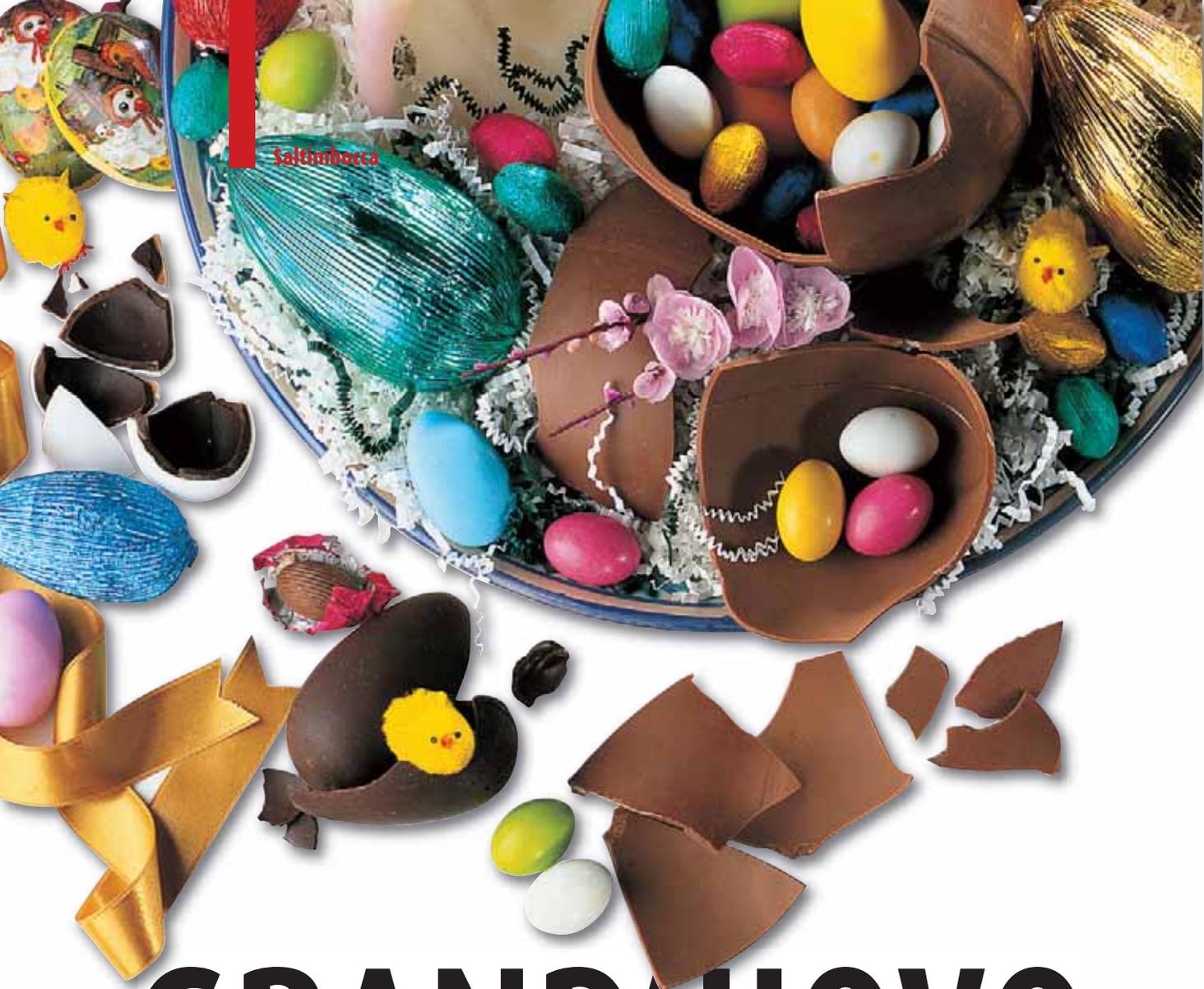
STIAMO FRESCHI

È arrivato il Latte Fresco Alta Qualità Coop.

Sicuro, nutriente, buono. È il nuovo **Latte Fresco Alta Qualità** a marchio Coop che nasce da un'accurata selezione degli allevamenti e da controlli rigorosi che garantiscono la sicurezza del prodotto. Un più blando processo di pastorizzazione rispetto al normale lascia più integro e completo il prodotto, eccellente sotto il profilo della sicurezza, dei valori nutrizionali e delle caratteristiche organolettiche. Prodotto secondo

le regole della *Qualità Sicura Coop* riconoscibili dal quadrifoglio sul contenitore: provenienza da allevamenti italiani selezionati, alimentazione delle mucche a base di mangimi scelti e priva di *ogm*, controlli sull'intera filiera. Il contenitore in *tetratop*, completamente riciclabile, consente di mantenere intatto il gusto e il valore nutrizionale del latte grazie anche a un comodo tappo richiudibile.





Saltimbocca

GRAND'UOVO

Decorate, "animate", farcite... Le uova di Pasqua come opere d'arte. di Silvia Inghirami

Se non potete permettervi un *Fabergé* salutate la primavera con un uovo di fine cioccolato. Come il gioiello smaltato e dorato che l'orefice Carl Fabergé creò per lo zar Alessandro III anche l'uovo decorato dai maestri pasticceri italiani, con la glassa o la frutta secca, è un'opera d'arte.

«Tipicamente italiana è la decorazione a cornetto, con il ghiaccio reale, a base di bianco d'uovo per realizzare foglie e fiori – spiega **Angelo Di Masso**, uno dei vincitori del

bronzo per l'Italia ai mondiali di pasticceria 2007 –. Oppure si usa il marzapane, per fare piccole figure». La sua specialità sono però ovetti farciti con crema al lampone e ai frutti di bosco e uova stilizzate con frutta secca. E ancora uova spruzzate con burro di cacao per ottenere un aspetto vellutato, con cioccolato speziato alla cannella, allo zafferano, all'arancio, al pepe oro, al pepe di *Sarawak* e, per i bambini, cioccolato al latte con cereali.

Meravigliosa CREATURA

Ma la creatività dei pasticceri non si esaurisce qui: i maestri cioccolatieri **Alessandro Savone** ed **Eleonora Fedeli** si ispirano per le loro uova artistiche a spazio, mare e terra, meraviglie del globo interpretate in chiave stilizzata ed evocativa; oppure preparano ovetti di 40 grammi ricoperti di granella di nocciola.

La proposta di **Fabrizio Donatone**, vincitore del *Premio Speciale Stampa* agli ultimi campionati mondiali di pasticceria, è l'“uovo animato”. Con le sue creazioni la Pasqua diventa molto bizzarra: «Mi diverto a trasformare l'uovo in pulcino, pinguino, rana, orsetto, gatto o volpe, lasciando sempre trapelare la rotondità della forma» – racconta Donatone –. Attraverso il cioccolato si possono esprimere tante cose, basta la fantasia». Ma la scelta non può basarsi solo sull'aspetto: naturalmente quello che conta è la materia prima. «L'elemento caratteristico – spiega Donatone – è l'origine del cacao che dà al cioccolato la sua personalità». La preferenza può andare dal cacao sudamericano o a quello nordafricano; Di Masso, ad esempio, ritiene tra i migliori in assoluto quello venezuelano.

