



Info Rai – TV n°. 113 del 21 Ottobre 2011

Sommario:

1. *La Rai contro il Ministero: vogliamo 1mld e 200 milioni*
2. *La sfida televisiva tra i talenti del web "made in via Verdi"*
3. *"Star Academy" chiude tra mille polemiche*
4. *Fisco, contribuenti.it: canone Rai, tassa più evasa dagli italiani*
5. *Rai si accorda con Poste Italiane per nuovi servizi multimediali*
6. *10 motivi per andare a Smau 2011*
7. *Lavoro/ In Italia primato negativo per donne inattive, al 48,9%*
8. *Il settembre della Tv digitale*
9. *Indagine Codici sul pane: Milano la città più cara*

La Rai contro il Ministero: vogliamo 1mld e 200 milioni

Fonte: **Rainews24** Fonte: <http://www.rainews24.rai.it/it/news.php?newsid=157626>

Il Cda della Rai ha deciso all'unanimità di inviare al Dipartimento Comunicazioni del Ministero dello Sviluppo Economico una "intimazione di pagamento" entro e non oltre 60 giorni per un 1 miliardo e 200 milioni di euro.

L'assunto della Rai è che da quando è in vigore la contabilità separata la Rai ha un gap passivo per le prestazioni di servizio pubblico pari appunto a 1 miliardo e 200 milioni di euro. Gli obblighi di servizio pubblico per gli esercizi dal 2005 al 2009 sono costati insomma 1 miliardo e 200 milioni in più di quanto la Rai abbia incassato dal canone di abbonamento. Soldi che la Rai ha investito nel servizio pubblico incassandoli dalla pubblicità o da altri introiti.

Secondo Viale Mazzini il ministero avrebbe dovuto in questi anni determinare un aumento di canone per coprire questo sbilancio o diminuire gli oneri da contratto di servizio. Non avendolo fatto, secondo gli amministratori Rai, si è reso debitore per la cifra in questione.

L'Associazione dei dirigenti Rai, Adrai, "non può che congratularsi - si legge in una nota - con il CdA", "L'azione intrapresa -sottolinea l'Adrai- è una dei punti qualificanti (tra gli altri un nuovo modello di governance, il recupero dell'evasione, la configurazione giuridica dell'Ente) che i dirigenti ritengono essenziale per la stessa sopravvivenza del Servizio Pubblico televisivo".

Nel consiglio si è parlato anche del 'caso Tg1', sia in relazione allo scontro tra il direttore Augusto Minzolini e il presidente della Camera, Gianfranco Fini, sia in relazione alla vicenda giudiziaria che vede Minzolini oggetto di una richiesta di rinvio a giudizio da parte della Procura di Roma.

In merito alla vicenda giudiziaria, il Direttore generale ha informato il CdA di aver dato mandato ai legali della Rai di costituire l'azienda come parte civile.

La sfida televisiva tra i talenti del web "made in via Verdi"

Fonte: **La Stampa**

<http://www3.lastampa.it/torino/sezioni/appuntamenti/articolo/1stp/425682/>

Nello spazioso Studio 6 di via Verdi è tutto pronto. Le luci sono posizionate, la scenografia sfavilla, gli autori, i registi e i tecnici lavorano alacremente ed è difficile scorgere qualche capello bianco: l'età media è ampiamente sotto i 30. Manca una manciata di giorni alla messa in onda di «Social King 2.0», la trasmissione Rai realizzata proprio da Torino, e ogni cosa funziona perfettamente. Così a partire da domenica prossima una ventata di aria fresca arriverà nei teleschermi con quello che è un programma innovativo destinato ai ragazzi dove a farla da padrone è la Rete. Si tratta del primo (e unico) web talent show dedicato ai social network che sarà trasmesso su Rai2 tutte le domeniche alle 9,20 (in replica su Rai Gulp alle 18,45) e in striscia quotidiana dal lunedì al venerdì su Rai Gulp alle 18,25. A condurre sarà Ruggero Pasquarelli, il liceale diciottenne reduce dall'esperienza di X-Factor 4.

