

**MICROSOFT: ARRIVA «WINDOWS-MONTI»**

Microsoft ha confermato ieri che non presenterà alcun ricorso contro la decisione di dicembre del Tribunale Ue che aveva confermato i vincoli imposti a marzo dall'Antitrust Ue nella commercializzazione di Windows e nella gestione di segreti industriali nel campo dei server. Effetto pratico dell'annuncio è la conferma che già nelle prossime settimane saranno disponibili nei negozi il programma operativo Windows senza il lettore multimediale Media Player, la cosiddetta «Monti-Edition», come l'aveva già ribattezzata il «Financial Times Deutschland» con un arguto fotomontaggio.

L'allora commissario Ue alla Concorrenza, assieme ad una multa dal 497 milioni di euro

che il multimiliardario gruppo di Bill Gates ha già pagato senza batter ciglio, aveva inflitto a Microsoft l'obbligo di vendere anche una versione del sistema operativo Windows senza Media Player, il lettore di file video e audio finora così ben offerto in ogni pc da scoraggiare l'uso di software multimediali concorrenti.

La Commissione Ue aveva anche ordinato a Microsoft di mettere subito a disposizione dei suoi concorrenti i «protocolli», le regole informatiche necessarie a rendere interoperabili, quindi a far dialogare, l'onnipresente Windows con i server di marche concorrenti (le macchine che, ad esempio negli uffici, azionano file o stampanti condivisi da più pc).

**AFFARI IN CRESCITA PER LE PICCOLE BANCHE**

Nel mondo delle banche «piccolo» fa sempre più rima con «bello». Secondo un'indagine diffusa ieri, gli istituti di piccole e medie dimensioni starebbero infatti roscicchiando quote crescenti di clienti in un mercato che nel giro degli ultimi quattro anni ha vissuto una vivace ristrutturazione con un calo di 59 unità da 844 a 785 del numero di banche. A questo processo di aggregazione si è però accompagnata una crescita record dei depositi negli istituti di medie (+41,68%) e piccole dimensioni (+34,13%). È quanto emerge dalla fotografia scattata dalla Hypo-Alpe-Adria-Bank sull'andamento del settore creditizio nazionale e regionale.

E inoltre è continuata la crescita del numero

di sportelli diffusi sul territorio, con un trend a livello nazionale che nel quadriennio preso in esame ha raggiunto il 6,8% in aumento, passando da 28.917 a 30.890 succursali bancari.

I depositi affidati alle banche considerate «grandi» nel periodo dal 2001 al 2004 sono cresciuti dell'8,38%. Dal rimescolamento subito all'interno del tessuto creditizio, sono stati ritoccati anche gli equilibri all'interno del mercato del risparmio tra le tre categorie dimensionali. Le grandi banche sono passate dal 56 al 50% della quota di mercato nel settore dei depositi bancari mentre le «medie» banche sono passate dal 15,3 al 17,9% del totale e le «piccole» sono salite dal 28,1 al 31,1%.

**CD MUSICA**

Classica da collezione  
BACKHAUS-BEETHOVEN

Oggi  
in edicola  
con l'Unità a € 5,90 in più

**economia e lavoro****CD MUSICA**

Classica da collezione  
BACKHAUS-BEETHOVEN

Oggi  
in edicola  
con l'Unità a € 5,90 in più

**C'è la crisi, gli italiani mangiano meno**

«Dieta forzata» per le famiglie. Le vendite di prodotti alimentari calate dell'1% in un anno

Laura Matteucci

**MILANO** Nuova gelata sui consumi. Gli italiani consumano sempre di meno, e stringono la cinghia soprattutto a tavola. Le vendite al dettaglio infatti scendono anche in novembre (-0,4%), sulla scia dell'ennesima flessione degli alimentari, che guidano il calo con -1%, e picchi del -8,1% per l'acqua minerale, del -6,1% per la birra e del -7,1% per condimenti come la margarina. «Se continuiamo così - commenta Mariagia Matulucci della Cgil - il ministro della Salute non avrà ragione di fare una lotta all'obesità perché lavoratori e pensionati stringono la cinghia per altre ragioni».