In tutti i SENSI

La produzione di qualità artigianale può permettersi un cioccolato monorigine, ma le imprese per di più procedono ad operazione di assemblaggio di cacao proveniente da vari paesi, con il risultato che il sapore può risultare piuttosto *standard*. Da un punto di vista tecnico il prodotto industriale ha raggiunto livelli qualitativi anche elevati ma l'omologazione ha fatto perdere ai consumatori il piacere di scoprire la particolarità degli aromi. «Bisognerebbe riallenare i sensi ad assaporare gli alimenti – consiglia Di Masso –. Provate ad annusare le cose che mangiate senza lasciare tutto il compito al palato». Per il cioccolato i suggerimenti dei maestri del gusto stanno ottenendo risultati confortanti, infatti in commercio se ne trovano sempre più tipologie e varietà con indicazioni della provenienza d'origine e della quantità di cacao contenuto. La ricerca della qualità ha quindi dato i suoi frutti, come dimostra la crescita del consumo di cioccolato: secondo l'*Aidi* (Associazione industrie dolciarie italiane) le vendite di uova pasquali (di coniglietti e gallinelle) sono cresciute del 2,4 per cento attestandosi a 12.600 tonnellate.

Splendido FONDENTE

In media un italiano mangia 4 chilogrammi di cioccolato in un anno, contro 11,6 di un cittadino svizzero, 10,7 di un belga, 10,5 di un danese.

La preferenza è accordata al cioccolato fondente, anche nelle uova: «Un quarto delle vendite di uova sono del tipo al latte – riferisce **Luigi Bassetto**, pluridecorato *maitre patissier*, allenatore della squadra italiana all'ultima Coppa del Mondo – e tre quarti di fondente: un dato significativo che indica come il pubblico cominci a comprendere e ricercare la qualità del buon cioccolato».

Ma come individuare un prodotto buono da uno scadente? La lettura dell'etichetta può venirci in aiuto prima di effettuare un acquisto, per conoscere in particolare il rapporto tra cacao e zucchero. Per gli esperti, però, la quantità di cacao non va considerata l'unico elemento guida, perché un cioccolato può essere eccellente tanto con una percentuale del 64 per cento come del 70; entrano in gioco altri fattori, a partire dal processo di torrefazione delle fave di cacao. «Il cioccolato – spiega Bassetto – non deve essere né troppo scuro né troppo chiaro. Nel primo caso un'elevata torrefazione delle fave di cacao fa sì che

gran parte degli aromi spariscono irrimediabilmente, nel secondo è evidente un'eccessiva dose di zucchero.

OVO SODO

«L'aspetto luminoso, con riflessi dorati e rossicci, conferma invece l'utilizzo di ottime fave – continua Bassetto –, quelle che molti artigiani stanno promuovendo con successo. La dicitura monorigine nell'etichetta delle uova, cioè la loro provenienza da un unico cru, è garanzia di purezza, quella che spesso è compromessa dalla miscela di percentuali differenti».

L'importante è allora non farci guidare nell'acquisto solo dalla bellezza del *packaging*, fatto di carte e stoffe colorate e fiocchi imponenti, o dalla curiosità per la sorpresa. Solo in Italia il regalino nascosto è un elemento imprescindibile dell'uovo di Pasqua e a volte questo porta a non guardare la materia prima. Con il risultato di ritrovarci con un inutile pupazzetto o un improbabile portachiavi e un cioccolato sottile e dal sapore deludente. Meglio allora scegliere un uovo che ci dia garanzie di qualità (e perché no, accordando fiducia ai prodotti del consumo equo e solidale che sostengono le popolazioni di paesi tradizionalmente produttori di cacao) e poi abbinare un dono personalizzato che farà la gioia di chi lo riceve.

CHE BELLA SORPRESA

Equosolidale sia il cioccolato che la sorpresa. È l'uovo di Coop, quello della linea **Solidal** prodotto dalle cooperative della Repubblica Dominicana, del Belize, del Costa Rica, del Ghana, dell'Equador, del Paraguay. È l'uovo certificato *Fairtrade* che garantisce ai produttori del Sud del mondo una retribuzione adeguata per il loro lavoro e un margine per migliorare la vita delle loro comunità. È l'uovo con sorprese al 100 per cento equosolidali:

oggetti artigianali provenienti da realtà del circuito equo Sri Lanka, India, Indonesia.

È l'uovo fatto di cioccolato a marchio *Fairtrade* che si distingue per l'alta percentuale di cacao e l'esclusione di grassi vegetali alternativi al burro di cacao. Una scelta di qualità e di solidarietà.



Pasqua di mondo

Ricette a cura di Paola Ramagli foto Carlo Bonazza

Consigli dietetici a cura di Chiara Milanese, dietista

Ingredienti: 10 uova, g 500 di salsiccia, 1 cipolla, 1 bustina di pangrattato, prezzemolo tritato, 1 pizzico di noce moscata, olio per friggere, sale e pepe

Rassodare 8 uova, passarle nell'acqua fredda e sgusciarle. Mescolare in un recipiente la salsiccia con la cipolla tritata, 2 tuorli, il prezzemolo, il sale, il pepe, la noce moscata e tanto pangrattato che sia sufficiente a formare un composto omogeneo. Appiattire con le mani bagnate una dose di trito sufficiente da rivestire un uovo e avvolgerlo intorno continuando per tutte le uova. Spennellare le polpette ottenute con l'albume leggermente sbattuto e impanarle con il pangrattato rimasto. Farle cuocere a fuoco medio nell'olio caldo fino a quando saranno dorate e croccanti.

PREPARAZIONE Facile ● TEMPO 30 min. ● COSTO economico

LA DIETISTA **870 Kcal a porzione**

Piatto ricco di proteine nobili ma anche di grassi saturi, meglio non eccedere.



Ingredienti: kg 2 di patate, 3 uova, 1 bicchiere di farina azzime, 1 bicchiere di noci tritate, sale, sugo a piacere

Bollire le patate in acqua salata e schiacciarle quando sono ancora calde quindi mescolarle in un recipiente con le uova, la farina azzime e le noci. Lavorare bene l'impasto e formare degli gnocchetti di forma regolare. Cuocere in acqua bollente per due minuti e scolare con la schiumarola per non romperli. Condire a piacere con burro, salvia e grana, pomodoro o qualunque altro sugo.

PREPARAZIONE Facile ● TEMPO 40 min. ● COSTO economico

LA DIETISTA **530 Kcal a porzione**

Grazie alla farina senza lievito e alle fibre delle noci è adatto a chi soffre di intolleranze e stipsi con gonfiore intestinale.



Ingredienti: Kg 2 di puntine di maiale, 1 cipolla, 3 spicchi d'aglio, 3 peperoncini rossi, 1 1/2 di passata di pomodoro, g 60 di zucchero di canna, 1 1/2 di birra scura

Per la marinata: g 250 di olio, succo di 2 lime, 1 cucchiaino di pepe nero, 2 spicchi di aglio pestato, 1 piccola cipolla tritata, basilico, timo e maggiorana tritati, 1 cucchiaino di sale

Tagliare le costine a pezzi abbastanza piccoli, sminuzzare la cipolla, l'aglio e il peperoncino e unirvi il pomodoro, lo zucchero e la birra. Versare tutto in una casseruola insieme alla carne e portare a ebollizione quindi abbassare la fiamma e far cuocere per un'ora parzialmente coperto. Assaggiare la salsa e aggiungere, se occorre, altro peperoncino, quindi trasferire la carne in un recipiente non di metallo, coprirlo con la marinata e conservarla una notte in frigo. Scolare le puntine, sistemarle sotto un grill già caldo per 15 minuti voltando e unguendo con la marinata rimasta.

