



la Repubblica

Fondatore Eugenio Scalfari

Direttore Ezio Mauro



mer 28 mar
2012

1 2

www.repubblica.it

Anno 37 - Numero 74

€ 1,20 in Italia

CON AUGIAS: "I SEGRETI DELLA MUSICA" € 2,20

venerdì 28 marzo 2012

SEDE: 00147 ROMA, VIA CRISTOFORO COLOMBO, 90 - TEL. 06/49821, FAX 06/49822923. SPED. ABB. POST., ART. 1, LEGGE 46/04 DEL 27 FEBBRAIO 2004 - ROMA. CONCESSIONARIA DI PUBBLICITÀ: A. MANZONI & C. MILANO - VIA NERVESA, 21 - TEL. 02/574941. PREZZI DI VENDITA ALL'ESTERO: AUSTRIA, BELGIO, FRANCIA, GERMANIA, GRECIA, IRLANDA, LUSSEMBURGO, MALTA, MONACO P., OLANDA, PORTOGALLO, SLOVENIA, SPAGNA € 2,00; CANADA \$1; CROAZIA KN 15; EGITTO EP 16,50; REGNO UNITO LST 1,80; REPUBBLICA Ceca CZK 64; SLOVACCHIA SKK 80/€ 2,66; SVIZZERA FR 3,00 (CON D O IL VENERDI FR 3,30); TURCHIA YTL 4; UNGHIERA FT 495; U.S.A. \$ 1,50

L'ipotesi varata al vertice di maggioranza esclude l'obbligo di coalizione e prevede l'indicazione del premier: "I cittadini sceglieranno gli eletti"

Accordo sulla riforma elettorale

La Cina a Monti: investiremo in Italia. Scontri al corteo dei metalmeccanici

LA PAURA DI PERDERE

CLAUDIO TITO

LA PAURA di perdere le prossime elezioni. Sembra questo l'architrave su cui poggia l'accordo trovato ieri dai tre partiti della maggioranza che sostiene il governo "tecnico". Sull'idea che nessuna forza politica - a cominciare da Pdl, Pd e Udc - sia in grado di scommettere sul risultato delle prossime elezioni politiche. Tutti sperano di tenersi le mani libere e ognuno punta a limitare i danni. Lasciando aperta la porta ad ogni soluzione per il dopo-voto. L'intesa preparata da Alfano, Bersani e Casini è soprattutto il frutto di una convergenza di interessi.

SEGUE A PAGINA 40

L'ERRORE DEL BRUCO

BARBARA SPINELLI

C'È QUALCOSA che zoppica molto, nel giudizio che il Premier dà dell'Italia, della sua preparazione ad accettare le volontà del governo. Sostiene Mario Monti che «se il Paese non è pronto» lui se ne va, non sta aggrappato alla poltrona come i vecchi politici. Malo vede, il Paese? E sullo sfondo vede davvero l'Europa, come promette, o percepisce solo l'austerità sollecitata in agosto dall'Unione?

SEGUE A PAGINA 41



DA PAGINA 4 A PAGINA 11

Il personaggio

Quel paragone con la Thatcher

JOHN LLOYD

MARIO Monti non è Margaret Thatcher, diversamente da quel che ha scritto il *Wall Street Journal*. In realtà Monti non è neppure un politico nel senso comune della parola. Meglio dichiararlo subito, per evitare equivoci.

SEGUE A PAGINA 10

Cambia il calcolo, dai vani ai metri quadri

Con il nuovo catasto stangata sulla casa

L'ex tesoriere del partito per sei ore davanti ai pm
**Lusi interrogato
accusa Rutelli
"I vertici sapevano
Patto scellerato
nella Margherita"**

CARLO BONINI
A PAGINA 12

ROMA — Tra qualche giorno via libera alla legge delega che avvia la ricostruzione del catasto, con i nuovi imbonibili. Si tratta di una vera e propria rivoluzione: i valori degli immobili si avvicineranno a quelli di mercato e le stime saranno fatte sui metri quadrati anziché sui vani. Sono previste stangate nelle aree di pregio, con sconti in provincia. Per il governo verranno superate le attuali perequazioni: oggi si pagano Imu diverse a parità di superficie.

