

# TROVA LO SCONTO

## COME MUOVERSI TRA LE OFFERTE ON LINE

SITI WEB CHE METTONO A CONFRONTO I PREZZI DEI SUPERMERCATI E DEI NEGOZI, CLUB DI VENDITA ESCLUSIVI, SOCIAL SHOPPING. QUANDO LA CRISI AVANZA, L'ARTE DEL RISPARMIO SI MUOVE ANCHE A COLPI DI CLIC

**L'**assalto delle scorse settimane al Trony di Roma per l'acquisto di oggetti elettronici a prezzi ridotti (nella foto qui sotto, la coda davanti all'ingresso) non è stato che la punta di un iceberg. Perché una delle conseguenze più evidenti della crisi è la caccia allo sconto. Secondo uno studio condotto a livello europeo dal Consumers' Forum, l'88% degli italiani va alla ricerca sconti e offerte speciali, mentre il 72% usa Internet per informarsi sui prezzi. Uno di questi siti è [www.klikkapromo.it](http://www.klikkapromo.it): attivo, per adesso, per la sola Lombardia, consente di individuare le offerte più vantaggiose in corso nei punti vendita vicini alla propria abitazione. Oltre a conoscere, giorno per giorno, il negozio in cui alcuni tipi di prodotti sono scontati.

### VESTITI, ASSICURAZIONI E MUTUI

Nella corsa allo sconto, il web è fondamentale: i siti che mettono a confronto i prezzi ([www.trovaprezzi.it](http://www.trovaprezzi.it), [www.kelkoo.it](http://www.kelkoo.it), [www.buycentral.it](http://www.buycentral.it)) permettono di individuare il negozio dove si acquista meglio. Lo stesso vale per i siti che comparano le polizze assicurative ([www.assicurazione.it](http://www.assicurazione.it)) o i mutui ([www.mutuionline.it](http://www.mutuionline.it)). Anche comprare *on line* è vantaggioso: secondo una ricerca della School of Management del Politecnico di

Milano, quest'anno in Italia l'e-commerce è cresciuto del 17%. Sono due i canali su Internet per fare acquisti scontati.

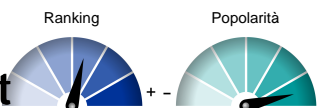
### LE COMUNITÀ VIRTUALI PER I PREZZI RIDOTTI

Il primo è rappresentato dai «club di vendita», outlet virtuali con registrazione obbligatoria. Agli iscritti, i marchi propongono campagne di acquisto a prezzi scontati, addirittura oltre il 50% (per esempio, [www.yoox.com](http://www.yoox.com); [www.buyvip.it](http://www.buyvip.it)). Ma il vero fenomeno è il *social shopping*, dove Groupon, Groupalia e LetsBonus si dividono il 90 per cento del mercato italiano. Anche in questo caso, per ricevere le offerte disponibili (dal televisore alla cena, dall'intervento di igiene dentale al viaggio), bisogna registrarsi *on line*. Le offerte sono valide solo se si raggiunge un certo numero di iscrizioni. Ma bisogna fare attenzione, e non solo perché le offerte "a tempo" incentivano gli acquisti fatti d'impulso. Spesso gli sconti sono applicati su prezzi di partenza più alti. E molte volte si scopre che il buono acquistato per un soggiorno non si può utilizzare perché i posti disponibili sono esauriti. Risparmiare è possibile, ma nella giungla delle offerte conviene inoltrarsi con le idee ben chiare.



Articolo pubblicato sul sito [tribunatreviso.gelocal.it](http://tribunatreviso.gelocal.it)

tribunatreviso.gelocal.it



Estrazione : 31/10/2011 04:54:00

Categoria : Attualità regionale

File : piwi-3-2-155659-20111031-150433144.pdf

Audience :

Più : [www.alexa.com/siteinfo/tribunatreviso.gelocal.it](http://www.alexa.com/siteinfo/tribunatreviso.gelocal.it)

<http://c.moreover.com/click/here.pl?z5402392263&z=1250249458>

## Commercio a picco, è crisi nera

Sondaggio dell'Ascom tra i consumatori: l'80% dei trevigiani spende meno. L'80% dei trevigiani consuma meno, mentre l'85% non riesce più a risparmiare.