Per le patate **Ingredienti:** 8 patate, 2 cipolle affettate fini, 2 peperoncini rossi, 2 spicchi d'aglio, g 60 di burro, g 350 di yogurt, g 400 di formaggio grattugiato, kg 1 di pomodori freschi, olio per friggere
Cuocere le patate in forno per 30 minuti, lasciarle raffreddare, tagliarle a metà, togliere un po' di polpa quindi dividerle ancora. Per preparare il chili fare imbiondire nel burro la cipolla, i peperoncini e l'aglio, spostare dalla fiamma e unire lo yogurt e il formaggio. Riportare sul fuoco e mescolare bene. Friggere le patate, scolarle, coprirle con il chili con queso e accompagnare con una dadolata di pomodori.

PREPARAZIONE Media ● TEMPO 90 min. ● COSTO medio

LA DIETISTA **900-1000 Kcal a porzione**

La cottura nella birra rende digeribile la carne e, grazie ai suoi enzimi, ha un effetto immunostimolante che rende pronte e attive le difese dell'intestino.



Ingredienti: kg 1 di ricotta, g 45 di burro, g 300 di panna, g 100 di mandorle pelate, g 100 di canditi, g 100 di uvetta, 6 tuorli, cardamomo, 2 cucchiari di zucchero vanigliato, 4 cucchiari di zucchero

Mescolare lo zucchero con il burro fino a farlo diventare spumoso e bianco, aggiungere un tuorlo alla volta finché lo zucchero sia completamente disciolto e aggiungere la panna, lo zucchero vanigliato, un pizzico di cardamomo e la ricotta. Mettere sotto peso il composto per due ore, per far perdere l'acqua in eccesso e farla risultare più soffice. Mescolare quindi con l'uvetta rinvenuta e le mandorle e i canditi tritati. Quando l'impasto è ben amalgamato metterlo in una teglia tipica pasquale a forma di colomba, campanella o agnellino, stendendo sul fondo della carta da forno. Coprire con un piatto e mettere di nuovo sotto peso in frigo per 12 ore.

PREPARAZIONE Media ● TEMPO 30 min.
● COSTO medio

LA DIETISTA **770 Kcal a porzione**

Calcio e vitamina D delle uova rinforzano denti e ossa. Il contenuto di fibre di mandorle e canditi copre l'intero fabbisogno giornaliero di fibra.



PASTA CELERE

Antipasto o dessert, in pochi minuti, con la pasta sfoglia.

di Costanza Giambalvo

Vol-au-vent e millefoglie, *canapè* e strudel, *quichese* e cannoli. Salato e dolce, la pasta sfoglia accomuna gli opposti. Con il suo gusto neutro si sposa alla crema come alla verdura, alla frutta come ai salumi. Averla in casa è una salvezza: in una manciata di minuti permette di inventare un secondo o un dessert, di preparare uno sfizioso antipasto o anche semplicemente di riutilizzare i formaggi avanzati in una torta appetitosa. La praticità d'uso è l'imperativo che si sono date le aziende che la offrono già stesa e in versione fresca o surgelata. Non solo: molti prodotti (soprattutto nella versione da frigorifero che va per la maggiore) sono già dotati di carta forno in modo che non serve neppure ungere la teglia e la pasta, una volta srotolata, è subito pronta per essere infornata.

Su di giri

La comodità è tale che pochissimi tentano di farla in casa, anche perché la preparazione è piuttosto laboriosa, soprattutto se si segue la ricetta classica inventata nella seconda metà del 1700 da Antonin Carême che prevede i sei canonici "giri di pasta". Un pasticcere esperto vi dirà che non è affatto difficile cimentarsi con la sfoglia se si conosce e si padroneggia la tecnica: la pazienza verrà premiata dal sapore, superiore nella preparazione artigianale che preferisce il burro alla margarina e ai grassi idrogenati. «La produzione industriale dà ottimi risultati – riconosce **Fabrizio Donatone**, vincitore alla Coppa del Mondo di pasticceria nel 2007 – ma la differenza fondamentale

con quella di un pasticcere sta nella materia prima: noi scegliamo il grasso nobile, loro grassi vegetali ed emulsionanti». La margarina ha, infatti, il vantaggio di essere più economica del burro e, secondo alcuni, rende anche più facile la preparazione dell'impasto.

Sfoglia di leggerezza

Le tecniche avanzate assicurano, però, un risultato sempre uguale e sicuro, cioè una sfoglia friabile, a sottili lamelle ben staccate e sollevate tra loro.

Le uniche note stonate arrivano dai valori nutrizionali: la pasta sfoglia ha decisamente un'alta percentuale di grassi e un elevato valore energetico. Le chilocalorie ogni 100 grammi di pasta variano in media da meno di 400 (391-3) a circa 430 mentre i grassi oscillano da 23,5 a 25,5. Per questo sul mercato sono arrivati anche nuovi prodotti che promettono la fatidica "leggerezza": ma attenzione a leggere bene l'etichetta perché, se quasi scompare il colesterolo, aumentano le chilocalorie. Tra le novità più interessanti vi sono piuttosto sfoglie senza grassi idrogenati a salvaguardia della salute più che della linea.

RITAGLIA E CUOCI

La pasta sfoglia ha un grande pregio: non avanza mai! Se infatti dalla preparazione della vostra torta dolce o salata sono rimasti dei ritagli, non buttateli! Fatene delle strisciole sottili e piatte, salatele e conditele (con olio, ma anche con spezie a vostro piacimento, dal sesamo al finocchio, dal rosmarino ai semi di papavero oppure parmigiano) e infornatele per quindici minuti a 180 gradi. Diventeranno un ottimo salatino per l'aperitivo.

Nel regno del giallo

Da secoli nel paesaggio e nell'economia toscani: l'olio giallo di Lucca Dop.

di Anna Ciaperoni

Derivato dalla varietà *Frantoio* per il 90 per cento e per il restante 10 dalle cultivar *Leccino* più altre varietà minori, l'**olio extravergine d'oliva Lucca Dop** ha un gusto dolce e delicato, con una spiccata sensazione di piccante e amaro, caratteristico di altri oli d'oliva toscani. Per questo è particolarmente adatto sia per i condimenti a crudo che per accompagnare le tipiche zuppe e gli altri piatti della sapida cucina regionale. Di colore giallo con riflessi verdi più o meno intensi, ha una bassa acidità totale non superiore allo 0,5 per cento e un sentore di fruttato che varia da leggero a medio. Da sempre vanto del territorio della lucchesia, l'olio d'oliva per secoli è stato un punto di forza del paesaggio agrario e dell'intera economia dell'area tanto che, nella fase di avvio della produzione industriale dell'extravergine, diverse aziende si sono dislocate proprio nel territorio di Lucca. La conferma dell'importanza della coltivazione dell'olivo si ha anche dalla toponomastica della provincia dove diverse località hanno nomi derivanti dalla coltivazione dell'olivo, come *Ulettori*, *Ulivella*, *Oliveto*, *Olivetucci*. Le particolari caratteristiche ambientali e pedoclimatiche della zona hanno determinato un contesto particolarmente vocato per la coltivazione dell'olivo. Terreni poveri e difficili, con appezzamenti terrazzati, a ridosso delle Alpi Apuane e dell'Appennino, ma con buona piovosità, costituiscono condizioni favorevoli per il sano sviluppo degli oliveti. La produzione dell'extravergine Lucca Dop interessa tanto il territorio della piana della città capoluogo che della Garfagnana e della Versilia. Il disciplinare

produttivo prevede che la raccolta delle olive venga effettuata a mano o con strumenti agevolatori, che siano molite entro tre giorni dalla raccolta e che tutte le fasi di produzione, trasformazione e imbottigliamento vengano effettuate nel territorio previsto, per salvaguardarne le proprietà organolettiche. L'etichetta, oltre alla denominazione Lucca Dop, riporta il logo che raffigura un cerchio con bordi irregolari e sagomati simile a un timbro di cera lacca di colore verde scuro.



