

7 ottobre 2001 0:00

CONSUMATORI

DI SERIA "A" E CONSUMATORI DI SERIE "B"

BASTA URLARE PIU' FORTE, MINACCIARE UN PO' DI BLOCCHI STRADALI E NASCE IL PRIVILEGIO. IL CASO DEGLI AUTOTRASPORTATORI E DEL PREZZO DEL GASOLIO Firenze, 7 ottobre 2001. Il Coordinamento associazioni degli autotrasportatori (Cuna) ha raggiunto un accordo con il Governo, in cui, al costo di 900 miliardi per il contribuente, sara' prorogato fino alla fine dell'anno lo sconto di 120 lire (Iva inclusa) al litro per il gasolio, nonche' il mantenimento dello stesso sconto per il 2002.

Interviene il presidente dell'Aduc, Vincenzo Donvito.

A parte che ci sembra ancora pendente una procedura d'infrazione che la Commissione Ue aveva aperto lo scorso 11 aprile per la riduzione sempre di 120 lire relativamente al periodo settembre 2000 - giugno 2001, in cui la Commissione intendeva verificare se questi sgravi non avessero portato a discriminazioni o distorsioni della concorrenza, l'accordo di questa notte tra Cuna e Governo non fa altro che ribadire il primato della corporazione rispetto a quello del diritto e della liberta' economica.

Le 120 lire di sconto sono un retaggio delle "conquiste" di tutte quelle volte che gli autotrasportatori hanno fatto blocchi stradali e scioperi con aggravii di disservizi per gli utenti tutti. Lo scopo del Governo sarebbe di non riversare gli oneri sostenuti dagli autotrasportatori sui prezzi e le tariffe, favorendo una categoria che, di conseguenza, non dovrebbe aumentare i prezzi dei suoi servizi. A parte il fatto che non capiamo questo tipo di intervento nel momento in cui il mercato delle benzine e' in calo vistoso, ci domandiamo se, oltre alla politica del piccolo cabotaggio, il Governo non abbia anche una minima intenzione di dare respiro ai consumi: creare vantaggi per le categorie piuttosto che per i consumi generali, e' una politica che si sa dove comincia, ma non dove finisce, perche' il mercato viene verticalizzato e irrigidito, mettendolo in mano alle categorie (e ai loro ricatti) piuttosto che ai consumatori, la cui presenza e dinamica economica sembra non interessare.

Perche' non dovrebbero chiedere altrettante agevolazioni i commercianti che usano l'auto per andare in negozio? E perche' -visto che il divertimento e' una delle voci della nostra vita- non dovrebbe chiedere altrettanto chi usa l'auto per andare in discoteca, magari bloccando le strade di notte per far valere il loro diritto?

Il problema, a nostro avviso, non e' stato affrontato dal Governo come doveva esserlo, cioe' intervenendo sull'eccessiva fiscalita' del carburante (che per noi dovrebbe essere del solo 20% relativo all'Iva), ma solo mettendo una toppa che ha creato consumatori di serie "A" (i camionisti delle corporazioni) e consumatori di serie "B" (tutti gli altri), dove questi ultimi, attraverso l'Erario si trovano a pagare i primi, in una voragine senza fondo che alimenta il debito pubblico e non favorisce quei consumi che -in quanto tali e per il loro indotto- favorirebbero il mercato e la concorrenza.

Infine facciamo notare che questa politica e' identica a quella del Governo precedente. Cambiare tutto per non cambiare nulla?