Per l'Istat, che lo ha diffuso, si tratta di un dato «un po' meno sfavorevole dei mesi precedenti», ma il quadro resta allarmante: nonostante l'inflazione all'1,9%, ai minimi del '99, anche in novembre i consumi sono rimasti al palo. Meno peggio quelli di non alimentari, che hanno registrato un -0,1%, grazie al buon andamento delle vendite di prodotti farmaceutici (+1,6% su novembre 2003), mobili ed arredamento (+0,8%) e utensileria per la casa e ferramenta (+0,1%).

Negativo anche il consuntivo dei primi undici mesi dell'anno, con vendite di non alimentari in calo dello 0,7% (invariate quelle degli alimentari), sull'onda di libri e giocattoli, che perdono rispettivamente l'1,7% e l'1,3%.

Unica nota positiva è l'incremento dello 0,2% realizzato dalle vendite su base mensile, dopo quattro mesi consecutivi di flessione. Perplessi sindacati ed associazioni di ca-



tegoria. Per i primi è necessario che il governo si assuma le proprie responsabilità e prenda delle decisioni. Soprattutto, bisogna affrontare il tema della distribuzione della ricchezza perché «la politica dei redditi è squilibrata, e a farne le spese sono i redditi più bassi di lavoratori e pensionati». Preoccupate anche le associazioni, che parlano di

una «prolungata fase di stagnazione».

«Un mercato che si sta pericolosamente avvitando», spia di un sistema che «non riesce a uscire da una preoccupante fase di stagnazione», è infatti il commento del Centro studi Concommercio. Concommercio invita forze politiche e parti sociali a riflettere sulla perdita di potere d'acquisto e di

fiducia delle famiglie e sullo stallo di piccole strutture commerciali e grande distribuzione. «Oggi i veri problemi non sono dal lato dell'offerta - si legge nella nota - ma di una domanda di consumo che si sta sempre più visibilmente contraendo». E Confesercenti ricorda che non si profila alcun miglioramento della situazione nemmeno per il

**Turismo in crisi: quasi dimezzati gli arrivi nel 2004**

**MILANO** L'anno scorso l'Italia ha perso un buon numero di presenze di turisti stranieri e anche i tempi di permanenza sono in calo. È quanto si legge nel libro bianco del Touring club italiano su «Sviluppo sostenibile e competitività nel settore turistico» presentato ieri a Milano. Le stime sugli arrivi di turisti in Italia da gennaio a luglio dell'anno scorso indicano un trend in calo con 48 milioni di arrivi nei primi sette mesi, contro gli 82 milioni complessivi sia del 2002 e 2003. Ancora più preoccupanti i dati sui tempi di permanenza, in crollo verticale, che confermano la caratteristica di un turismo sempre più «mordi e fuggi». Nei primi sette mesi del 2004 i giorni in media spesi in Italia sono stati 3,9, contro i 4,2 dei due anni precedenti, i 5,9 del 1985 e i 6,4 del 1980. In Italia, la scelta dei turisti cade comunque sempre più sul mare e sulle città d'arte: il 34% delle presenze si è concentrato nelle località marine (contro il 30% del 1990), mentre il 22% (era il 17% nel 1990) ha scelto di visitare il vasto patrimonio artistico della penisola. In calo quindi le scelte che puntano su montagna, lago e terme.

2005.

Per i consumatori la situazione è anche peggiore di quanto dichiarato dall'Istat: «Le statistiche ufficiali continuano ad edulcorare i dati così da non disturbare i governanti - dice Elio Lannutti per l'Intesa dei consumatori - Il calo dei consumi è più pesante di quanto l'Istat vuole far credere: la gente ha ancora più stretto la cinghia rispetto al passato, e questa tendenza non è stata colmata neanche a dicembre con l'arrivo delle tredicesime».

Il -0,4% registrato in novembre è il quinto calo tendenziale consecutivo (-1,9% in agosto, -2% secco in settembre, -2,7% in ottobre). Alla base della flessione ci sono sempre gli alimentari. Secondo un'indagine diffusa dalla Coldiretti, peraltro, in tavola cambiano le abitudini degli italiani, che consumano sempre più formaggi grana, carne bovina, conserve di pomodoro e olio d'oliva.