Più unico che raro

Il carciofo Bianco di Pertosa, ottimo da mangiare crudo, ideale per il pinzimonio.

di Francesca Baldereschi

Pertosa, un paese con poco più di 600 abitanti, 70 chilometri a sud di Salerno, è nota per le sue grotte: straordinarie cavità naturali nate in seguito a fenomeni carsici, risalenti a oltre trentacinque milioni di anni fa; si sviluppano per oltre 2.500 metri con caverne e gallerie imponenti attraversate da corsi d'acqua navigabili tra stalattiti e stalagmiti.

Ma a Pertosa si coltiva anche una varietà di carciofi fra le più insolite della penisola: il **carciofo Bianco di Pertosa** o del **basso Tanagro**, il fiume che attraversa tutta la zona di coltivazione, posta fra i 300 e i 700 metri sul livello del mare. Il nome esprime la sua caratteristica più evidente: è un carciofo di colore chiarissimo, verde tenue, bianco argenteo. Le infiorescenze sono grandi, rotonde, globose, senza spine, con un caratteristico foro alla sommità. Ad oggi appena tre ettari sono destinati al carciofo Bianco, divisi fra una trentina di contadini che coltivano perlopiù per il consumo familiare in piccoli appezzamenti ai bordi dei campi. Una realtà produttiva marginale, eppure le potenzialità di questo prodotto sono straordinarie. Le rare qualità organolettiche, unite alla sua salubrità, fanno del carciofo Bianco un possibile traino per tutta l'economia agricola della zona. I produttori, che si sono subito riuniti in un consorzio, sono supportati dagli studi e dalla consulenza scientifica della dottoressa Rosa Pepe, ricercatrice presso l'*Istituto Sperimentale per l'Orticoltura* di Pontecagnano, il cui direttore, il professor Vitangelo Magnifico, è sicuramente uno dei massimi esperti al mondo di carcioficoltura. L'obiettivo è di ritrovare un mercato per questo prodotto unico, coinvolgendo innanzitutto la ristorazione locale. Dato che questo carciofo è eccellente

sott'olio, a Pertosa è già in fase di attuazione un progetto che permetterà di realizzare un moderno centro di confezionamento dei carciofini in olio extravergine di oliva Dop *Colline Salernitane*. Un ottimo carciofo da mangiare crudo, magari in pinzimonio.



Offerte speciali per i Soci Coop

**TURCHIA
BODRUM**

IN COLLABORAZIONE CON VALTUR
VILLAGGIO VALTUR FAMILY
programma 8 giorni / 7 notti - ALL INCLUSIVE
Partenza il 6/6/2008 da ROMA con voli ITC

QUOTA CATALOGO	QUOTA SOCI COOP
€ 801,00*	base: € 775,00*
€ 804,70	prenotazione prima € 756,00*

*Inclusa quota gestione pratica, assicurazioni e tasse aeroportuali (salvo eventuali adeguamenti); supplementi riduzioni, eventuali spese visto, adeguamenti carburante, condizioni generali: consultare il catalogo del Tour Operator.

Turchia, tra mare, natura e storia.

Il blu e il turchese del mare, le escursioni in caicco, tipica imbarcazione turca, la mitica Efeso e i mercatini di Turgotreis e Milas. Ed ancora, il profumo degli oleandri, i colori delle bouganville e il verde degli olivi. La Turchia più bella è qui, a portata di mano per i soci Coop, nel Villaggio Valtur di Bodrum, affacciato sulle isole dell'Egeo, e particolarmente adatto per una vacanza "in famiglia" con animazione per bambini e ragazzi dai 5 ai 16 anni. Un relax unico con un plus in più: il socio Coop ha il vantaggio del risparmio!

**GRECIA
ISOLA DI CRETA**

IN COLLABORAZIONE CON COLUMBUS VIAGGI
COLUMBUS CLUB FODELE BEACH - Cat. A

programma 8 giorni / 7 notti - ALL INCLUSIVE
Partenze: 20 e 21/7/2008 da ROMA - PISA
NAPOLI - MILANO con voli ITC

QUOTA CATALOGO	QUOTA SOCI COOP
€ 1.060,00	€ 842,00

NO QUOTA DI ISCRIZIONE PER I SOCI COOP.
Speciale quote bambini su richiesta. Spese aggiuntive e condizioni generali: consultare il catalogo del Tour Operator. Offerta a disponibilità limitata.

Sulle tracce di Ulisse, tra miti e leggende.

Il Columbus Club Fodele Beach sull'isola di Creta è la meta del viaggio che vi proponiamo. La più grande isola greca, terra di antichi miti e leggende, cantata da Omero, ricca di scenari naturali e tesori archeologici, conserva ancora i resti della civiltà minoica e non possono mancare nel taccuino di viaggio le visite al Museo di Heraklion e al Palazzo di Minosse a Knossos. Una vacanza per tutti, a contatto con la natura, che permette anche di soddisfare le curiosità di conoscenza del territorio. Senza dimenticare di fare tappa in una delle tante taverne sul mare per gustare l'ottima gastronomia locale.

**CROCIERA
SPAGNA, ISOLE BALEARI
E TUNISIA**

IN COLLABORAZIONE CON COSTA CROCIERE
COSTA CONCORDIA - Crociera di 7 giorni
programma "Magico Mediterraneo"

Partenze: 29/6/2008 da Civitavecchia
30/6/2008 da Savona

QUOTA CATALOGO a partire da	QUOTA SOCI COOP a partire da
€ 1.320,00	€ 915,00*

*cabine interne; quote speciali anche per cabine esterne e con balcone. Quote speciali solo per cabine doppie e triple. Ragazzi under 18 GRATIS (quota nave). condizioni sul catalogo Costa. La quota si intende al raggiungimento di minimo 30 partecipanti. Spese aggiuntive e condizioni generali: consultare il catalogo del Tour Operator.

Benvenuti a bordo! Cosa è importante sapere.

Che bella la crociera! La notte viaggi in una specie di isola galleggiante dove il divertimento è assicurato e compreso nel prezzo puoi usufruire degli spettacoli di musica dal vivo, l'ingresso al casinò, la palestra, gli spettacoli di teatro, il Baby Club e la serata di gala. Il giorno, puoi scendere e visitare i luoghi più belli, in libertà o con gite organizzate e prenotabili a bordo. Viaggiare con Costa Crociere poi ha un valore in più: la quota di servizio (pari a 6 euro/giorno per adulto per le crociere di durata uguale o inferiore a 8 giorni, come quella che vi proponiamo in questo numero) viene interamente destinata dalla compagnia a favore del personale addetto all'erogazione dei servizi alberghieri a bordo, quale incentivazione al continuo miglioramento della qualità dei servizi offerti a bordo delle navi Costa. In questo contesto Costa Crociere ha conseguito la certificazione internazionale SA 8000, relativa al comportamento etico e alla responsabilità sociale.

Arrivederci al prossimo numero con altre notizie e proposte di viaggi.