Uno show insolito che si differenzia fortemente dagli altri talent, non solo perché i concorrenti verranno giudicati in tempo reale dagli utenti della Rete, ma per il fatto di essere più che mai interattivo. Se «Social King» già la passata stagione si era distinto per la sua particolarità, la versione «2.0» lo fa ancor di più. Il pubblico, infatti, potrà esprimere le proprie preferenze oltre che sul sito www.socialking.rai.it e sulle pagine ufficiali dei social network, anche facendo «mobile check-in». Si tratta di una modalità di interazione fruibile dai possessori di smartphone che, scaricando gratuitamente l'applicazione denominata «CheckinG», manifesteranno in maniera semplice e intuitiva il proprio gradimento.

Disponibile su piattaforma Apple o Android e realizzato in collaborazione con Telecom Italia, il servizio è una novità assoluta per quanto riguarda l'intrattenimento tv. Per cui in ogni puntata di «Social King 2.0» i 4 sfidanti che fanno parte del cast e i 2 presi da chi si candida sul web, si cimenteranno nelle diverse discipline (dal canto alla danza ai videogame) e il vincitore sarà decretato proprio in base al gradimento raccolto dal popolo della Rete.

"Star Academy" chiude tra mille polemiche

Fonte: **Tgcom** Fonte: <http://www.tgcom.mediaset.it/televisione/articoli/1025225/star-academy-chiude-tra-mille-polemiche.shtml>

Alla fine la Rai ha annullato anche la puntata del 22 ottobre di "Sabato Academy" durante la quale sarebbe stato nominato il vincitore del talent show "Star Academy", chiuso prima per flop d'ascolti. Codacons all'attacco: "La Rai deve rimborsare il televoto" e il conduttore Facchinetti si fa sentire sul suo Facebook: "Nessuno si è mai rifiutato di presentare il programma".

"Pochi giorni e dirò quello che penso, tempo al tempo. Per quanto riguarda chi fa prendere aria alla bocca, gli abbiamo regalato qualche titolo sul giornale", dice l'ex conduttore del talent show.

Intanto la Rai con una nota ufficiale spiega che "per sopravvenuti problemi editoriali Rai Due, in accordo con la società di produzione Endemol, ha annullato la puntata del 22 ottobre di Sabato Academy, con la quale si sarebbe dovuto concludere il talent show 'Star Academy', condotto da Francesco Facchinetti".

Il talent "Star Academy" si chiude quindi senza un vincitore e senza una classifica finale dei cantanti in gara. "Appare scontato come, alla luce di tale decisione, la Rai sia ora obbligata a rimborsare quei telespettatori che nel corso delle 3 puntate del programma andate in onda, hanno speso soldi per televotare i concorrenti - afferma il Presidente Carlo Rienzi del Codacons - In tal senso presenteremo una formale richiesta a Rai e Endemol".

"I rimborsi - spiega il Codacons - possono avvenire in modo semplicissimo ed automatico riaccreditando direttamente i soldi spesi alle utenze (sia fisse che mobili) che hanno televotato. Ovviamente, se ciò non avverrà, saremo costretti a denunciare il fatto alla magistratura, e ad avviare le dovute azioni legali a tutela dei telespettatori", conclude Rienzi.

Fisco, contribuenti.it: canone Rai, tassa più evasa dagli italiani

Fonte: **Contribuenti.it** <http://www.contribuenti.it/news/view.asp?id=3167>

ROMA – E' la tassa concessione televisiva, meglio nota come Canone RAI, la tassa più evasa dai contribuenti italiani italiani. Questo risultato emerso dallo studio sulle imposte più evase dagli Italiani, condotto da KRLS Network of Business Ethics, per conto di Contribuenti.it Magazine dell'Associazione Contribuenti Italiani.

Dalla ricerca è emerso che l'evasione del Canone RAI delle famiglie si attesta intorno al 41% con punte che arrivano fino al 87% in alcune regioni quali Campania, Calabria e Sicilia, mentre quello delle imprese si attesta intorno al 96%. In termini di imposta evasa, si stima che ogni anno le famiglie italiane evadono 500 MLN di euro.

Ma in Italia, non tutti sanno, che esistono due canoni: quello ordinario, dovuto dalle famiglie, e quello speciale, dovuto dalle imprese, lavoratori autonomi, enti pubblici, enti pubblici non economici, enti privati. Se il canone ordinario e' dovuto per il possesso di "apparecchi atti o adattabili alla ricezione delle radioaudizioni", il canone speciale si paga anche per il possesso di computers e/o monitors e altri apparecchi multimediali (videofonino, videoregistratore, iPod, sistemi di videosorveglianza, ecc.) posseduti dalle imprese o enti pubblici o privati.