È questo il risultato del questionario sottoposto a un campione di 100 consumatori nei negozi di Treviso e Montebelluna.

Una novità questa dell'ultimo Osservatorio sui consumi dell'Ascom confocommercio che – fino a ieri – analizzava solo le percezioni dei commercianti sull'andamento degli affari.

I dati sui consumatori parlano chiaro.

I trevigiani sacrificano i pasti fuori casa (74%), lo svago (77%) e gli spostamenti in auto (43%).

Si preferisce comprare ai discount (17%) e per far fronte alle spese si ricorre al credito (26%) e al prestito da amici e conoscenti (9%).

Per il 50% del campione inoltre la situazione economica della famiglia è peggiorata.

Dati - questi sui consumatori - riferiti all'anno.

Per quanto riguarda invece la percezione dei commercianti l'Osservatorio ha messo sotto la lente di ingrandimento gli ultimi tre mesi.

I saldi estivi sono stati negativi e nemmeno l'anticipo di due settimane degli sconti è servito a risollevare un trend da allarme rosso.

Per il 47% dei commercianti vendite e presenze sono state calanti, come anche il fatturato medio.

**Commercio a picco, è crisi nera**

Sondaggio dell'Ascom tra i consumatori: l'80% dei trevigiani spende meno

L'80% dei trevigiani consuma meno, mentre l'85% non riesce più a risparmiare. È questo il risultato del questionario sottoposto a un campione di 100 consumatori nei negozi di Treviso e Montebelluna. Una novità questa dell'ultimo Osservatorio sui consumi dell'Ascom confocommercio che – fino a ieri – analizzava solo le percezioni dei commercianti sull'andamento degli affari. I dati sui consumatori parlano chiaro. I trevigiani sacrificano i pasti fuori casa (74%), lo svago (77%) e gli spostamenti in auto (43%). Si preferisce comprare ai discount (17%) e per far fronte alle spese si ricorre al credito (26%) e al prestito da amici e conoscenti (9%). Per il 50% del campione inoltre la situazione economica della famiglia è peggiorata. Dati - questi sui consumatori - riferiti all'anno. Per quanto riguarda invece la percezione dei commercianti l'Osservatorio ha messo sotto la lente di ingrandimento gli ultimi tre mesi. I saldi estivi sono stati negativi e nemmeno l'anticipo di due settimane degli sconti è servito a risollevare un trend da allarme rosso. Per il 47% dei commercianti vendite e presenze sono state calanti, come anche il fatturato medio. A subire di più la crisi sono settori come la moda, la ristorazione e i prodotti per la casa. Il turismo soffre di un calo di redditività dovuto alla minore occupazione delle camere (il cui numero peraltro è cresciuto) e per la chiusura dell'aeroporto. Aumentano inoltre i prezzi di acquisto per i grossisti che devono inoltre fare i conti con i ritardi nei pagamenti da parte dei clienti. Dati negativi anche sul fronte occupazione, che cala per il 37% dei commercianti ed è stabile per il 60%. Segnale positivo per il

**Persone**

Rubina Bon	Luca Zaia
Leonardo Muraro	Marzio Favero
Francesca Gallo	Daniele Quarello
Serena Gasparoni	Enzo Favero
Andrea Zanzotto	Federico De Wolanski
Glaucio Zuan	Alessandro Vleizzer

→ TUTTI I NOMI

**Altri contenuti di Cronaca**

- » Dopo lo stupro il mostro finì dai carabinieri
- » Anziana falciata dal treno a Vittorio Veneto: è gravissima all'ospedale
- » Pinarello, fatale un'aritmia cardiaca
- » Put, «riaccesi» due autovelox
- » Musica «pirata» alla festa: dj denunciato