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

Numero Verde
800 778114

ORARI:
09.30-14.00
15.00-18.30
LUNEDÌ - VENERDÌ

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

Unicoop Tirreno

In collaborazione con

LA VITA CHE VORREI

Vado, questa volta ho deciso che vado... e invece resto. Otto italiani su dieci vogliono cambiare vita ma spesso non hanno il coraggio di farlo. Sognano di diventare ricchi, di trovare un nuovo lavoro, di avere un fisico perfetto, di realizzare ciò che per vari motivi hanno lasciato incompiuto, di incontrare il vero amore, di chiudere una storia ormai stanca.

Punto e a capo

«I cambiamenti nella vita sono determinanti. Che sia il lavoro, la casa, il paese o il *partner* si tratta di mutamenti esterni che sono spesso intimamente connessi a mutamenti interiori – spiega **Mariacandida Mazzilli**, psicologa e psicoterapeuta responsabile del sito www.psicologiadonna.it –. Il cambiamento è comunque sempre fonte di stress perché in questa fase tutto si muove e anche il corpo e la mente reagiscono. Perciò ci si deve preparare bene perché il passaggio è tutt'altro che semplice. Il problema nasce quando facciamo resistenza al cambiamento, anziché accoglierlo come incentivo a ri-raccontare la nostra vita». E allora ogni scusa è buona per rinunciare alla "vita nova" che desideriamo al ritorno da un viaggio, all'inizio dell'anno quando si fa la lista dei buoni propositi per i mesi a venire, dopo una crisi, il giorno del compleanno o a primavera quando tutto si risveglia.

«Gli uomini, in generale, fanno anche più fatica a fare punto e a capo – aggiunge Mazzilli –, fanno più

Voglia di cambiare quello che non va nella propria vita, di ricominciare da capo, di rinnovarsi, ma anche paura della novità, di lasciare il certo per l'incerto. Voltare pagina non è facile, ma non è mai troppo tardi. di Rita Nannelli

resistenza al cambiamento e spesso lo subiscono dall'esterno senza avere un ruolo attivo. Così l'uomo "cambia" quando proprio non può farne a meno (un trasferimento obbligato, una separazione subita ecc.), e rispetto alla donna elabora con più difficoltà il distacco, preferendo spesso lasciare tutto com'è e "tirare avanti". La donna è per natura più incline a dialogare con se stessa, a mettersi in discussione, e il cambiamento è parte integrante della sua vita anche da un punto di vista fisiologico (la comparsa del ciclo, la gravidanza, l'allattamento, la menopausa)».

La metamorfosi

Ma qual è la molla che ci spinge a cambiare rotta?

Risponde Mazzilli: «Ogni trasformazione inizia, di solito, con un'inquietudine indefinita a cui è difficile dare un nome, si prende coscienza che la nostra vita non ci soddisfa più: alla base della metamorfosi c'è qualcosa che finisce il suo corso. Ma la voglia di voltare pagina, l'entusiasmo per la novità si accompagna a manifestazioni esteriori (cambio di acconciatura, di abbigliamento, maggiore cura del corpo) e, contemporaneamente, a una buona dose di ansia, di paura del nuovo e addirittura di senso di colpa perché chi ci sta intorno si accorge del cambiamento e magari mostra di non approvarlo. Siamo preda di forti conflitti: per esempio il desiderio di autonomia si scontra con la paura di rimanere soli e di essere abbandonati. Quando invece riusciamo a liberarci dai condizionamenti, dobbiamo fare i conti con la nostra responsabilità, con la nostra libertà di scegliere: la nuova situazione può diventare, per altri versi, più scomoda e difficoltosa della precedente». Infatti: ci sentiamo più a nostro agio in casa nostra, in un ambiente noto e sicuro o in

CAMBIAMENTO LENTO

Qualche consiglio utile per rifarsi una vita.

Anche se ogni storia è un caso a sé.

Innanzitutto prendere coscienza che ogni cambiamento ha un prezzo da pagare, fatto di conflitti personali e con gli altri, di critiche, di paure e sensi di colpa. Occorre saper affrontare i conflitti e il dissenso, imparare a gestire l'ansia, non crollare davanti ai rimproveri e ai ricatti affettivi.

Riuscire a distinguere tra un malessere esistenziale e un'inquietudine momentanea: se la differenza tra le proprie aspirazioni e la realtà è davvero grande analizzare la propria esistenza e rivedere e correggere ciò che non ci rende felici. Spesso una semplice riflessione evita azzardi e delusioni.

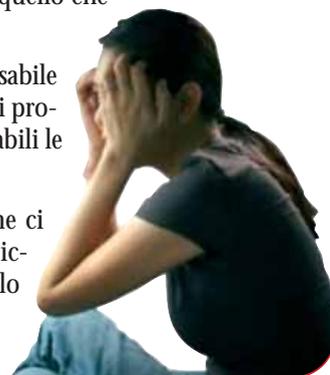
Concedersi tempo, soppesare e maturare bene il desiderio di cambiare.

Un "piano d'azione" ben definito facilita il raggiungimento delle mete stabilite, diminuisce il rischio di fallimento e di conseguenti ripercussioni sull'autostima e sulla fiducia in se stessi e sulle proprie capacità.

Procedere a piccoli passi, ascoltando i consigli di un amico fidato o di un familiare, stando da soli – perché non affrontare le emozioni e i conflitti interiori ci distrae da noi stessi –, osservando quello che ci succede intorno.

Accettare la possibilità di sbagliarsi. È indispensabile per imparare dagli errori e migliorare eventuali progetti futuri. Insomma non considerare irrevocabili le proprie decisioni.

Non soffocare mai quelle "voci di dentro" che ci dicono che qualcosa non va. Per riempire un bicchiere di una bevanda nuova bisogna svuotarlo di quella vecchia.



una strada sconosciuta in una città sconosciuta? Tutto ciò che è poco familiare ci attrae e ci spaventa allo stesso tempo e meno sappiamo più è grande la paura e il *refrain* "vorrei, non vorrei" rischia di suonare dentro di noi all'infinito.

Ricomincio da zero

Allora, scherzandoci un po' su, prendiamo carta e penna e pensiamo a qualcosa che vogliamo cambiare e mettiamo nero su bianco le risposte. Cosa voglio cambiare? Quali risultati voglio ottenere? Quali effetti produrrà

nella mia vita questo cambiamento? Quanto tempo mi serve per ottenere il risultato voluto? Immaginandomi a risultati raggiunti come mi sento? Quali imprevedibili potrei incontrare e come eventualmente li affronterò? Certo è che la capacità di affrontare una crisi è, secondo gli esperti, innata, implica una personalità solida, aperta e fiduciosa, ma in parte può essere sviluppata e migliorata. In questo l'immaginazione aiuta: proviamo a visualizzare come ci piacerebbe essere tra un paio d'anni, dove e con chi... Con un pizzico di creatività si può ricominciare da zero come cantava Édith Piaf. E non è mai troppo tardi.

TERRA BRUCIATA

Che fine faranno il Sole, la Terra e gli altri pianeti?
di Paolo Volpini

Mentre la fitta agenda quotidiana ci incatena al presente e il futuro è poco più dell'ora dopo, la scienza guarda molto più in là... fino alla fine del mondo.