L'evasione del canone RAI delle famiglie, che già nel 2005 ammontava al 22%, è balzata, nel 2011, al 43% (contro l'8% della media europea) e, si stima che nel 2012 arriverà al 46%.

Tra i maggiori evasori del Canone Rai figurano le famiglie residenti nelle province di Caserta, Imperia, Foggia e Bolzano, dove l'evasione sfiora il 90% delle famiglie. All'opposto le province più virtuose sono quelle di Aosta, Siena, Pescara e Campobasso dove l'evasione si attesta al 12%.

Ma l'evasione maggiore si riscontra nelle imprese. Secondo i dati di Contribuenti.it in Italia esistono circa 4,5 MLN di imprese di cui il 98% collegata con Internet con almeno un computer, per cui almeno 4,4 MLN di imprese dovrebbero pagare il canone speciale. Ma dai dati pubblicati dalla RAI risulta che i canoni speciali riscossi ogni anno sono meno di 180 mila, per cui almeno 4,2 MLN di imprese, non pagano il canone con un 95% di evasione. Limitandosi ad applicare il canone speciale base di 195,31 euro a 4,2 milioni di imprese, l'evasione e' di 820 MLN di euro. E se si considera che oltre alle imprese devono pagare il canone anche i lavoratori autonomi, i circoli, le associazioni, le fondazioni, le sedi di partiti politici, gli istituti religiosi, gli artigiani, le scuole e gli enti pubblici e che il canone speciale va pagato per ciascuna sede o ufficio, e che lo stesso varia da 198,11 a 6.603,22 euro l'anno a seconda della tipologia commerciale, Lo Sportello del Contribuente stima che l'evasione del canone speciale ammonta a circa 1,1 MLD di euro l'anno.

Tra i maggiori evasori del Canone Rai figurano le imprese con sede nelle province di Milano, Venezia, Torino e Roma dove l'evasione sfiora il 98% delle imprese. All'opposto le province più virtuose sono quelle di Aosta, Napoli, Pescara e Firenze dove l'evasione si attesta al 92%.

In assoluto i contribuenti più fedeli restano quelli della Valle d'Aosta, Toscana, Emilia-Romagna e Puglia ma in buona posizione si piazzano anche aventi sede nelle regioni meridionali dell' Abruzzo, Molise, Puglia e Campania.

In assoluto i contribuenti più fedeli restano quelli della Valle d'Aosta, Toscana, Emilia-Romagna, Abruzzo e Molise.

Il canone Rai di 110,50 euro per famiglia è nella media europea. In Europa, il record del canone più esoso appartiene all'Islanda con 346 euro, seguita dalla Svezia e Finlandia dove la tassa è pari rispettivamente a 210 e 208,5 euro, dalla Germania con 206 euro, dall'Inghilterra con 176 euro e dalla Francia con 116 euro. All'estremo opposto troviamo la Spagna, il Portogallo, Olanda e Ungheria dove gli utenti non pagano il canone per vedere la TV pubblica. Perché si evade? Dall' indagine di Contribuenti.it è emerso che il 36% delle famiglie non paga il canone perché c'è la pubblicità sulla TV pubblica, il 31% per la troppa presenza dei politici in TV, il 24% per la scarsa qualità dei programmi e solo il 9% perché non ha soldi.

“L'abbonamento alla RAI è una tassa e come tale va pagata – afferma Vittorio Carlomagno presidente di Contribuenti.it Associazione Contribuenti Italiani – La lotta all'evasione fiscale deve partire dal Canone Rai. Ed è incredibile che l'amministrazione finanziaria dimentichi di richiedere il pagamento della tassa di concessione governativa durante le verifiche generali, pur avendo la delega all'accertamento”.

L'ufficio stampa

FONTE: Contribuenti.it

Rai si accorda con Poste Italiane per nuovi servizi multimediali

Fonte: **Primaonline** <http://www.primaonline.it/2011/10/13/96810/rai-si-accorda-con-poste-italiane-per-nuovi-servizi-multimediali/>

