

ECONOMIA & LAVORO

La **M**usica

Nokia lancia la sfida ad Apple e diventa una internet company: vara Ovi, porta d'accesso ai suoi servizi on line, che includono musica, mappe e giochi. Già noti i prezzi: per la musica, ogni traccia costerà in Europa un euro, il prezzo di album partirà da dieci euro



DAGLI OROLOGI SWATCH ENERGIA E AUTO PULITE

Orologi Swatch e il gruppo energetico svizzero Groupe E creeranno una holding per lo sviluppo di un sistema di energia verde per casa e auto. Faranno parte della holding anche una «grande banca internazionale», gli istituti politecnici federali e la società Hayek engineering, il cui proprietario, Nicolas Hayek, fondatore di Swatch, è anche il creatore della Smart. La Swatch sta sviluppando un'auto ecologica, che verrà commercializzata a partire dal 2010.

VILLA D'ESTE A CERNOBBIO PIACE AL SULTANO DEL BRUNEI

«Abbiamo saputo dell'esistenza di un'offerta per rilevare la maggioranza di Villa d'Este ma non sappiamo altro. Né quantificarla, né da chi arrivi». Jean Marc Droulers, amministratore delegato di Villa d'Este spa, proprietaria dell'hotel cinque stelle lusso in riva al lago di Como, a Cernobbio, commenta così l'indiscrezione sull'offerta da 280 milioni di euro proveniente dal sultanato del Brunei per acquisire il prestigioso albergo lariano, uno dei più noti d'Italia.

Pane, latte e caffè: chi specula sui prezzi pazzi?

I costi delle materie prime non giustificano gli aumenti per i consumatori. Interviene il governo

di Luigina Venturelli / Milano

**DUBBIO** Per fortuna, gli italiani non ci hanno ancora fatto il callo. Nonostante i rincari d'autunno siano diventati una tradizione di stagione, come le prime ondate di freddo o le foglie ingiallite sugli alberi, i consumatori nazionali hanno deciso di fare le pulci ai listini ri-

toccati all'insù dei beni alimentari. Ed hanno scoperto che un rincaro del 20% sulla farina dovrebbe portare ad un aggravio del costo finale del pane di 3-4 centesimi al chilo, non ad arrotondamenti da 2,50 a 4 euro per un sacchetto di sfilatini. E che nessun costo fisso lievitato può giustificare un'aggiunta di 20 centesimi al prezzo della tazzina d'espesso: con un chilo di chicchi tostati del valore di circa 15 euro si fanno ben centocinquanta caffè, e il guadagno netto per il bar si aggira oltre i 100 euro.

Che molti dei rincari annunciati siano ingiustificati? Il dubbio aleggia anche nel governo, tanto che Prodi ha convocato per oggi pomeriggio un'apposita riunione con i ministri dell'Agricoltura, dello Sviluppo economico e dell'Attuazione del programma. «È evidente che prezzi molto alti non sono giustificati dall'aumento dei prezzi delle materie prime, che hanno un'incidenza minima» ha sottolineato il ministro Paolo De Castro. «Non c'è quindi una situazione che deve preoccupare gli italiani».

Almeno, non dovrebbe esserci. Eppure abbondano gli esempi in controtendenza. Si pensi al grano: ad ottobre ci sarà il raccolto canadese a calmarne il prezzo globale, ma finora non si è spesa una sola parola in merito. E si pensi al latte: il prezzo riconosciuto ai produttori alla stalla è di 33 centesimi al litro, mentre il prezzo al consumo è di 1,40 euro con un'incidenza della materia prima del 23,5%. È la stessa Confagricoltura a lanciare l'avvertimento: se si aumentasse l'attuale prezzo all'origine del 10% per un recupero dei maggiori costi sostenuti dagli allevatori, il prezzo al consumo crescerebbe del 2,5% e non del 15%, come ipotizzato in questi giorni.