Come cambierà e per quanto tempo vivrà la Terra? I modelli teorici ci dicono che fra oltre 5 miliardi di anni il Sole diventerà una stella gigante rossa che espandendosi ci inghiottirà. In realtà l'evoluzione sarà più complessa e la vita sulla Terra finirà molto prima. Dimensioni e temperatura del Sole stanno, infatti, lentamente ma inesorabilmente aumentando, gli oceani evaporeranno e il vapore acqueo contribuirà a far crescere ancora la temperatura; i raggi ultravioletti del Sole distruggeranno le molecole d'acqua, i gas atmosferici si disperderanno nello spazio, e la Terra diventerà un pianeta completamente arido e caldissimo. In seguito il Sole, all'età di 12 miliardi di anni (fra quasi 7,5 miliardi di anni) si espanderà repentinamente fino a diventare almeno 200 volte più grande. Mercurio e Venere non avranno scampo.

Il destino della Terra non è invece chiaro. Sarà inglobata dal Sole, oppure, seppur arroventata dal grande calore, potrebbe allontanarsi e sopravvivere. L'orbita della Terra subirà, infatti, importanti variazioni a causa di effetti delle maree e per la diminuzione della forza di gravità del Sole, che perderà circa il 25 per cento della propria massa attraverso imponenti venti di particelle.

I *flash* dell'elio saranno il canto del cigno del Sole. L'elio, prodotto dalla fusione nucleare dell'idrogeno, si fonderà a sua volta, creando un nucleo di carbonio e ossigeno.

Mentre gli strati esterni della stella si espanderanno nello spazio generando un'enorme "nebulosa planetaria", il nucleo ancora molto caldo formerà una minuscola stellina: una "nana bianca".

Quel che resta del sistema solare è destinato a raffreddarsi fin quasi allo zero assoluto (-273 °C): una fredda e scura "nana nera" con intorno le ceneri dei pianeti superstiti.



DI NUOVO SOLE

Anno nuovo ciclo solare nuovo. Un ciclo solare – durata 11 anni – è caratterizzato dal passaggio da un minimo a un massimo di attività, per poi tornare a un periodo di minimo. Durante il periodo di massimo si registra un picco di macchie, eruzioni e tempeste solari, in grado di disturbare le telecomunicazioni e danneggiare le apparecchiature elettromagnetiche. Ebbene, dopo il massimo del 2000-2003, il Sole era sceso al minimo alla fine del 2007. L'avvio del nuovo ciclo solare è stato confermato all'inizio di quest'anno dalla comparsa a elevate latitudini delle prime macchie solari caratterizzate da una polarità magnetica invertita rispetto alle macchie del ciclo precedente. Il nuovo ciclo raggiungerà il massimo nel 2011.

La guerra dei Roses

La coppia scoppia... sempre di più. Oltre 60mila divorzi in Italia solo nel 2006, con un aumento di "addii" pari a quello degli ultimi dieci anni messi insieme: 15mila in più. Tra le cause innanzitutto il progressivo deterioramento del rapporto, a seguire l'insofferenza verso la vita coniugale, ragioni economiche e la scoperta di un tradimento, in pochi lasciano la moglie o il marito per un nuovo amore. In ogni caso mano al portafoglio: si parte da duemila euro, ma se inizia "la guerra dei Roses" la spesa è senza tetto.



A tutto gas

Addio spesa da soli, oggi il carrello si riempie in gruppo, con i *Gas* – gruppi d'acquisto –. Nati da un'esigenza economica, i *Gas* sono anche un modo per sentirsi "alternativi" all'economia globale. Acquistare prodotti sani, che non sfruttano l'ambiente o i lavoratori, e risparmiare: queste le linee guida dei *Gasi* cui partecipanti compilano una lista della spesa che si va a sommare alle altre liste e poi si fa un ordine finale. Quando arriva la merce dal produttore viene suddivisa tra le famiglie e ognuno paga la sua parte.

La stagione dell'umore

Niente colori cupi e musi lunghi, a primavera va di moda il buonumore. Tinte chiare e luminose, gambe in libertà, tessuti leggeri per abitini – con la vita segnata da cinture alte di pelle –, spolverini e cardigan. Lampi di colore anche ai piedi con sandali dai tacchi vertiginosi e zeppe-sculture. Spiritosi gli accessori: collanone a forma di stella o di maxi cerchio, borse simili a cestini da *picnic*.



CHE GIOIE!

A tutto si rinuncia, ma non a togliersi uno "sfizio" ogni tanto, alla faccia della crisi. di Carlotta Grimaldi

ROBA DA RICCHI

Curiosità dal mondo del lusso sfrenato.

Reggiseno in diamanti È rivestito con più di 2.500 diamanti, per un totale di oltre 100 carati incastonati in una struttura d'oro bianco da 300 grammi. Valutato 1 milione di euro.

Town House Si trova a Milano ed è il primo hotel a sette stelle in Europa: 25 *suites*, servizi extra lusso: maggiordomo 24 ore su 24, *baby sitter*, noleggio di auto di lusso.

Dolce da 25mila dollari e **pizza** da 2mila sterline. "Semplici" manicaretti accomunati dall'essere fatti oltre che con ingredienti pregiatissimi con lamine d'oro commestibili.

Privilegi vip È il primo *club* della moda, di tutto quello che è più *fashion*, per far diventare star le persone comuni, facendole entrare in posti esclusivi. L'iscrizione al *club* (molto cara, naturalmente) consente di indossare abiti e gioielli alla moda, di avere a completa disposizione un *manager* che cura l'immagine, una poltrona in prima fila in occasione delle sfilate di moda, *yacht* a noleggio, biglietti di teatro impossibili da avere... Se volete curiosare www.privilegevip.com

Se a giugno sarà in programma a Parma *Il senso del lusso*, mostra mercato internazionale dedicata ai beni di lusso, appunto, qualcosa vorrà pur dire. Ovvero che il mondo del lusso ha aperto le porte dei suoi paradisi incantati e ha iniziato a conquistare fette di mercato sempre più ampie. Nonostante gli addetti ai lavori dicano che il mercato è in affanno, concedersi qualche lusso rimane un obiettivo e un'aspettativa per molti. Anche per coloro che, magari, faticano un po' a far quadrare i conti. Ma com'è possibile? Semplice: rinunciando a molto,

ANNI D'ORO

Quello che dieci o vent'anni fa poteva essere considerato un lusso adesso non lo è più. L'automobile, la Tv, le vacanze al mare non sono più un traguardo irraggiungibile. D'altra parte quello che oggi è un lusso non lo era negli anni dal *boom* economico fino agli Ottanta-Novanta. Oggi è un lusso mangiare frutta e verdura genuine e bere latte appena munto, mentre un tempo era all'ordine del giorno; oggi è un lusso avere un'occupazione stabile e duratura, un tempo era la normalità; oggi è un lusso avere figli, un tempo era la logica conseguenza di un matrimonio. Ma soprattutto oggi è un lusso guardare al futuro: un tempo era il motore della vita.

ma non a un oggetto o a una sensazione che nell'immaginario di tutti è irraggiungibile.