E cambiano anche le abitudini di acquisto, con le botteghe sempre più di crisi (nonostante nel 2004 i negozi siano rimasti aperti più a lungo rispetto all'anno precedente) e la grande distribuzione, in primis ipermercati e hard discount, a giocare la parte del leone nonostante in novembre si sia registrata una battuta d'arresto sempre per le vendite di alimentari (-0,9%).

In un quadro negativo come quello registrato anche a novembre, i consumi risultano in crescita solo nel nord-ovest (+0,3% sia nel penultimo mese dell'anno sia nei primi 11 mesi), mentre è nel sud che accusano la flessione maggiore (-1% a novembre e -1,3% in gennaio-novembre 2004).

**Niente scorte e solo prodotti di marche sconosciute**

La fatica della spesa quotidiana tra rinunce e scelte sempre più misurate mentre crescono i gruppi di acquisto solidale

Luigina Venturelli

**MILANO** Acquisti alimentari in ribasso e discount ultima spiaggia possibile per riuscire a fare un po' di spesa: gli ultimi dati Istat non sono certo una sorpresa per i consumatori italiani. Avvezzi a fare i salti mortali per riempire il carrello, hanno solo la soddisfazione di vedere per una volta fotografata in ricerche ufficiali la realtà con cui da tempo fanno a pugno.

«L'ultima settimana del mese non faccio che mangiare pasta al pomodoro o riso in bianco, cerco di campare con quel che mi rimane in casa delle scorte fatte al ritiro della pensione» racconta il 60enne signor Menotti, uscendo da un supermercato nella periferia milanese con due scatole di pelati in mano.

«Al mercato del sabato compriamo frutta e verdura, nelle cene dove hanno solo marche sconosciute prendiamo cibo in scatola e biscotti, mentre per la carne ed il pesce aspettiamo le settimane di promozione» elencano con precisione Paolo e Liliana Sarti, lui impiegato e lei casalinga, dopo aver passato al vaglio e confrontato tutti i punti vendita della zona.

«Niente più scorte, non uso

più il carrello altrimenti ci infilo di tutto e poi mi ritrovo con un conto che non finisce più. Adesso vengo al discount quasi ogni giorno con i soldi contati e compro non più di due o tre articoli per volta, così mi regolo meglio» dice Antonio Luisi, pensionato con un figlio ventenne a carico.

Ognuno, insomma, ha la sua storia di piccoli trucchi per arrivare alla fine del mese, perché chi

improvvisa e compra senza scegliere non ce la fa. È questa la pillola di saggezza che si apprende dalle persone affaccendate tra le corsie.

Inevitabile che le rinnovate abitudini al consumo, fatte di rinunce metodiche e compere misurate sulla necessità, si riflettano in tendenze nazionali. Prima fra tutte la sindrome della quarta settimana: molte catene di distribuzione lamentano una diminuzione nella

vendita di prodotti freschi durante gli ultimi giorni del mese, quando si attendono le nuove buste paga. Altrettanto indicativa la crescente consuetudine a fare selezione alla cassa: sempre più spesso, al momento di pagare, i clienti cercano fra gli articoli scelti quelli più cari o non necessari e li restituiscono alla cassiera.

Ma la rivoluzione non riguarda solo la quantità dei consumi:

anche i luoghi e le modalità sono stati travolti dall'onda di rincari che si è riversata sulle famiglie. Mentre gli hard discount e gli ipermercati continuano ad attirare clienti con sconti e promozioni, le botteghe sotto casa soccombono in una competizione ad armi impari: la piccola distribuzione non può competere in fatto di prezzi ed i negozi non possono che chiudere, scomparendo piano piano

dalla fisionomia delle città.

Altra novità del periodo sono i Gruppi di acquisto solidale, in cui decine di persone si uniscono per fare una spesa collettiva organizzandosi tra amici, parenti o condomini. Sono centinaia i comitati nati in tutta Italia contro il caro-carrello, la ricetta è semplice: si prepara una lista di prodotti, si stila un elenco di produttori (centri all'ingrosso, piccole aziende fuori città, cooperative) e si dividono i compiti.

