

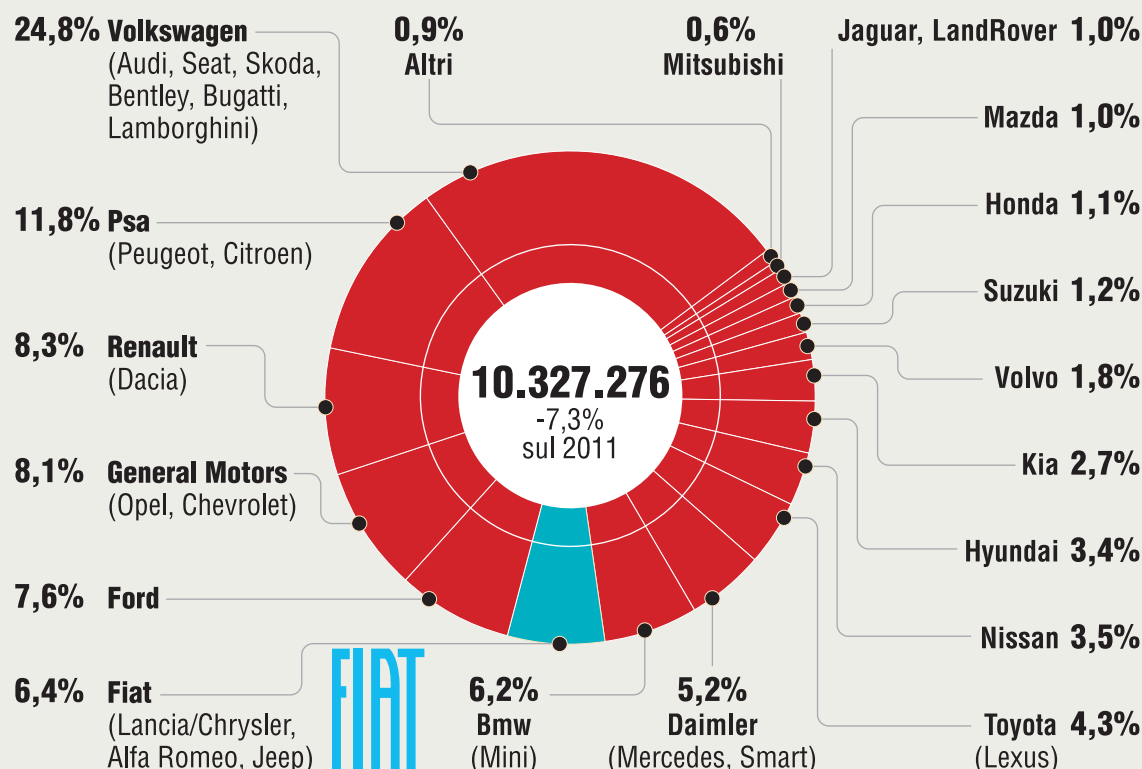
ECONOMIA

MERCATO AUTO

Immatricolazioni in calo in Europa Volkswagen record

Immatricolazioni ancora in calo in Europa (27 paesi Ue + Efta) ad ottobre, ma la caduta del mercato rallenta. La contrazione è stata del 4,6% a 998.899 unità, a fronte di un calo dell'11% a settembre. Lo ha reso noto l'Accea, l'associazione dei produttori europei di auto. In Italia le immatricolazioni, sempre ad ottobre, sono calate del 12,1% a 134.994 unità. Nei primi dieci mesi del 2012 il calo del mercato europeo è stato del 6,9% a 10.722.859 unità. Le vendite di Fiat Group Automobili in ottobre in Europa (27 paesi Ue + Efta) calano del 5,8% a 64.736 unità, meno della discesa del 18,5% registrata a settembre. La quota di mercato del gruppo torinese è al 6,5% contro il 6,6% di un anno fa e al 5,9% di settembre. Nei primi 10 mesi del 2012 le vendite scendono del 15,9% e la quota di mercato si attesta al 6,4% contro il 7,1% di un anno fa. Volkswagen ha toccato il record di 7 milioni di auto vendute nel mondo nei primi dieci mesi dell'anno.