GRION E SERRANO
ALLE PAGINE 2 E 3

R2



Il piccolo Jusef con il papà Almir e la mamma Dusica

Jusef, il figlio della pace porta la speranza a Srebrenica

PAOLO RUMIZ

CI VUOLE coraggio a sposarsi fra ex nemici e far figli a Srebrenica. Invece è accaduto. Nel luogo-simbolo del più grande massacro etnico d'Europa dopo il '45, è nato Jusef, dopo la grande nevicata di febbraio. Un biondino di 4 chili, figlio di un colpo di fulmine fra due profughi di guerra: Almir Salihovic, 32 anni, musulmano, e Dusica Rendelic, 23, serba.

SEGUE A PAGINA 47

FEDERICO RAMPINI
GABRIELE ROMAGNOLI



È IL vero male del secolo, la nuova patologia diffusa dalla globalizzazione? Ha un nome antico: "Nostalgia di casa". Nell'Ottocento, all'alba delle migrazioni mondiali legate alla prima rivoluzione industriale, era un termine medico, usato nelle riviste scientifiche come descrizione di una vera malattia. Oggi viviamo nell'epoca delle migrazioni "2.0", un salto di civiltà che ha trasportato in un universo senza frontiere e senza distanze. Mai prima d'ora l'umanità ha avuto tanta facilità a spostarsi e a comunicare. Emigranti poveri in fuga dal sottosviluppo o dalle guerre; espatriati di professione; "cervelli" che si spostano all'estero in cerca di migliori opportunità scientifiche. La tipologia è vasta, ma si scopre che non siamo così facilmente sradicabili, esportabili, adattabili. I costi psicologici del nomadismo globale sono in aumento. I numeri delle nuove migrazioni sono impressionanti, fantastici o spaventosi, di certo senza precedenti nella storia. A livello planetario il numero totale degli emigrati viene censito in 215 milioni di persone; con una crescita di 25 milioni nell'ultimo quindicennio.

ALLE PAGINE 43, 44 E 45

I SEGRETI DELLA MUSICA SVELATI DA CORRADO AUGIAS.



IN EDICOLA IL 1° DVD BEETHOVEN
la Repubblica l'Espresso

Il caso

Da Caselli ai partigiani l'ultimo affronto dei No-Tav

MIGUEL GOTOR

FRANGE estremiste del movimento No Tav ci hanno provato di nuovo, questa volta a Milano: volevano impedire di parlare al procuratore capo di Torino Giancarlo Caselli che accusano di avere fatto arrestare, lo scorso gennaio, i loro compagni, imputati delle violenze avvenute in Val di Susa nell'estate del 2011. Bene ha fatto il Comune a garantire il normale svolgimento dell'iniziativa.

SEGUE A PAGINA 19

Gestione Ligres sotto inchiesta
"Premafin-Fonsai
buco peggiore
del San Raffaele"



PAGINE 22 E 23

La storia

Il movimento del risparmio che legge le etichette

CORRADO ZUNINO

SONO in cinquemila e ottocento, affollati sui social forum, e si scambiano informazioni sulla loro spesa ai supermercati, i loro successivi assaggi a tavola. «I tortellini Conad e quelli di Rana sono identici», scrive un fan. Uguali nell'etichetta, nei prodotti, confezionati nello stesso stabilimento (Rana, appunto). «Li ho fatti provare ad amici bendati, non si distinguono».