Roma, 13 ott. (TMNews) - E' stato firmato oggi a Viale Mazzini l'accordo tra Rai e Poste Italiane per il lancio di nuovi servizi sulle diverse piattaforme tecnologiche ai cittadini ed alle imprese attraverso un accesso che ne consenta una semplificata fruizione. L'accordo di collaborazione firmato tra l'Ad di Poste italiane, Massimo Sarmi, e il Direttore generale della Rai, Lorenza Lei - prosegue - ha l'obiettivo comune di sviluppare tecnologie e servizi multimediali innovativi attraverso applicazioni disponibili sulla tv, gli smartphone e i tablet. "Questo accordo - ha commentato il Direttore Generale, Lorenza Lei - conferma la capacità di Rai e Poste Italiane di saper continuamente sperimentare e innovare nel campo della comunicazione. La nostra collaborazione - ha concluso il DG - punta ad elaborare idee e progetti comuni utili alle rispettive strategie aziendali e a offrire al pubblico soluzioni sempre più semplici e comode per la quotidianità". "La partnership tra Poste Italiane e Rai - ha dichiarato l'Ad Sarmi - permetterà di fornire non solo una nuova gamma di servizi integrati per l'informazione, ma anche di mettere a frutto la grande esperienza e il know-how delle due aziende nel campo dei servizi multimediali. Il fine - ha aggiunto Sarmi - è quello di introdurre nuove modalità di dialogo con i cittadini che potranno accedere a servizi innovativi, attraverso sistemi di comunicazione digitale sicura e di gestione dei pagamenti con certezza di identità di chi compie l'operazione, utilizzando i dispositivi televisivi, internet e la telefonia mobile". Le nuove tecnologie e le applicazioni elaborate grazie alla collaborazione tra Poste Italiane e Rai potranno essere messe a disposizione delle pubbliche amministrazioni centrali e locali per migliorare e semplificare sempre di più il dialogo con i cittadini e le procedure burocratiche. Due gruppi di lavoro misti composti in modo paritetico da esperti di Poste Italiane e Rai avranno il compito di elaborare il piano strategico, individuando le tipologie dei servizi innovativi da offrire e il mercato di riferimento, e di definire gli aspetti di sistema del progetto".

10 motivi per andare a Smau 2011

Fonte: **La Stampa**

http://www.lastampa.it/web/cmstp/tmp/rubriche/tecnologia/gtecnologia.asp?ID_blog=87&ID_articolo=234&ID_sezione=158

VALERIO MARIANI

Parte oggi 19 ottobre a Fieramilanocity la 48ma edizione di Smau, annuale appuntamento per il mondo italiano dell'informatica e della tecnologia. Sotto la direzione dell'amministratore delegato Pierantonio Macola si svolgerà fino a venerdì 21 ottobre una tre giorni densa di incontri e approfondimenti.

Sono attesi 50mila visitatori mentre circa 600 sono le aziende e gli enti pubblici che si presentano come espositori. Vediamo dieci motivi per cui vale la pena fare un salto a Smau 2011.

Verificare che esiste una Pa digitale. Mai come quest'anno le Regioni sono protagoniste: 8 (+ la provincia autonoma di Trento) tra le più importanti illustrano iniziative, bandi, infrastrutture e finanziamenti a supporto delle imprese locali nelle aree espositive e nei convegni. Imperdibile, poi, un giro nella Smart City.

Scoprire che nella stampa il ferro è sempre più una comparsa e il business è la gestione documentale attraverso dispositivi mobili (smartphone e tablet). Allo stand Canon, per esempio, potrebbero spiegare come, con un occhio all'ambiente.

Capire la comunicazione integrata. Cisco insiste nel virtualizzare le riunioni, ora anche su supporti ultramobili. Ma anche nell'Internetizzare" gli oggetti: parlare con e non più solo alla macchinetta del caffè diventa una realtà.

Imparare a non avere paura delle nuvole. Saranno in tanti a parlare di nuvole, in un giorno che si preannuncia di pioggia: tra gli altri Aruba, Cisco, Fujitsu, Telecom Italia, Microsoft e Ibm. Giocare con i tablet, ma quelli per il business. Ce lo spiega Olivetti, per esempio, che a Smau non manca mai e i soliti noti (Dell, Ibm ma non Hp o Acer) ma soprattutto tante aziende di software impegnate a rendere utile un oggetto divertente.

Rendere intelligente il proprio business. Altro tema sulla cresta dell'onda da qualche anno, la business intelligence, ovvero come razionalizzare e far fruttare le informazioni e i dati che circolano in azienda. Ci penseranno Microsoft, Oracle e Sap tra gli altri.