Articolo pubblicato sul sito [tribunatreviso.gelocal.it](http://tribunatreviso.gelocal.it)

**tribunatreviso.gelocal.it**



**Estrazione** : 31/10/2011 04:54:00

**Categoria** : Attualità regionale

**File** : piwi-3-2-155659-201111031-150433144.pdf

**Audience** :

Più : [www.alexa.com/siteinfo/tribunatreviso.gelocal.it](http://www.alexa.com/siteinfo/tribunatreviso.gelocal.it)

<http://c.moreover.com/click/here.pl?z5402392263&z=1250249458>

A subire di più la crisi sono settori come la moda, la ristorazione e i prodotti per la casa.

Il turismo soffre di un calo di redditività dovuto alla minore occupazione delle camere (il cui numero peraltro è cresciuto) e per la chiusura dell'aeroporto.

Aumentano inoltre i prezzi di acquisto per i grossisti che devono inoltre fare i conti con i ritardi nei pagamenti da parte dei clienti.

Dati negativi anche sul fronte occupazione, che cala per il 37% dei commercianti ed è stabile per il 60%.

Segnale positivo per il presidente Ascom Guido Pomin per il bando promosso dall'assessore Beppe Mauro per il rilancio del commercio del centro storico.

Poche speranze invece per il futuro: per il 93% l'attuale momento darà vita a una nuova recessione.

(l.c.)



**Atnews.it**Più : [www.alexa.com/siteinfo/Atnews.it](http://www.alexa.com/siteinfo/Atnews.it)

Estrazione : 20/10/2011 15:00:39  
 Categoria : Attualità regionale  
 File : piwi-9-12-169609-20111020-142572445.pdf  
 Audience :

<http://www.atnews.it/2011/10/20/leggi-notizia/argomenti/attualita-1/articolo/inflazione-bisogna-ridare-fiducia-ai-consumatori-e-valorizzare-il-made-in-Italy>

## Inflazione: bisogna ridare fiducia ai consumatori e valorizzare il made in Italy

Confagricoltura sottolinea come, in relazione ai dati diffusi da Istat, l'inflazione sia giunta a settembre al 3% su base annua, mentre per gli alimentari non lavorati, quindi i prodotti agricoli, sia aumentata dello 0,9%

Cominciano finalmente a risalire i prezzi all'origine della frutta fresca, ma c'è ancora un differenziale del 6,3% rispetto ai prezzi dell'anno scorso.

Secondo le rilevazioni Ismea, i vegetali freschi sono stati pagati ai produttori il 10,6% in meno rispetto ad agosto e il 9,3% in meno rispetto a settembre dell'anno scorso.

In base ai dati Istat, i prezzi al consumo per le verdure hanno avuto un rialzo congiunturale dell'1,9%, ma sono inferiori del 7,7% rispetto all'anno scorso.

I prezzi di vendita della frutta fresca continuano a calare (-0,8% a settembre rispetto ad agosto e -3,1% rispetto all'anno scorso).

Secondo un sondaggio condotto dall'Ipsos per conto del Consumers' Forum, bisogna ridare fiducia ai consumatori.

Servono azioni concrete per la valorizzazione del made in Italy e il riequilibrio del valore, nonché ricerca e innovazione per soddisfare le rinnovate esigenze dei consumatori.

E' un impegno che tutta la filiera alimentare e la politica si devono assumere.

The screenshot shows the Atnews.it website interface. At the top, there's a banner for '18 Damigelle, una Vincitrice' with the text 'Scopri le e vota la tua preferita!'. Below this is the Atnews.it logo and the tagline 'Quotidiano online della provincia di Asti'. A navigation bar includes links like 'Prima Pagina', 'Asti', 'Monferrato', 'Canelli', 'Nizza Monferrato', 'Provincia', and 'Tutte le notizie'. Social media icons for Facebook, Twitter, RSS, and others are present. The main article title is 'Inflazione: bisogna ridare fiducia ai consumatori e valorizzare il made in Italy', dated 'giovedì 20 ottobre 2011, 15:00'. A sidebar on the left lists various categories like 'SOMMARIO', 'PRIMA PAGINA', 'PALIO DI ASTI', etc. The article text is partially visible, matching the content in the other blocks. At the bottom right, there's a section 'IN BREVE' with a link to 'giovedì 20 ottobre' and a small image of a person.