SEGUE A PAGINA 21

L'autrice dell'Anno del pensiero magico



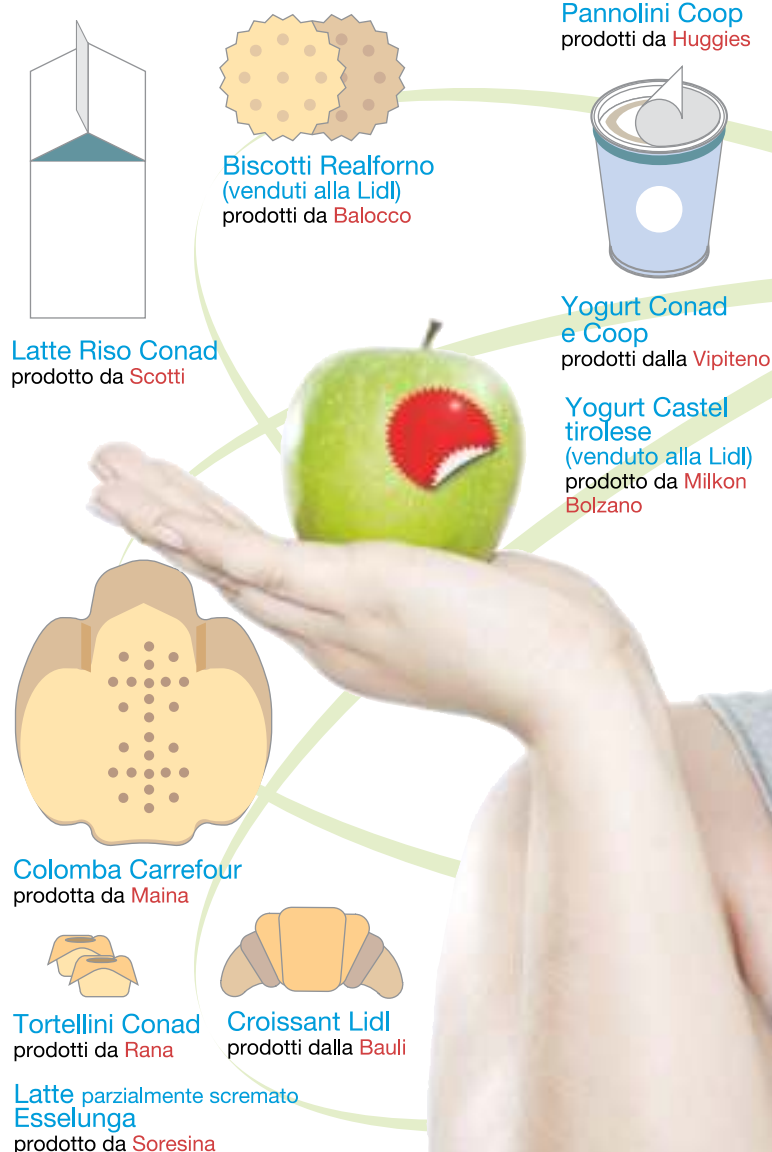
JOAN DIDION BLUE NIGHTS

«Parole affilate come sciabole,
dolenti come poemi greci,
tenere come sillabe di bimbo.»

Concita De Gregorio

ilSaggiatore

Prodotti nello stesso stabilimento



Il forum "Io leggo l'etichetta"

5.800 partecipanti

1.400 euro l'anno

la possibilità di risparmio in media 50 centesimi a prodotto per 60 prodotti a settimana

Colomba Auchan
prodotta da **Paluani**

Latte intero Carrefour
prodotto dalla **Sterilgarda**

Amaretti savoiardi Lidl e Coop
prodotti da **Vincenzi**

Caffè Esselunga
prodotto dalla **Pellini**

Riso Carnaroli Ld
prodotto da **Scotti**

Riso Parboiled Ld
prodotto da **Scotti**

Marchio diverso, stesso produttore per risparmiare leggete bene l'etichetta *È un popolo che si incontra su Facebook: "Metà prezzo con garanzie"*

(segue dalla prima pagina)

CORRADO ZUNINO

PERCHÉ, si chiedono allora, spendere tre euro e 49 centesimi per il tortello di marca (Rana). Si compra la copia conforme e si risparmia un euro e mezzo. E allora via con il confronto tra i pannolini *prestige*, gli Huggies, e i pannolini popolari Coop. Li produce entrambi la multinazionale, Huggies, di diverso hanno solo i pupazzi disegnati davanti e dietro, ma quelli Coop — confezione 3-6 chili — costano 64 centesimi in meno. Altre comparazioni: i biscotti Realforo venduti alla Lidl sono prodotti da Balocco a Fossano, in provincia di Cuneo. Che poi sforna i suoi a prezzo maggiorato. Lo yogurt Conad e quello Coop (entrambi 0,84 euro) sono prodotti dalla Vipiteno, che quando

meno internet (sito, facebook, twitter, c'è tutto): "Io leggo l'etichetta". È un gruppo d'acquisto che prova a formare una classe di consumatori consapevole e risparmiatrice. «Come hanno rive-