Scoprire che in Italia ci sarebbero tanti piccoli Steve Jobs, ma il condizionale è d'obbligo. Un giro tra i percorsi dell'Innovazione fa sempre bene per stupirsi di cosa si riesce a fare in Italia, nonostante tutto.

Seguire un seminario senza correre il rischio di addormentarsi. Quest'anno l'ordine tassativo è di non superare la soglia dei 50 minuti. A cura di Gartner, Sda Bocconi e del Politecnico di Milano gli incontri sui temi caldi dell'Ict.

Imparare a fare soldi seduti in ufficio. Il marketing digitale e l'e-commerce finalmente guadagna un posto d'onore tra i tempi centrali di Smau 2011. Di questo e di tutto quanto fa Internet e Social se ne parla all'Arena marketing trends.

Dimenticare, almeno per un giorno, che i soldi veri non si fanno con i giochini e i gadget che si comprano ai Grandi Magazzini e dare retta a chi la tecnologia la costruisce per far girare meglio aziende e professionisti.

Lavoro/ In Italia primato negativo per donne inattive, al 48,9%

Fonte: **Il Giornale di Vicenza**

http://www.ilgiornaledivicenza.it/stories/Ultima%20Ora/298916_lavoro_in_italia_primato_negativo_per_donne_inattive_al_489/

Milano, 20 ott. (TMNews) - In Italia la partecipazione femminile al mercato del lavoro rimane tra le più basse d'Europa, con il tasso di inattività delle donne pari al 48,9%, a fronte della media europea del 35,5%. Peggio di noi fa soltanto Malta. Il dato emerge dall'Osservatorio sull'imprenditoria femminile curato dall'Ufficio studi di Confartigianato. Siamo in ritardo di 23 anni rispetto all'Europa, scrive l'associazione considerato che il nostro attuale tasso di inattività delle donne è uguale a quello registrato nel 1987 dai Paesi dell'allora Comunità europea. Le cose peggiorano, e di molto, nel Mezzogiorno: la Campania, tra le 271 regioni europee, fa registrare il più alto tasso di inattività femminile: 68,9%. All'altro capo della classifica la Provincia autonoma di Bolzano dove il tasso di inattività si dimezza al 34,9%. A tenere distanti le donne dal mondo del lavoro vi è soprattutto il basso investimento in quei servizi di welfare che dovrebbero favorire la conciliazione tra attività professionali e cura della famiglia. Anche in questo caso il nostro Paese è nelle posizioni peggiori della classifica europea. Secondo l'Ufficio studi di Confartigianato, con appena l'1,3% del Pil speso dallo Stato in interventi per famiglia e maternità ci collochiamo al 23esimo posto insieme con Bulgaria, Portogallo e Malta. In termini negativi ci batte soltanto la Polonia. Allarmanti i dati sulla carenza di servizi pubblici per l'infanzia (asili nido, micronidi o servizi integrativi): la percentuale di bambini fino a 3 anni che ne usufruiscono è del 12,5%, vale a dire appena un terzo dell'obiettivo di Lisbona del 33% programmato per il 2010.

Red-Rar

Il settembre della Tv digitale

Fonte: **Il Sole 24 ore**

http://www.b2b24.ilsole24ore.com/articoli/0,1254,24_ART_8990_cmsJCE,00.html

A settembre, secondo Starcom, la Tv digitale raggiunge quasi il 30% di share nel totale giorno, oltre 8 punti percentuali rispetto a un anno fa. Fra i canali, buone performances, nell'ordine, di Boing, Real Time, Rai 4, ma anche di Sky/Fox.

Vediamo la consueta attenta analisi di Starcom:

«A settembre la Tv digitale raggiunge complessivamente quasi il 30% di share nel totale giorno, mostrando un salto in avanti di oltre 8 punti percentuali rispetto a un anno fa e un consolidamento degli ascolti riguardante soprattutto le fasce di prime time e seconda serata. Nel dettaglio, il gruppo Altre Tv digitali (terrestri + satellitari) copre più del 23% di share, + 49% di ascolti vs settembre 2010. Il restante 6% di share appartiene al gruppo Sky+Fox che registrano una crescita di ascolti del + 11% in confronto al settembre 2010.

Passando ad analizzare i singoli canali del gruppo Altre Tv digitali, Boing ottiene i migliori risultati di audience: 128 mila spettatori nel minuto medio. Ed è l'ora di cena a regalare le migliori performance con le serie animate 'Leone cane fifone', 'Spongebob' e il cartoon in computer grafica 'The Garfield show' (506 mila spettatori tra le 20 e le 21 di lunedì 26 settembre).