Qualcuno imbottiglia il vino comprato in damigiane, qualcun altro divide in sacchetti il riso acquistato in sacchi da trenta chili, chi è munito di macchina furgonata va all'ortomercato per caricare le casse di frutta, chi ha una bilancia in casa la distribuisce in vaschette da un chilo. Poi ogni famiglia prende il necessario: così si risparmia senza rinunciare alla buona tavola, si ha modo di controllare provenienza e qualità della merce acquistata, magari scegliendo tra chi pratica l'agricoltura biologica.

Ed è solo il più originale dei tanti modi in cui la fantasia degli italiani si è rivelata indispensabile per districarsi tra aumento dei prezzi e diminuzione del proprio potere d'acquisto.

**caro carburanti****Il gasolio costa come la benzina  
Il diesel conviene sempre meno**

**MILANO** Cambia completamente lo scenario per gli automobilisti italiani, dato che «in prospettiva c'è la possibilità concreta che i prezzi di benzina e gasolio si allineino».

Lo ha dichiarato il mensile Quattroruote il presidente dei petrolieri Pasquale De Vita, pur precisando che «nel 2005 prevediamo che la forbice si mantenga ai livelli attuali». Di fatto, però, la tendenza al livellamento è in atto da tempo e un'analisi con-

dotta da Quattroruote sui prezzi medi alla pompa di benzina mostra che da gennaio 2004 a gennaio 2005 il gasolio è aumentato di oltre il 16% contro un incremento del 6% della benzina. E che da ottobre, mentre la verde diminuiva del 4,5%, il diesel continuava la sua corsa mettendo incomprensibilmente a segno un rincaro superiore al 2%.

Il risultato è che la differenza di prezzo

tra i due carburanti è sempre più piccola e ciò, spiega Quattroruote, sta diminuendo la convenienza delle vetture a gasolio, che da alcuni anni la fanno da padrone sul mercato, rendendole sempre meno appetibili.

In particolare con alcune auto medio-piccole adesso non bastano nemmeno 20 mila chilometri all'anno per risparmiarle e, se la tendenza dovesse proseguire anche nei prossimi mesi, potrebbero non bastarne nemmeno 30 mila.

Tutto ciò, afferma ancora il mensile in un'analisi della soglia di convenienza di alcuni tra i più diffusi modelli, potrebbe attenuare la corsa al diesel (che nel 2004 ha sfiorato il 60% delle immatricolazioni) e ridare ossigeno alle auto a benzina, sia nel mercato del nuovo sia in quello dell'usato.

**COMUNE DI BOLOGNA**

SETTORE AMMINISTRATIVO,  
GARE E CONTRATTI

ESTRATTO DI AVVISO  
DI ASTA PUBBLICA  
(offerta solo in ribasso)

Il giorno 24 febbraio 2005 alle ore 10,00 questo Comune procederà all'esperimento di un'asta pubblica, unica e definitiva per l'APPALTO APERTO PER LA BONIFICA AMBIENTALE E DI RISANAMENTO DI MATERIALI INQUINANTI, TOSSICI O NOCIVI ALLA SALUTE E PER L'ELIMINAZIONE DI SITUAZIONI PERICOLOSE IGIENICO SANITARIE IN EDIFICI DI PROPRIETÀ COMUNALE ADIBITI AD USO PUBBLICO E PRIVATO, dell'importo di Euro 610.900,00 di cui netti Euro 596.000,00 a base di gara (compreso Euro 50.000,00 per lavori in economia) ed Euro 14.900,00 per oneri per la sicurezza non soggetti a ribasso d'asta. Codice CUP: F72104000010004. Codice Intervento: 3350.

Il bando di gara integrale potrà essere scaricato dal seguente indirizzo internet: [www.comune.bologna.it/iperbole/lpp/band/index.html](http://www.comune.bologna.it/iperbole/lpp/band/index.html); potrà inoltre essere ritirato presso l'Ufficio Relazioni col Pubblico - Piazza Maggiore 6 - Bologna. Nel medesimo sito internet sarà pubblicato l'esito della gara. Le imprese interessate potranno presentare offerta, con le modalità e prescrizioni indicate nel bando integrale di gara, entro e non oltre le ore 10,00 del giorno 23 febbraio 2005.

IL DIRETTORE  
Dot.ssa Patrizia Bartoloni