Così le associazioni dei consumatori hanno deciso di passare al contrattacco: «Il governo deve convocare la filiera agroalimentare - chiede Rosario Trefiletti, presidente di Federconsumatori - per scoprire da dove arrivano i rincari e per decidere come arginarli». Un sospetto, per la verità, c'è già: «Il ritocco dei listini sembra provenire dai produttori industriali, che tentano di traslare sugli acquirenti finali aggravii ben superiori a quelli giustificati». Tanto più che le materie prime vengono acquistate in dollari, una valuta sulla quale l'euro si è rafforzato dell'8-9%. Ma l'effettivamente

to calmierante del cambio resta una variabile ignorata. La soluzione auspicata da Federconsumatori è quella di «accordi di filiera, in cui ogni parte del comparto agroalimentare faccia la sua parte, accollandosi una percentuale dei rincari effettivi, che solitamente vengono scaricati completamente sulle spalle dei consumatori finali». Il prezzo del pane, ad esempio, cresce-

Oggi pomeriggio vertice con Prodi dei ministri competenti De Castro: «Nessuna preoccupazione»

GRANDE DISTRIBUZIONE

Vendite in salita e scontrini salati: buoni affari per il supermercato

Si consolida nel periodo maggio-giugno il giro d'affari della grande distribuzione, cresciuto 2,9% rispetto allo stesso periodo 2006. Il risultato è il frutto di un sostanziale equilibrio tra una crescita stabile dei volumi di vendita su base annua, saliti dell'1,5%, e di un aumento dei prezzi dell'1,4%. I rincari hanno riguardato gli alimentari, mentre frenano i prodotti per la casa e la cura della persona. È questo il quadro tracciato dal Centro studi di Unioncamere.

**IL CONTO** L'andamento dei prezzi (+1,4%) mostra nel terzo bimestre una lieve accelerazione



Un carrello per la spesa in un supermercato Foto Ansa

rà di quattro centesimi? Coltivatori, produttori, grossisti e dettaglianti potrebbero accollarsene uno a testa. «Il rischio, altrimenti, è quello di vedere scendere ulteriormente i consumi alimenta-

ri che dal 2000 sono già calati del 10%» conclude Trefiletti. Si fa avanti con buoni propositi anche la grande distribuzione: «Non faremo i notai, accettando senza problemi i rincari di listi-

no delle aziende produttrici - assicura Francesco Pugliese, direttore generale Conad - ma faremo valere la nostra capacità contrattuale a favore dei consumatori».

COLDIRETTI

Agricoltori e clienti insieme al mercato

/ Milano

A seconda delle occasioni prende il nome di caro-zucchina, caro-ciliegia, caro-prezzemolo. Ma il problema resta lo stesso: il continuo salasso del consumatore, che negli ultimi sei anni ha visto diminuire i propri acquisti d'ortofrutta del 25%. Eppure un rimedio ci sarebbe, e sta scritto nell'ultima legge finanziaria: il «farmer's market», ovvero il mercatino allestito di-

Sull'esempio Usa le vendite dirette dei produttori: come prevede anche la Finanziaria

rettamente dagli agricoltori per offrire ai clienti finali prodotti più freschi e più convenienti. L'iniziativa, già in corso negli Stati Uniti, sta registrando un vero boom. E la Coldiretti ha insistito per introdurla anche in Italia: una volta alla settimana, i coltivatori di un determinato territorio dovrebbero portare in città la frutta e la verdura appena raccolte, assicurando così ai consumatori un risparmio a parità di prodotto del 20-30%. Vera manna dal cielo, peccato che ancora manchi un regolamento attuativo per dare il via ai «farmer's market».

Nell'attesa le famiglie italiane possono consolarsi con i distributori automatici di latte, già presenti in molti centri urbani. Si tratta di macchine simili a quelle delle sigarette, installate all'esterno di negozi alimentari ed accessibili 24 ore su 24: basta inserire una moneta da un euro per ricevere un litro di latte freschissimo, risparmiando circa 40 centesimi rispetto a quello comprato al supermercato. La bottiglia di plastica si può riutilizzare, così si fa anche un favore all'ambiente, non solo al proprio portafoglio.

Ma i consigli della Coldiretti non finiscono qui: «È buona norma acquistare prodotti di stagione e prodotti che forniscono informazioni trasparenti sulla provenienza e, quindi, sulla qualità. I prodotti senza origine, oltre ad essere più cari per i costi di trasporto e conservazione, permettono facili speculazioni». L'indicazione, benché spesso disattesa, è già obbligatoria per l'ortofrutta. Non così per i prodotti lavorati: «Dovrebbe essere indicata anche l'origine delle materie prime, così sarebbe anche più facile identificare la causa degli effettivi rincari» conclude la Coldiretti. **l.v.**