Vincente il palinsesto di Real Time (100 mila spettatori/audience minuto medio), che dopo le vacanze estive lancia le nuove stagioni dei suoi format convincendo e appassionando un numero sempre più significativo di telespettatori. Citiamo, ad esempio, il programma dedicato alla moda 'Ma come ti vesti?' (migliore performance mensile con 327 mila spettatori sintonizzati mercoledì 28 settembre, fascia 21-22), e le altre trasmissioni dedicate alla casa, alle buone maniere, alla cucina, 'Cerco casa... disperatamente', 'Cortesie per gli ospiti', 'Cucine da incubo USA'.

Dopo Boing e Real Time si posiziona Rai 4, a settembre premiato da 81 mila spettatori nel minuto medio grazie soprattutto ai film di prima e seconda serata, come la commedia 'Be kind rewind', la più vista con 416 mila spettatori il mercoledì 7 in fascia 22-23.

Nel gruppo Sky+Fox la migliore performance mensile è ottenuta da Sky Sport 1 (66.264 mila spettatori/audience minuto medio) grazie alle emozioni in diretta della nuova stagione del Campionato di calcio italiano e di Champions League. L'incontro più seguito è stato il posticipo di domenica 18 settembre Milan-Napoli (1,3 milioni di spettatori in fascia 21-22 su Sky Sport 1 e altri oltre 600 mila su Sky Calcio 1).

L'interesse e la partecipazione da parte degli abbonati Sky, che di recente hanno superato i 5 milioni, si estende alla programmazione non sportiva, soprattutto cinema e informazione. Per il cinema segnaliamo le ottime performance ottenute da Sky Cinema 1 (oltre 35 mila spettatori/audience minuto medio) e da Sky Cinema Comedy (21 mila spettatori/audience minuto medio). Su Sky Cinema 1 il film più visto del mese è la commedia 'Maschi contro femmine', capace di coinvolgere più di 900 mila spettatori nella serata di lunedì 26 settembre. Bene anche l'intrattenimento dei canali targati Fox e l'informazione di Sky Tg 24, da pochi mesi diretta da Sarah Varetto che ha preso il posto di Emilio Carelli».

Indagine Codici sul pane: Milano la città più cara

Fonte: **Help Consumatori** <http://www.helpconsumatori.it/news.php?id=34699>

Quanto si spende per il pane? In media almeno 60 euro al mese, ma molto dipende dal prodotto scelto, quindi dal prezzo, e dalla città in cui si risiede. Milano per esempio è piuttosto cara se paragonata a Roma, Napoli e Bari. È in queste città che si è svolta l'indagine dell'Osservatorio Prezzi del Codici, che ha analizzato il costo del pane - rosette, panini all'olio e integrali e pane locale - trovando i prezzi più elevati a Milano e i più bassi a Napoli.

In particolare, a Milano per le ciabatte di grano la spesa è tra i 4 e i 5 euro, mentre per un chilo di rosette si spende dai 3,60 ai 4 euro. Un po' meno costosi i panini all'olio d'oliva e quelli integrali: il prezzo dei primi è compreso fra 2,50 e 3,50 euro al kg, per gli integrali si va dai 2 euro ai 3 euro. Molto più caro è il pane di tipo locale: il costo della michetta varia da 1,50 a 2 euro al pezzo.

A Roma servono 2,80 euro per un chilo di rosette, mentre il pane casereccio costa circa 3,50 euro al kg. Più costosi i panini all'olio (4,90 euro al kg) mentre i panini integrali costano 3,20 euro al kg. Meno elevati i prezzi di Napoli, dove il pane di grano si aggira su 1,50 euro, mentre per le rosette si paga da 2 euro a 2,20 euro. I panini all'olio costano 0,20 centesimi l'uno mentre quelli integrali circa 0,25 centesimi l'uno. Per il pane casereccio la spesa va da 1,40 euro fino a 1,80 euro al kg. A Bari, infine, per un kg di ciabatte di grano servono 2,20 euro mentre le rosette costano circa 2,10 euro al kg. Il pane tipico, come il 'pane di Altamura' ha un prezzo di 2 euro al chilo, mentre più caro è quello integrale, che arriva a 2,50 euro al kg.

2011 - redattore: BS