lato gli esperti della Procter and Gamble», racconta Brogna, «l'acquirente impiega dai quattro ai sette secondi per scegliere un prodotto. Noi li invitiamo a rallentare e a leggere l'etichetta. Lì sopra,

grazie alla protettiva legislazione italiana, c'è un tesoro di informazioni». Il decalogo dell'etichettista dice di guardare prima il prezzo, subito dopo il prezzo al chilo. È importante individuare lo stabili-

mento di produzione: da trent'anni le grandi aziende, e ora anche la grande distribuzione, prendono il prodotto specialistico altrove e ci appiccicano il loro marchio. Ancora, controllare gli

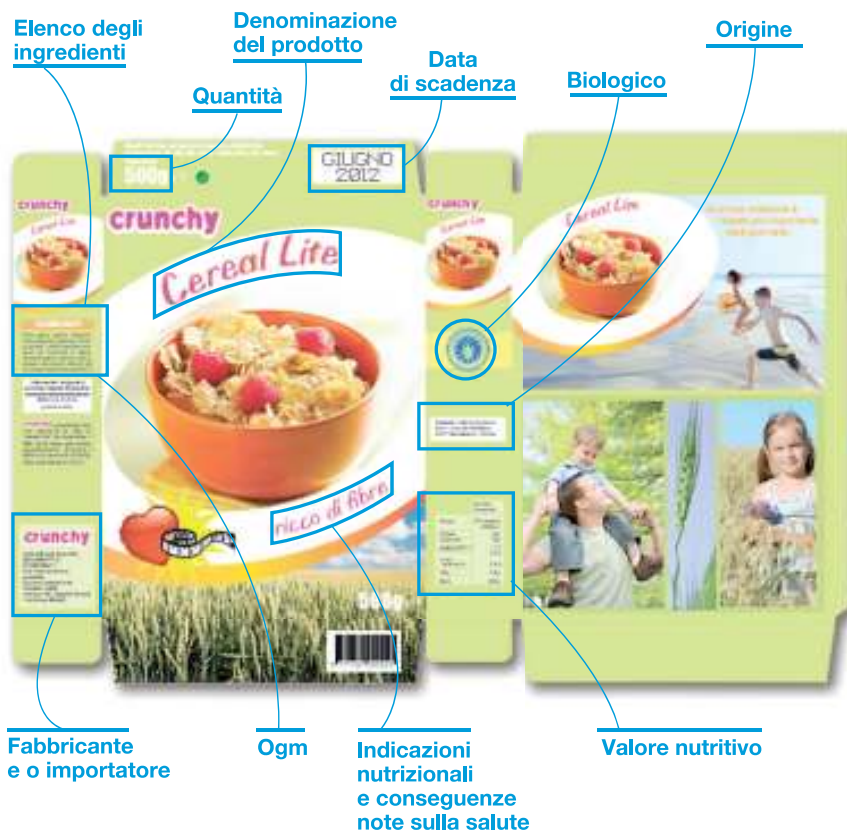
ingredienti e, se c'è tempo, la loro distribuzione gerarchica: dal più presente a quello in piccole dosi. «Gli indizi ci dicono che molti alimenti sono identici, il famoso wurstel Wuberon ha similitudini impressionanti con i prodotti a marchio Salumeo». Entrambi li confezionano i Fratelli Beretta nello stabilimento di Medolago, Bergamo. «Abbiamo interrogato produttori e distributori, la Conad non ha risposto, la Coop sì. Ci ha confermato che in alcuni casi non c'è convenienza a cambiare ingredienti, pesi, distribuzione per offrire due prodotti diversi». E così, assicurano gli esperti dell'etichetta da scaffale, i prodotti finali si somigliano nella fattura e nella qualità pur avendo prezzi lontani.