Libero accessorio

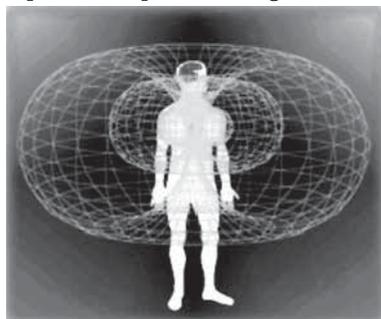
Questo è diventato oggi il lusso: è un gioiello, un accessorio particolare, un viaggio o una crema miracolosa. Certo non parliamo di quei lussi che solo i petrolieri arabi o i nuovi magnati russi possono permettersi, ma di quelle piccole-grandi soddisfazioni a cui anche l'italiano medio non riesce proprio a rinunciare. Il cliente del "lusso" ha dai 35 ai 55 anni, può essere uomo o donna, si informa sulle riviste patinate e ha un livello culturale medio-alto e preferisce spendere poche volte, ma per gli acquisti giusti. O meglio privilegia

la qualità alla quantità. Sia che si tratti di un abito – di gran lusso gli abiti e le camicie, soprattutto da uomo, realizzate su misura –, di un viaggio – *beauty farm* e fattorie immerse nel verde la fanno da padrone – o di un'auto – le sportive da città ormai costano più di una berlina – la scelta è orientata alla qualità, alla ricerca del dettaglio e dei materiali, alla linea, al *design*. Tutti ingredienti base per un risultato di lusso. Forse, senza voler scendere nel sociologico, non è cambiato tanto il lusso in sé, quanto il concetto di lusso e la percezione che ne ha la gente. Potremmo dire che dall'essere associato a qualcosa di difficile da trovare, lusso significa oggi "qualcosa che non si può non avere". Insomma per ciò che ci piace si fanno follie...

AVE CESARE

Un tessuto ci salverà
dai campi elettromagnetici.

Ormai è certo, con il proliferare di ripetitori telefonici, elettronica a basso prezzo e diavolerie di ogni sorta viviamo costantemente immersi in un campo elettromagnetico. Per schermarci da questo continuo bombardamento potremmo andare in giro vestiti di gomma o metallo ma a tutto discapito del *look*. Se questo intenso campo magnetico faccia davvero male alla salute è, in parte, ancora da dimostrare, anche se numerosi studi hanno suggerito che contribuisca allo sviluppo dei tumori. In ogni caso meglio difendersi. La soluzione arriva da un progetto tutto italiano che combina la nostra storica tradizione tessile con la ricerca avanzata dei laboratori del *Politecnico* di Milano. Si tratta di un particolare tessuto fatto di una flessibilissima maglia metallica capace di schermare verosimilmente campi fino a 40 GHzertz. La sua validità verrà testata presso il laboratorio *CESARE* di Milano, acronimo che non si riferisce al famoso Giulio ma al *Centro Studi e Applicazioni Radioelettriche*. Se tutto andrà per il meglio, questa maglia servirà innanzitutto per fabbricare tessuti schermanti da utilizzare in campo aeronautico e per la protezione delle opere d'arte, in secondo luogo per sfornare schermanti che impediscano le interferenze tra gli strumenti elettronici indispensabili, ad esempio, nelle corsie degli ospedali dove si fa il monitoraggio dei pazienti, e per schermare telecomandi il cui segnale fa andare in *tilt* l'antifurto o l'apertura automatica del cancello. E i vestiti arriveranno mai? Gli esperti sono positivi al riguardo, dato che le caratteristiche



del tessuto ne fanno un materiale estremamente versatile. C'è da scommettere dunque che il primo giaccone *anti-elettromog* farà presto la sua comparsa in passerella sbaragliando i concorrenti.

MUSICA... SENZA PAROLE.

NON CI SONO PAROLE
PER DESCRIVERE IL GUSTO E IL SAPORE
DEI PRODOTTI "RIUNIONE".

...MA C'È TANTA, TANTA MUSICA
PER I PALATI PIÙ SOPRAFFINI.



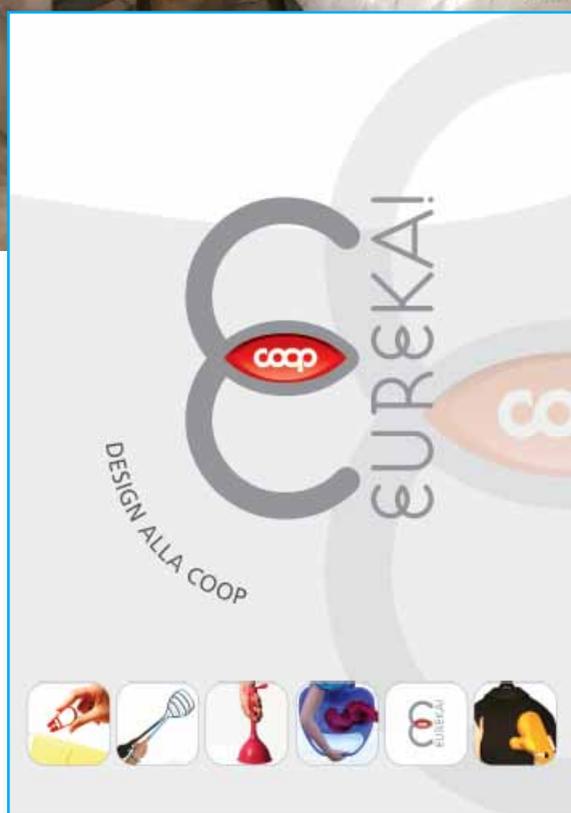
RIUNIONE INDUSTRIE ALIMENTARI

VIA MARCONI, 2 - 16030 AVEGNO (GE)
TEL. 0185.79043 - FAX 0185.799025
WWW.LARIUNIONE.IT
EMAIL: INFORMAZIONI@LARIUNIONE.IT

CASANOVA

Inusuali, dalle forme più strane, banali, ma necessari, ecologici. Con la prima linea Coop di oggetti di design la casa si rinnova e il bello diventa funzionale.

di Martina Balocchi



Se cercando tra i prodotti per la casa troverete una spugna dalla forma inusuale, niente di strano. Stessa cosa se vi imbattete in uno stendino per biancheria con una cappottina mai vista prima o in una bacinella resa maneggevole dalle sue forme arrotondate.

È la nuova linea di prodotti a marchio Coop che presto sarà disponibile in una selezione di punti vendita in tutta Italia e che è stata presentata il 15 febbraio al salone *Eataly* di Torino dopo il debutto al *Torino World Design Capital 2008*.

zetta per recuperare gli oggetti più piccoli, un guanto togli-pelucchi appendibile nell'armadio, un set di 12 mollette monomateriche, un battipanni di nuova concezione. C'è davvero da sbizzarrirsi: uno scopino da bagno che si riempie con liquido igienizzante, un'asticella lavatoio comoda anche quando si è in viaggio, feltrini adesivi a dimensione variabile e sapone di *Marsiglia* dalla pratica forma per un progetto che mette insieme i valori tradizionali di Coop e le forme più moderne

Eureka!

Si chiama *Eureka Coop* ed è una linea composta da dodici oggetti di uso quotidiano, banali ma necessari, presenti nelle case di ognuno di noi, ripensati da dodici progettisti tra i più rappresentativi della nuova generazione del *design* italiano coordinati da Giulio Iacchetti. Ne fanno parte anche uno

del *design*. Tutto è cominciato nel 2005 quando furono presentati venti prototipi in vari supermercati attraverso una mostra itinerante, sottoponendoli al giudizio di soci e consumatori che, con il loro voto, hanno premiato i migliori e scelto quelli che poi sarebbero stati messi sugli scaffali.