**LA STAMPA.it**Più : [www.alex.com/siteinfo/lastampa.it](http://www.alex.com/siteinfo/lastampa.it)

Estrazione : 19/10/2011 11:02:52

Categoria : Attualità

File : piwi-9-12-51620-20111019-141432308.pdf

Audience :

<http://www3.lastampa.it/economia/sezioni/finanza-personale/articolo/lstp/425569/>

## In Italia i consumatori hanno piu' paura

Nel nostro Paese la situazione economica e' percepita come incerta

FTAAOnline Occhio al prezzo! Sulla scia della crisi, i consumatori italiani si scoprono meno sicuri rispetto alla media europea e decisamente più attenti alle offerte e le promozioni di tedeschi e polacchi.

A testimoniare il momento vissuto dai consumatori del Belpaese è la quarta edizione dell'analisi sugli stili di consumo commissionata da Consumers' Forum - che riunisce le più grandi imprese italiane e le maggiori associazioni dei consumatori italiane - all'istituto di ricerca Ipsos.

The screenshot shows the LA STAMPA.it ECONOMIA website. The main headline is 'In Italia i consumatori hanno piu' paura'. Below the headline is a sub-headline: 'Nel nostro Paese la situazione economica e' percepita come incerta'. To the right of the text is an image of a black wallet. The article is dated 19/10/2011 and is categorized under 'FINANZA PERSONALE'. The website also features a sidebar with 'ULTIMI ARTICOLI' and 'MIGLIORI E PEGGIORI' stock market data.

	FTSE MIB	FTSE Star	AllShare
<b>I Migliori</b>			
Nome	Ora	Ultimo	Var %
LOTTOMATICA	11.40	13,26	+5,49%
ANSALDO STS	11.40	8,17	+5,42%
INTESA SANPAOLO	11.41	1,28	+3,22%
SAIPEM	11.41	30,83	+2,73%
BUZZI UNICEM	11.41	6,74	+2,05%
<b>I Peggiori</b>			
Nome	Ora	Ultimo	Var %
FIAT	11.41	4,75	-0,88%

Il sondaggio L'indagine ha preso in considerazione le opinioni espresse da 2600 cittadini europei, suddividendoli in campioni rappresentativi di 5 Paesi (Italia, Germania, Polonia, Spagna e Regno Unito).

Secondo i risultati del sondaggio, i consumatori italiani e spagnoli sono quelli che guardano al futuro con maggiori preoccupazioni: nel nostro Paese è il 59% degli intervistati a percepire come instabile la propria situazione economica personale, in Spagna il 58%.

Molto più fiduciosi sono tedeschi e polacchi: tra i primi, a essere preoccupato del futuro è il 41%; tra i secondi, il 46%.

Strade diverse per il risparmio Interessanti i dati riguardanti le abitudini di consumo.

Nella ricerca del risparmio, l'81% degli intervistati si è detto molto attento agli sconti e le offerte speciali.

Articolo pubblicato sul sito [lastampa.it](http://lastampa.it)

# LA STAMPA.it

Più : [www.alexacom/siteinfo/lastampa.it](http://www.alexacom/siteinfo/lastampa.it)

Estrazione : 19/10/2011 11:02:52  
Categoria : Attualità  
File : piwi-9-12-51620-20111019-141432308.pdf  
Audience :

<http://www3.lastampa.it/economia/sezioni/finanza-personale/articolo/lstp/425569/>

Campioni nella caccia al prezzo basso si sono rivelati gli italiani (88%), seguiti dagli spagnoli (87%).