COME SI SPARTISCE LA TORTA DELLE AUTO IN EUROPA



Acqua: Coop e Federutility promuovono quella di casa

● Al via la campagna informativa sulla qualità dell'acqua del rubinetto ● Le caratteristiche fisiche e chimiche riportate su tabelle esposte in 500 supermercati e spiegate con milioni di opuscoli

FE. M.
ROMA

Far conoscere l'acqua del rubinetto, descriverne la composizione e informare sulla sua qualità e chissà che non si vinca la forte diffidenza che gli italiani hanno verso l'acqua di casa. La Coop ci prova e con Federutility - che associa il 95% delle aziende che gestiscono il servizio idrico - lancia la campagna informativa «Sull'acqua il massimo della trasparenza». Da ieri in 500 tra ipermercati e supermercati su tutto il territorio nazionale, saranno esposte le tabelle con la descrizione dei nove principali parametri sulla qualità dell'acqua di questo o quel

territorio compilati dai gestori dei servizi idrici secondo gli orientamenti dell'Istituto superiore di sanità. Si tratta delle caratteristiche fisiche e chimiche dell'acqua, mentre in milioni di opuscoli si spiega il significato di ciascun parametro.

PERCEZIONI

Lo scopo è quello di sensibilizzare i consumatori sull'uso corretto e consapevole dell'acqua: «In assenza di informazioni complete sulla sua qualità - spiega la Coop - sappiamo bene che i cittadini possono avere una percezione sbagliata in termini di affidabilità e comunque sono portati a deciderne il consumo principal-

mente in base al sapore».

Nonostante che i livelli qualitativi delle acque italiane siano tra i più alti d'Europa e le tariffe tra le più contenute, gli italiani sono nel Continente i principali consumatori di acqua in bottiglia, con tutto quel che significa in termini di costi economici e ambientali. L'intesa tra Coop e Federutility punta a ridurre gli uni e gli altri.

L'iniziativa è stata presentata ieri dal vicepresidente vicario di Ancc-Coop, Enrico Migliavacca e da Mauro D'Ascenzi vicepresidente di Federutility, insieme a Luca Lucentini per l'Istituto superiore di sanità. In Italia, sottolinea D'Ascenzi, vengono prodotti 12 miliardi di litri di acque imbottigliate, con l'utilizzo di oltre 350mila tonnellate di Pet e l'emissione di quasi un milione di tonnellate di Co2. Con questa iniziativa - osserva - «riusciamo a valorizzare il lavoro che c'è dietro ogni goccia d'acqua del rubinetto: un ciclo virtuoso che in media in Italia costa 1,2 euro ogni mille litri». Per Lucentini

«molto spesso manca una corretta informazione. L'impegno dei gestori è la base per garantirne la qualità. Parliamo di un bene che non è una matrice stabile ma naturale; per cui tocca a noi seguirla e controllarla e garantirne la sicurezza». E dato che un'iniziativa tira l'altra, Accea, la società che gestisce l'acqua a Roma, con Sandro Cecili fa sapere i parametri saranno disponibili anche sul sito.

Ci si muove, insomma, ed è bene sapere che - in generale - per l'imbottigliamento e il trasporto su gomma di 100 litri d'acqua che viaggiano per 100 km (ma mediamente ne fanno di più) si producono emissioni almeno pari a 10 kg di Co2. Se invece si sceglie l'acqua di rubinetto per ogni 100 litri erogati si emettono circa 0,04 kg di Co2 e visto che gli italiani bevono una media di 195 litri a testa all'anno di acqua minerale (primi in Europa e terzi nel mondo, dietro agli Emirati arabi e al Messico) è facile concludere che, laddove si può, sarebbe il caso di cambiare abitudini. L'iniziativa di Coop - dopo la prima campagna di due anni fa incentrata sull'acqua di casa - va in questa direzione.

...

I cartelli con i principali parametri sono compilati dalle aziende e saranno aggiornati periodicamente

«Un incentivo al consumo responsabile»

FELICIA MASOCCO
ROMA

«Informare i consumatori e metterli in condizione di scegliere pensando anche all'ambiente oltre che ai bilanci familiari rientra nella nostra etica, è il nostro modo di muoverci e fare impresa». Per Enrico Migliavacca, vicepresidente vicario di Ancc-Coop non c'è alcuna bizzarria nell'iniziativa adottata dalla più importante catena di distribuzione italiana che sembrerebbe andare contro i propri interessi, scegliendo di vendere (verosimilmente) meno bottiglie di acqua per promuovere il consumo di quella che esce dal rubinetto di casa. «L'acqua è patrimonio di tutti - continua - e la Coop da tempo mette a disposizione lavoro e capacità perché questo principio si affermi».

Questa volta con un'importante sinergia con Federutility.