MERCATI ESTERI

Anche in Germania il latte fa paura

Non sono soltanto i crolli delle Borse e la crisi dei mutui americani a minare la fiducia dei consumatori tedeschi: pesa anche il dibattito sui forti rincari di diversi beni alimentari, in particolare dei latticini. L'analisi è dell'Istituto GfK, il cui indicatore previsionale ha accusato, per il mese di settembre, un calo a 7,6 punti, la prima contrazione fin dallo scorso marzo e contro attese degli analisti che scommettevano su un dato invariato. La principale causa di questa caduta di fiducia - secondo la ricerca - sono indubbiamente gli scivoloni delle Borse nelle ultime settimane e la crisi dei mutui subprime in America che, afferma il GfK, «hanno intaccato l'euforia dei mesi passati». Ma, oltre a ciò, ha avuto un ruolo decisivo anche l'accesso dibattito pubblico sull'aumento dei prezzi del latte, che più volte sono stati collegati alla sensibile crescita della domanda nei paesi asiatici e in Cina in particolare. Il primo allarme è scattato un mese fa, quando il tabloid *Bild* annunciava che da agosto il prezzo del latte e dei suoi derivati sarebbe aumentato del 50%. Adesso i timori dei consumatori teutonici si stanno facendo sentire persino attraverso i grandi indicatori economici. Intanto anche in Gran Bretagna e in Francia si fa sentire il caro-libri e, in generale, l'aumento dei costi per il materiale scolastico. A Londra una divisa scolastica può toccare anche i 700 euro e a Parigi l'inizio della scuola quasi 1.500 euro a famiglia.

La 500 diventa regina della sicurezza, la Topolino può attendere

La Fiat smentisce (per ora) il ritorno della storica utilitaria. E intanto l'ultima (ri)nata conquista le ambite cinque stelle Euro Ncap

di Giampiero Rossi / Milano

Forse per rivedere sulle nostre strade anche la mitica Topolino (magari amaranata, come quella cantata da Paolo Conte), bisognerà ancora attendere. Mentre il mensile specializzato *Quattroruote* annuncia l'imminente ritorno, in versione terzo millennio e con un nome tutto nuovo, della prima vettura di massa degli italiani, da Torino arriva una smentita: «Fiat lavora continuamente a numerosi progetti relativi ai suoi futuri modelli - spiega l'azienda - ma al momento non è stata decisa né è in fase di sviluppo una nuova vettura del segmento delle microcar». Si vedrà. Intanto gli italiani - e la Fiat ringrazia - si stanno scatenando sulla non meno celebre icona a quattro ruote appena ri-



Una foto del 1936, con la Fiat Topolino



La nuova Fiat 500 Foto Ansa

proposta dal Lingotto: la 500. In tutta la penisola, infatti, l'utilitaria lanciata il 4 luglio scorso, ha già ottenuto circa 70.000 ordini. Ai quali presto si aggiungono quelli provenienti dagli altri mercati europei, dal momento che - dopo la Francia - a fine ottobre la Fiat si appresta a commercializzare la 500 anche

in Germania e, subito dopo, in Spagna, Polonia (dove peraltro è fabbricata), Svizzera e Austria. A sostegno della sfida commerciale d'oltralpe, il gruppo torinese può giocare una carta in più: quella della sicurezza. La 500, infatti, ha ottenuto le prestigiose cinque stelle Euro Ncap (totalizzan-

do ben 35 punti) e si pone così ai vertici del suo segmento per quanto riguarda la sicurezza. Si tratta di un riconoscimento importante - sottolinea il Lingotto - che, insieme a quello assegnato di recente alla Bravo, alla Grande Punto e alla Croma, «confirma la particolare attenzione di Fiat Automobili Spa per tutti gli aspetti legati alla protezione di guidatore e passeggeri». Nel caso della 500, insistono i gongolanti manager torinesi, «questo lavoro ha dato risultati eccellenti tanto che la nuova vettura è una delle più sicure dell'intero panorama automobilistico». Per raggiungere questo invidiabile standard i progettisti hanno preso in esame tutti i tipi di possibile incidente: urti frontali, laterali, ribaltamento, tamponamento. Si sono tenute in considera-

zione, inoltre, le diverse velocità alle quali possono avvenire gli urti, i differenti tipi di ostacolo e la tutela di occupanti con caratteristiche fisiche anche molto diverse. Ma il riconoscimento è stato conquistato anche grazie ai tanti e sofisticati dispositivi che Fiat 500 offre di serie, a partire da quelli dedicati alla sicurezza passiva: due airbag frontali «dual stage», due airbag laterali anteriori per protezione toracico/pelvica, due window bag e un airbag ginocchia per il guidatore. Come di serie sono anche le cinture di sicurezza anteriori con doppio pretensionatore e limitatore di carico. Il tutto racchiuso nel piccolo abitacolo della più seducente e immortale utilitaria. Peccato non averci pensato prima, ci saremmo risparmiati anni da incubo.