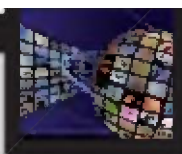
A livello generale, i consumatori europei preferiscono fare compere negli ipermercati/centri commerciali (51%), seguiti dagli acquisti nei supermercati più vicini (47%) e sulle bancarelle (36%).

C'è un limite al risparmio Per molti, comunque, il risparmio non è un traguardo da raggiungere a tutti i costi.

Tra tutti gli intervistati, italiani e spagnoli sono quelli che si sono detti maggiormente a favore del pagare di più prodotti che rispettano l'ambiente (rispettivamente l'81% e il 68%), di elevata qualità (83% e 74%) o che escono da aziende che rispettano i diritti dei lavoratori (79% e 68%).



## Italia/Consumi



### ITALIANI MENO SICURI MA PIÙ ATTENTI ALLA SPESA

I consumatori italiani sono meno sicuri rispetto ai loro omologhi europei, ma sono più attenti alla spesa e hanno fiducia nelle associazioni dei consumatori. Ad affermarlo è un'indagine Ipsos per Consumers' Forum, condotta in 5 paesi della Ue su un campione di 2.600 cittadini. "I consumatori italiani sono più insicuri e modificano le loro abitudini di consumo condizionati dalla crisi economica - spiega Sergio Veroli, presidente di Consumers' Forum - ma sono anche più attenti alle offerte speciali, confrontano di più i prezzi e si fidano delle associazioni di categoria. Ancora però hanno una scarsa conoscenza della responsabilità sociale d'impresa".



## CONFAGRICOLTURA

# «Ridare fiducia ai consumatori»

► TRIESTE

«Ridare fiducia ai consumatori». È quanto chiede Confagricoltura che sottolinea come, in relazione ai dati Istat, l'inflazione sia giunta a settembre al 3% su base annua, mentre per gli alimentari non lavorati (prodotti agricoli) sia aumentata dello 0,9%.

«Cominciano finalmente a risalire i prezzi all'origine della frutta fresca, dopo la drammatica crisi dell'E.Coli, ma c'è ancora un differenziale del 6,3% rispetto ai prezzi dell'anno scorso - evidenzia la Confagricoltura in una nota - I vegetali freschi sono stati pagati il 10,6% in meno rispetto ad agosto ed il 9,3% in meno rispetto a settembre dell'anno scorso (dati Ismea)».

In base ai dati Istat, i prezzi al consumo per le verdure hanno avuto un rialzo congiunturale dell'1,9% ma sono inferiori del 7,7% rispetto all'anno scorso; i prezzi di vendita della frutta fresca continua a calare (-0,8% a settembre rispetto ad agosto e -3,1% rispetto all'anno scorso). «Secondo un sondaggio Ipsos per conto del Consumers' Forum, bisogna ridare fiducia ai consumatori - conclude la nota -. Servono azioni concrete per la valorizzazione del Made in

Italy e il riequilibrio del valore; ricerca ed innovazione per soddisfare le rinnovate esigenze dei consumatori. È un impegno che tutta la filiera alimentare e la politica devono assumere».

«L'agricoltura rappresenta le fondamenta su cui poggia ogni speranza di sfamare il mondo oggi e nel futuro. Non dimentichiamo che nel 2040 per soddisfare la richiesta di cibo sarà necessario il 70% di produzione agricola in più, ma l'attuale riforma della Politica agricola comune non ne tiene conto. Dobbiamo comprendere che produrre non è un tabù, come ci vuol far credere Bruxelles», ha ribadito il presidente Mario Guidi in occasione della Giornata mondiale dell'alimentazione.

«Occorre costruire un quadro normativo favorevole alle imprese, affinché ritorni l'entusiasmo per il lavoro in agricoltura - ha proseguito Guidi -. Gli agricoltori hanno bisogno di certezze e di stabilità per poter programmare le produzioni, investire e competere. Quindi servono scelte precise a livello comunitario, ma anche nazionale, per orientare di più i produttori al mercato, e per creare un argine alla volatilità dei prezzi mondiali».