«Con il consorzio delle imprese che gestiscono le risorse idriche abbiamo stipulato l'accordo che impegna i nostri negozi ad esporre le tabelle con lo

L'INTERVISTA

Enrico Migliavacca

L'iniziativa ha un peso economico per noi, dice il vicepresidente Ancc-Coop, ma garantire i nostri soci e i consumatori rientra nelle nostre funzioni

stato di salute dell'acqua di questo o quel comune, e le loro strutture a fornirci i dati dei controlli effettuati. Le tabelle saranno aggiornate periodicamente con l'arrivo dei risultati dei nuovi monitoraggi. In questo modo il consumatore potrà scegliere. Più che garantire sulla qualità dell'acqua, in-



formiamo sulle sue caratteristiche». **Se i consumatori dovessero vincere la diffidenza verso l'acqua di casa, scoprire che non è solo potabile ma anche buona, questo potrebbe tradursi per le Coop in un calo delle vendite delle acque griffate che comunque continueremo a distribuire...**

«Si certo, continueranno ad essere disponibili nei nostri punti vendita accanto a quelle a Km zero, ovvero ad acqua imbottigliata proveniente da fonti vicine. È chiaro che la nostra scelta è in controtendenza rispetto ad altre catene di distribuzione. Voglio ricordare che con il primo step della campagna, due anni fa, proprio per la promozione dell'acqua del rubinetto e quella delle fonti vicine c'è stata una riduzione delle vendite delle acque minerali in bottiglia del 2%».

Non è poco. Avete calcolato i benefici? «Sono facilmente immaginabili. Si consideri che una bottiglia d'acqua minerale è arrivata a costare anche 0,70, 0,75 euro per unità, una cosa impensabile, soprattutto considerati i tempi di crisi. Quanto all'ambiente si pensi al trasporto, a quanti camion in meno possono girare per il Paese, alla riduzione della quantità di plastica. Le famiglie risparmieranno e l'ambiente ne beneficerà. Per le Coop il «ritorno» sta nella coerenza con la nostra funzione: garantire i nostri soci e i consumatori».

BREVI

L'ESPRESSO

De Benedetti taglia 12 giornalisti

● La redazione del settimanale L'Espresso di Carlo De Benedetti è sul piede di guerra dopo la decisione dell'editore di mettere in prepensionamento 12 giornalisti su una redazione di 40. Lunedì ci sarà l'assemblea per decidere la reazione al piano di tagli mentre l'Editoriale Espresso-Repubblica ha il bilancio in utile. Il piano prevede la fuoriuscita anche dei quadri dirigenti, come i due vicedirettori. Il direttore Bruno Manfellotto si era dimenticato di avvertirli del loro siluramento.

SEA

Decisa la forchetta del prezzo

● Saranno offerte a un prezzo compreso tra 3,2 euro e 4,3 euro le azioni Sea, la società che gestisce gli aeroporti milanesi che sta per quotarsi in Borsa: lo ha stabilito il cda. L'intervallo di valorizzazione indicativa approvato è compreso «tra un minimo non vincolante, ai fini della determinazione del prezzo di offerta, di 800 milioni di euro e un massimo vincolante di 1.075 milioni di euro». Via libera anche dal cda di Asam, che fa capo alla provincia di Milano e detiene il 14% di Sea: ha approvato «all'unanimità» il proseguimento della quotazione.

COMPAGNIE AEREE

Windjet fa causa ad Alitalia

● Windjet ha presentato una richiesta di risarcimenti danni per 162,5 milioni di euro nei confronti di Alitalia-Cai. L'atto di citazione è stato depositato 8 giorni fa al Tribunale di Catania ed è relativo alla mancata fusione tra le due compagnie. Alitalia «critiene completamente prive di fondamento le tesi di Windjet» che accusano la compagnia per la mancata fusione. Alitalia «confida comunque nella magistratura per un accertamento della correttezza del suo operato».

17-11-2009

17-11-2012

A

CLAUDIA BIANCHI

sono tre anni che non ci sei più. Il Vietnam... Piazza Fontana... le vittorie del 75/76... i funerali a Roma di Berlinguer... sino all'89. Ricordi? E poi... e poi... quel campo di papaveri rossi... era Maggio, verso Pavia. Una stella in cielo si è spenta. Il cielo è più buio. Ti vogliamo sempre bene.

La tua famiglia

VEESIBLE

Per necrologie, adesioni, anniversari telefonare al numero 02.30901290

dal lunedì al venerdì ore 10:00-12:30; 15:00-17:30

sabato e domenica

tel 06.58557380 ore 16:30-18:30

Tariffa base+Iva: 5,80 euro a parola (non verranno conteggiati spazi e punteggiatura)