[UOVA](#) : COME SCEGLIERLE. LEGGENDE METROPOLITANE Roma, 7 Novembre 2001. Se ne consumano 700 miliardi all'anno in tutto il mondo, ogni italiano ne mangia 226 in un anno. Prodotto nutriente e a basso costo l'uovo e' stato spesso alla attenzione delle cronache per le frodi e per leggende metropolitane -dichiara Primo Mastrantoni, segretario dell'Aduc. Per anni si e' dibattuto sulla freschezza dell'uovo, ora con i sistemi di produzione "industriali" il problema e' stato superato, infatti sulle confezioni in vendita viene indicata la data di imballaggio, alla quale bisogna aggiungere mediamente altri due giorni necessari per le operazioni di prelievo, pulitura e confezionamento; alcune aziende riportano la data di deposizione, il che garantisce ulteriore freschezza che puo' essere controllata mettendo l'uovo in un pentolino d'acqua: se galleggia e' vecchio, se si pone in verticale non e' di ieri, se affonda e si pone in orizzontale e' fresco. Il motivo e' dovuto al fatto che la camera d'aria del polo piu' ottuso aumenta con il tempo. Altro sistema e' quello di verificare la consistenza dell'albume: se compatto l'uovo e' fresco. E' voce comune che l'uovo "fa male al fegato". E' noto che il fegato, attraverso i succhi biliari, ha il compito di digerire i grassi e l'uovo di grassi ne contiene l'8.7%, un terzo della mozzarella e la meta' di un formaggio light! Vero e' che l'uovo contiene una discreta quantita' di colesterolo e per raggiungere la dose massima giornaliera, che e' di 300 mg, ne bastano due al giorno, ma una ricerca, condotta per 14 anni su un campione di 100mila persone, ha sfatato un mito: le uova non fanno male al cuore, o meglio il consumo di un uovo al giorno non aumenta i rischi di infarto. Il contenuto in colesterolo delle uova aveva indotto a correlare i rischi di infarto con il consumo. La ricerca, pubblicata sul giornale della Associazione americana dei medici, chiarisce definitivamente la questione.

E' evidente che occorre tenere presente la alimentazione complessiva di una persona e che le uova possono contribuire ai danni prodotti da una alimentazione sbagliata.

TARIFFE AEREE

HA RAGIONE LA IATA: QUALCUNO CI MARCIA Firenze, 7 Novembre 2001. Il direttore generale della IATA (International Air Travel Association), Pierre Jeannot ha criticato le numerose compagnie che, soprattutto in Europa, stanno rincarando le loro tariffe, cosi' come molti aeroporti. "Piu' di 30 compagnie ed aeroporti in America, Asia e anche Europa hanno saputo dimostrare di essere in grado di rispondere alla crisi del settore con grande capacita' di innovazione, mentre altre, ed in particolare compagnie nazionali europee, hanno dimostrato di non avere alcuna capacita' di inventiva per rispondere alla crisi".

Interviene il presidente dell'Aduc, Vincenzo Donvito.

Forse e' la prima volta nella nostra vita, ma condividiamo cio' che sostiene il direttore della IATA. Quest'ultima e' un'associazione che impone rigide regole tariffarie ai vettori che sono, praticamente, pena l'isolamento commerciale, obbligati ad aderirvi (con rarissime eccezioni che in questi ultimi anni si stanno moltiplicando), salvo poi, di sottobanco violarle col sistema della over-commission concessa ad agenzie che siglano specifici accordi con loro e che fanno ricadere questo "sconto" sul prezzo finale del consumatore. Un sistema che ha perennemente inquinato la chiarezza (anche fiscale) di tutti i vettori aerei nei rapporti con le varie agenzie.

Ma questa volta la IATA dice cose assennate e ci auspichiamo che sia in grado anche di usare tutta la sua autorevolezza per farlo bene capire a chi sta solo aumentando le tariffe, allontanando sempre di piu' gli utenti da un servizio fondamentale come il trasporto aereo, o prendendoli per il collo nei casi in cui non ci sono alternative al trasporto aereo per una specifica destinazione.

Una conferma della giustezza di quanto dice la IATA arriva anche dai bilanci che proprio l'altro giorno la compagnia irlandese Ryan Air ha reso pubblici: aumenti di fatturato e di occupazione degli aeromobili a livelli stratosferici, premiando la sua aggressiva politica promozionale che, di fronte alla crisi generale e alla sfiducia e paura dei consumatori, ha saputo farsi pubblicita' non con costosi paginoni sui piu' diffusi mezzi di comunicazione, ma praticamente azzerando le sue tariffe.