## CONFAGRICOLTURA

# «Ridare fiducia ai consumatori»

► TRIESTE

«Ridare fiducia ai consumatori». È quanto chiede Confagricoltura che sottolinea come, in relazione ai dati Istat, l'inflazione sia giunta a settembre al 3% su base annua, mentre per gli alimentari non lavorati (prodotti agricoli) sia aumentata dello 0,9%.

«Cominciano finalmente a risalire i prezzi all'origine della frutta fresca, dopo la drammatica crisi dell'E.Coli, ma c'è ancora un differenziale del 6,3% rispetto ai prezzi dell'anno scorso - evidenzia la Confagricoltura in una nota - I vegetali freschi sono stati pagati il 10,6% in meno rispetto ad agosto ed il 9,3% in meno rispetto a settembre dell'anno scorso (dati Ismea)».

In base ai dati Istat, i prezzi al consumo per le verdure hanno avuto un rialzo congiunturale dell'1,9% ma sono inferiori del 7,7% rispetto all'anno scorso; i prezzi di vendita della frutta fresca continua a calare (-0,8% a settembre rispetto ad agosto e -3,1% rispetto all'anno scorso). «Secondo un sondaggio Ipsos per conto del Consumers' Forum, bisogna ridare fiducia ai consumatori - conclude la nota -. Servono azioni concrete per la valorizzazione del Made in

Italy e il riequilibrio del valore; ricerca ed innovazione per soddisfare le rinnovate esigenze dei consumatori. È un impegno che tutta la filiera alimentare e la politica devono assumere».

«L'agricoltura rappresenta le fondamenta su cui poggia ogni speranza di sfamare il mondo oggi e nel futuro. Non dimentichiamo che nel 2040 per soddisfare la richiesta di cibo sarà necessario il 70% di produzione agricola in più, ma l'attuale riforma della Politica agricola comune non ne tiene conto. Dobbiamo comprendere che produrre non è un tabù, come ci vuol far credere Bruxelles», ha ribadito il presidente Mario Guidi in occasione della Giornata mondiale dell'alimentazione.

«Occorre costruire un quadro normativo favorevole alle imprese, affinché ritorni l'entusiasmo per il lavoro in agricoltura - ha proseguito Guidi -. Gli agricoltori hanno bisogno di certezze e di stabilità per poter programmare le produzioni, investire e competere. Quindi servono scelte precise a livello comunitario, ma anche nazionale, per orientare di più i produttori al mercato, e per creare un argine alla volatilità dei prezzi mondiali».

<http://www.lfruli.it/it/cronaca/63885/>

## Ridare fiducia ai consumatori

L'appello di Confagricoltura Fvg dopo i dati diffusi in questi giorni sull'inflazione nel mese di settembre

Confagricoltura Fvg sottolinea come, in relazione ai dati diffusi in questi giorni dalstat, l'inflazione sia giunta a settembre al 3% su base annua, mentre per gli alimentari non lavorati (quindi i prodotti agricoli) sia aumentata dello 0,9%.

Cominciano finalmente a risalire i prezzi all'origine della frutta fresca,dopo la drammatica crisi dell'E.Coli ma c'è ancora un differenziale del 6,3% rispetto ai prezzi dell'anno scorso.

I vegetali freschi sono stati pagati il 10,6% in meno rispetto ad agosto ed il 9,3% in meno rispetto a settembre dell'anno scorso (dati ismea).

In base ai dati Istat, i prezzi al consumo per le verdure hanno avuto un rialzo congiunturale dell'1,9% ma sono inferiori del 7,7% rispetto all'anno scorso; i prezzi di vendita della frutta fresca continua a calare (-0,8% a settembre rispetto ad agosto e -3,1% rispetto all'anno scorso).

"Secondo un sondaggio condotto dall'Ipsos per conto del Consumers'Forum, bisogna ridare fiducia ai consumatori.

Servono azioni concrete per la valorizzazione del made in Italy ed il riequilibrio del valore; ricerca ed innovazione per soddisfare le rinnovate esigenze dei consumatori.