Complimenti D'ARREDO

Tutti prodotti in Italia rispettano rigorosamente gli *standard* ecologici di Coop allo stesso prezzo dei rispettivi beni di largo consumo tradizionali. Considerando quanto gli italiani ci tengono ad avere una bella casa – ma senza spendere un capitale –, c'è da scommettere che il progetto avrà una grande eco. Da una recente indagine, infatti, è risultato che quasi la metà del Belpaese – dai 18 anni in su – desidererebbe per la propria abitazione oggetti di *design*, in particolare, ad avere maggiormente occhio estetico sarebbero le persone più colte, chi viaggia molto (non solo fisicamente,

COLPO DI SPUGNA

Nella linea Eureka Coop soluzioni innovative che rendono più allegre anche le mansioni casalinghe più noiose. Ecco alcuni esempi.



La bacinella per il bucato progettata da Ragni risulta più maneggevole grazie a una particolare forma che ne favorisce la presa avvicinando il baricentro al corpo... nello svolgimento delle attività domestiche è graditissimo ogni tipo di aiuto. Sempre in tema bucato,

le mollette in policarbonato di Iacchetti sono più pratiche di quelle tradizionali: grazie ad un curioso gioco di leve non sono dotate di molle che si spezzano o schizzano via. Spostandosi in cucina, spicca la spugna, pensata da Contin, che si può appendere grazie a una fessura che agevola anche la pulizia di posate e bicchieri: un irresistibile ornamento per cannelle e lavabi.



ma anche abbandonandosi alle suggestioni del cinema o navigando nel vastissimo mondo di internet) o chi vive nei grandi centri urbani. E dal 1998 a oggi la domanda collettiva di *design* è quasi raddoppiata, grazie anche alla diffusione delle tecnologie nella vita di tutti i giorni. Soprattutto le donne prestano grande attenzione alla ricerca del bello e del particolare: sono esigenti e investono molto denaro per rendere confortevole bagno e cucina.

Così il bello si fonde con il funzionale grazie alla creatività inconfondibilmente *made in Italy*.



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

ABBASSO LA GUERRA

...È il messaggio forte e chiaro di un bambino albanese che grazie al Sostegno a distanza può studiare, giocare con gli amici, fare una passeggiata in riva al mare.

Quello che sembra scontato per i bambini di questa parte del mondo, non lo è affatto per quelli, moltissimi, dei paesi poveri, dove la guerra e la miseria rendono "eccezionale" giocare con gli amici, leggere un libro, fare una passeggiata sulla spiaggia. Dall'Albania ci è arrivata, tra le altre, la lettera di una coordinatrice locale della *Fondazione Avsi* che attraverso la vita di un ragazzino, **Denis Shaku**, descrive la situazione difficile del paese, l'importanza del lavoro svolto con i bambini dagli educatori e dai volontari, il ruolo dei soci di *Unicoop Tirreno* che sostengono il progetto *Cuore di Coop*. Nella busta oltre alla lettera c'erano la foto di Denis che gioca in riva al mare con altri due bambini e un suo disegno che parla più di tante parole: una pistola con una croce sopra.

«Denis durante questo periodo ha avuto l'influenza a causa di tantissimi cambiamenti del tempo, ma soprattutto delle pessime condizioni della casa in cui vive. Le condizioni di vita continuano a peggiorare; la crisi energetica che ha colpito tutta l'Albania ha reso più difficili le condizioni di vita, soprattutto quelle igieniche, perché mancando la luce manca anche l'acqua.



Denis ha finito la terza elementare con dei buoni risultati. Con la chiusura della scuola statale, Denis con gli altri bambini ha cominciato le attività estive nel nostro Centro Diurno Eden. Durante

il giorno nel Centro si organizzano tantissime attività ricreative, ma anche lezioni per svolgere i compiti di scuola. Due volte alla settimana i bambini accompagnati dagli educatori del centro e dell'Équipe di strada vanno in spiaggia. Queste gite sono state accolte molto bene dai ragazzi che al mare si divertono molto. E tutto questo è stato possibile anche grazie al vostro aiuto. Grazie a voi questi ragazzi possono fare quello che fanno i loro coetanei. E ne sono felicissimi!».

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



La strana coppia

È arrivata l'era della post-pubblicità in cui uno spot ne cita un altro di successo. Vedere quello Infostrada – con la coppia Fiorello-Mike Bongiorno – per credere.

Continuano le storie minimali di un'improbabile coppia televisiva che sembra essere diventata molto più stabile delle coppie vere o di fatto che ci sono in Italia: Fiorello e Mike Bongiorno. Come tutte le coppie ben formate, i due *partner* sono diversissimi: l'uno giovane e agitato da una dinamismo quasi nervoso; l'altro giunto già a un'età veneranda che non mostra di provare imbarazzo per dei movimenti che si sono fatti un po' rigidi e legnosi. Ma la forza della coppia sta nel fatto che incarnano ciascuno un'era della televisione: Mike la Tv degli inizi; Fiorello la post-televisione, quella che riduce a "due – iperbolici – minuti" lo *show* del sabato sera. Ebbene questa coppia è protagonista in questo periodo di un curioso *spot* che coglie la quintessenza della pubblicità commerciale. Lo abbiamo detto tante volte, la pubblicità commerciale funziona secondo un meccanismo di spostamento connotativo secondo cui il prodotto promosso non viene quasi mai illustrato nelle sue caratteristiche oggettive, ma viene messo in parallelo con un qualche elemento – anche del tutto disomogeneo rispetto al prodotto, come ad esempio un film *cult* e, che so io, una birra – che fa parte dell'enciclopedia di riferimento del

pubblico ed è da questo valorizzato e amato, in modo che il giudizio positivo relativo all'uno si sposti sull'altro. Ebbene questo meccanismo astratto viene perfettamente illustrato nello *spot* su *Infostrada* – disarmante nella sua semplicità e nella sua astratta raffinatezza – che gira ora sul piccolo schermo.

Nella prima scena Mike dice con la sua abituale enfasi: "Grappa *Infostrada*, sempre più in alto!". Dopo una scena intercalata con la voce *off* che illustra le caratteristiche dell'abbonamento telefonico *Infostrada*, c'è la seconda scena in cui Fiorello proclama: "Infostrada lava più bianco!" a cui Mike aggiunge: "Che più bianco non si può!". Il tutto appare surreale. Ma non allo spettatore in possesso di una buona memoria pubblicitaria che riconosce la citazione di due *spot* di successo nel passato televisivo, il primo relativo alla *Grappa Bocchino*, interpretato dallo stesso Mike, quando era giovane, il secondo relativo a un famoso detersivo. Siamo alla post-pubblicità che non va più a cercare all'esterno il valore da spostare sul prodotto, ma lo cerca in se stessa e in un proprio passato in cui ad essere *cult* è la pubblicità stessa.



SPOT Bella topolona!

Il "Bella topolona" dello spot del *Gorgonzola* sta facendo indispettite tantissime donne. Perché? Ci sono tre risposte plausibili: queste donne non vivono in Toscana (dove la parola topolona non ha un significato offensivo, bensì affettuoso e amichevole); non ricordano che

nello *spot* precedente una ragazza con un ingombrante *décolleté* ci invitava a provare il formaggio con "le pere"; non tengono conto che in Tv si vede di peggio. Pensiamo a programmi da nudisti come *Ciao Darwin* e pubblicità dove la donna è sinonimo di regolarità intestinale (le supposte *EvaQu*, lo yogurt *Activia*) o semplicemente un'icona

scema e sessuale per pubblicizzare qualsiasi servizio o oggetto debba richiamare l'attenzione di maschi famelici (gli esempi si sprecano!). In confronto il "Bella topolona" appare il più ingenuo dei complimenti e il cameriere molto meno misogino di tanti pubblicitari e ideatori di spettacoli televisivi realmente offensivi. (B.R.)