Il risparmio ipotizzato — 50 centesimi a pezzo per 60 pezzi la settimana — è assicurato. Il Forum "Io leggo l'etichetta" ha alcu-

Che cosa leggere dell'etichetta per risparmiare



L'etichetta a norma Ue



Gli iscritti sui Social Forum sono 5800: si scambiano messaggi e informazioni

va a vendere con il suo marchio mette il vasetto a 0,98. L'ordine degli ingredienti, va detto, coincide. Il Caffè Esselunga è preparato dalla Pellini di Bussolengo, ma costa 1,50-2 euro in meno. Il Pellini, tra l'altro, è il secondo caffè più caro d'Italia. Il latte parzialmente scremato di Esselunga è fatto da Soresina di Cremona, marchio leader che si fa pagare il nome quando agisce in proprio. I croissant marchiati Lidl sono prodotti dalla Bauli: costano un terzo degli originali.

La lista è lunga e si allunga ogni giorno. Il consulente informatico (precario con partita Iva) Raffaele Brogna da un anno e mezzo la verifica e struttura. Sopra questa idea — possiamo comprare le stesse cose, affidandoci a un marchio più generalista e meno prestigioso, risparmiando 1.400 euro l'anno — ci ha costruito un feno-

L'intervista

Guido Cristini insegna marketing a Parma

"Ma attenti a non sbagliare la qualità è nei dettagli"

ROMA — Il professor Guido Cristini insegna alla Facoltà di Economia dell'Università di Parma. Politiche di merchandising e shopper marketing. Trova il pensiero degli "etichettisti" antagonista e semplificante: «Non si può ridurre tutto al prezzo. O meglio, al risparmio. È comprensibile in tempi di crisi, ma nega la storia delle singole aziende, lo sforzo che hanno fatto per aggiungere valore al prodotto».

Il Forum delle etichette sottolinea che spesso ai prezzi alti non corrisponde un valore aggiunto.

«Non paghiamo solo pubblicità e confezione, molte aziende italiane hanno fatto un grosso lavoro sul personale, sulla difesa di una tradizione. Apprezzo chi lavora sul km zero e chi si muove in termini etici e di sostenibilità. Tutto questo ha un prezzo».

Fanno bene i grandi produttori la grande distribuzione a vendere merce che non producono mettendoci il loro marchio?

«Accade da trent'anni in tutto il mondo. Non è neppure globalizzazione, è specializzazione. In alcuni casi ci può essere uniformità di prodotto, ma questa iniziativa mi sembra un attacco alle istituzioni aziendali. Anche i marchi commerciali si fondano su principi. E si deve stare attenti: non è tutto uguale. Il capitolato spesso è un po' diverso, l'acidità un po' diversa, i prodotti non sono solo formule».

(C. Z.)

Tra croissant e yogurt è una gara a osservare tutto, in special modo lo stabilimento

ne spiegazioni. «Di solito consumo di più i prodotti piccoli e originali, altre volte costano di più i brand che fanno molta pubblicità e curano la grafica». Accade, ancora, che alcune fabbriche accettino di produrre anche per conto terzi per mantenere le macchine in produttività piena e i "piccoli", in questi accordi sempre più complessi, chiedano in contropartita alla distribuzione i loro dati sulle statistiche di consumo dei clienti. Le etichette dei prodotti esteri sono, in genere, poco comprensibili e dettagliate, l'appalto del prodotto inizia a vedersi anche nel "bio" e, sostengono gli esperti del risparmio, va riconosciuto che questi accordi grandi-piccoli «hanno fatto crescere la qualità dei discount e risollevato piccole aziende con pochi canali distributivi».

Scegli **TUTTO COMPRESO.**

Minuti, SMS, Internet e iPhone 4S a **39€/mese**



Apple iPhone

Passa a TIM con Tutto Compreso. Per un anno a soli 39€/mese hai:

- 250 minuti verso tutti
- 250 SMS verso tutti
- Internet senza limiti
- iPhone 4S 16GB incluso



Promo valida per 12 mesi per chi passa a TIM entro il 6/05/2012. Offerta con vincolo di 30 mesi e addebito su carte di credito convenzionate (Amex, Visa, Mastercard e Aura), escluse le prepagate. Dal 13° mese costo 49€/mese. Pagamento delle rate residue del telefono e corrispettivo in caso di recesso anticipato. Dopo 1 GB, velocità ridotta a 32 Kbps. Tariffazione chiamate a scatti anticipati di 30". Per informazioni, anche sui costi dei consumi eccedenti le soglie previste, chiama il 119 o vai su www.tim.it

TM and © 2011 Apple Inc. All rights reserved.