E' un impegno che tutta la filiera alimentare e la politica devono assumere".

The screenshot shows the homepage of the website **ilFRIULI.it**. The main navigation bar includes links for HOME, CRONACA, SPORT, MULTIMEDIA, SPETTACOLI, and UDINESE BLOG. Below this, there are sections for ARCHIVIO, REDAZIONE, METEO, BRISCOLA, EVENTI, GENTE DEL FRIULI, and NEWSLETTER. The date displayed is 17 Ottobre 2011. The featured article is titled "Ridare fiducia ai consumatori" and is part of the "CRONACA" section. The article text is visible, discussing the call from Confagricoltura Fvg regarding inflation data. To the right of the article, there is a sidebar with various elements: a "SONDAGGI" (Polls) section with a question about food safety, a "TOP ARTICOLI" (Top Articles) section, and a "CERCA" (Search) bar. At the bottom of the sidebar, there is a "VOTA" (Vote) button. The website also features a "NOVA SOFTWARE" logo and a "Curves" advertisement.

Articolo pubblicato sul sito [televideo.rai.it](http://televideo.rai.it)

**Televideo.rai.it**

Più : [www.alex.com/siteinfo/televideo.rai.it](http://www.alex.com/siteinfo/televideo.rai.it)

Estrazione : 17/10/2011 00:00:00  
 Categoria : Televisione e Radio  
 File : piwi-4-14-52675-20111017-139514287.pdf  
 Audience :

<http://www.televideo.rai.it/televideo/pub/view.jsp?id=800078&p=140>

## 'NDRANGHETA, SEQUESTRO

Televideo - Homepagelitalia e Mondo Fotogallery Violenze dei black bloc, polizia carica Settanta feriti e 12 arrestati.

E' il bilancio della guerriglia urbana andata in scena a Roma durante il corteo degli Indignati.

La città è stata messa a ferro e fuoco da 500 black bloc: sampietrini contro le forze dell'ordine, un blindato dato alle fiamme e devastazione nel centro della Capitale. I mille volti della protesta 'globale' (foto). A New York marcia su Times Square. Una manifestazione "globale" come globale è ormai il movimento degli "indignati", la protesta di giovani, disoccupati e precari nata il 15 maggio in Spagna sull'onda della crisi economica: interessate dalla protesta 952 città in oltre 82 Paesi. Consumatori europei a confronto. I risultati di un sondaggio realizzato da Ipsos. La crisi rende gli italiani meno sicuri rispetto ai consumatori europei, più attenti alla spesa rispetto ai tedeschi e polacchi, primi in Europa per la fiducia nelle associazioni dei consumatori.

E' il quadro che emerge in sintesi dalla ricerca europea che Consumers' Forum ha commissionato a Ipsos. Società e Culture. Cambiamenti climatici. Per l'aumento di temperatura e anidride carbonica i cambiamenti climatici stanno provocando un progressivo 'rimpiccolimento' degli organismi viventi e nel prossimo futuro questo processo potrebbe portare a pesanti conseguenze anche per l'alimentazione umana. I risultati di una ricerca inglese. E' un enzima, se difettoso provoca sterilità e aborti. Per un gruppo di scienziati britannici ad 'accendere' la fertilità è un enzima.

Gli esperti spiegano come funziona in uno studio pubblicato oggi su Nature Medicine. Il sito era nato per far parlare gli scienziati. E' boom di iscritti non vedenti. Freerumble è il primo social-audio del web ed è per tutti: nel social network si possono caricare esclusivamente file audio e, quindi, perfettamente accessibile e fruibile da parte di non vedenti ed ipovedenti. Un ottimo modo di

Copyright televideo.rai.it -

1/2

Articolo pubblicato sul sito [televideo.rai.it](http://televideo.rai.it)

**Televideo.rai.it**

Più : [www.alexacom/siteinfo/televideo.rai.it](http://www.alexacom/siteinfo/televideo.rai.it)

Estrazione : 17/10/2011 00:00:00  
 Categoria : Televisione e Radio  
 File : piwi-4-14-52675-20111017-139514287.pdf  
 Audience :

<http://www.televideo.rai.it/televideo/pub/view.jsp?id=800078&p=140>

investire Quando in banca si porta la propria disponibilità di M.Vittoria De Matteis Chiunque può aderire ad una Banca del Tempo, poiché ciascuno è potenzialmente in grado di offrire qualcosa di utile Oltre 81mila gli spettacoli organizzati Parlano gli esperti e i protagonisti Il teatro in Italia è diventato un terreno di confronto e di forte critica.

Ma a che punto è lo stato del teatro in Italia? Dall'Italia'NDRANGHETA, SEQUESTRO17/10/2011 09:02 C'è anche un imprenditore immobiliare romano tra le persone coinvolte nell'operazione "Overloading", condotta dalla Dia di Reggio Calabria nel dicembre scorso contro un'organizzazione di trafficanti internazionali di droga, legati alla 'ndrangheta.

Torna indietroTelevideo Regionale Pagina 777 - Sottotitoli Una delle principali missioni di Televideo, iscritte negli obblighi di servizio pubblico, riguarda la sottotitolazione per i non udenti Pagina 780 - Telesoftware Dedicato ai non vedenti, con informazione, audio-libri e opere musicali, in particolare fiabe per i bambini ciechi e ipovedenti Pagine 858 e 859 - News Flash Per essere aggiornati mentre si guardano i canali della Rai con la sintesi dell'Ultim'Ora e la sintesi delle ultime sei notizie Pagina 404 - 150 anni Unità d'Italia Il calendario del Risorgimento, la raccolta di musiche, una bibliografia, i programmi nelle Teche Rai



Articolo pubblicato sul sito [Youmark.it](http://www.youmark.it)

**Youmark.it**

Più : [www.alexa.com/siteinfo/Youmark.it](http://www.alexa.com/siteinfo/Youmark.it)

Estrazione : 16/10/2011 23:44:18  
 Categoria : Editoria e Comunicazione  
 File : piwi-9-12-100409-20111016-139268606.pdf  
 Audience :

%C3%A8-sola-comunicazione-youmark'><http://www.youmark.it/article/34393/Consumers'-Forum--tra-crisi-e-nuovi-trend--La-csr-per->

## Consumers' Forum: tra crisi e nuovi trend. La csr per tornare a crescere non è sola comunicazione

Italiani attenti al portafoglio, seguaci del low cost, oculati nella spesa.

A tutti i costi.

Nel confronto Ue (vedi ricerca completa in allegato), il nostro paese appare il più sedotto da offerte speciali, sconti e saldi.

Soprattutto.

E la crisi c'entra, ma non solo.

Spesso è carenza culturale, mancanza di una reason why che dia giustificazione del prezzo.

Tra queste in primis spicca la responsabilità sociale (solo il 14% dei consumatori sa cos'è).

Intesa ad ampio spettro (solidarietà, ambiente, condizioni di lavoro, modalità di gestione dei rapporti commerciali con fornitori e partner), riflettendosi anche nella propensione della gente a prediligere quelle marche che in tal senso si impegnano e per tale fine non sempre riescono a buttarsi nell'arena del cut price.

Eppure, se il valore sociale comportasse abbattimento dei costi e revisione della catena logistica, si tradurrebbe anche in crescita economica.

Ne è convinto Lorenzo Miozzi, presidente Movimento Consumatori e presidente Valore Sociale.

Ascoltatelo in occasione della presentazione (a Roma lo scorso 14 ottobre) della ricerca svolta da Consumers' Forum (commissionata a Ipsos e condotta su cinque paesi Ue per mostrare gli stili e le nuove tendenze di consumo) al microfono di youmark.

Ma perché il Consumers' Forum ha sentito l'esigenza di addentrarsi nel tema della csr? Fuori



Copyright Youmark.it -

1/2

