



**FIPE Confcommercio**

**Federazione Italiana Pubblici Esercizi**

Via Mandrà n. 8 - 95124 Catania

Tel. 095/351253 - Fax 095/356211

Prot. n. 143 DP/cv

Catania, 13/10/2008

**Ai Pubblici Esercizi  
Loro Sede**

**Oggetto: campagna contenimento prezzi.**

**Caro Esercente,**

tutti noi stiamo vivendo un momento di grande difficoltà dovuta alla crisi economica: è un problema nostro, come imprenditori, ma è anche un problema dei ns. clienti. Siamo tutti sulla stessa barca, senza contare che la ns. categoria, quella dei pubblici esercizi, quanto e forse più delle altre, spesso è oggetto da parte di certe associazioni consumatori o varie "istituzioni" di processi sulla questione dei "prezzi" troppo alti, che la stampa normalmente amplifica.

Come associazione provinciale, aderendo alla proposta della FIPE Nazionale, abbiamo deciso di agire a difesa della nostra professionalità e principalmente a favore del nostro unico vero arbitro e patrimonio: il cliente!

Per questo Ti invitiamo, dopo aver sentito quello che molti nostri Colleghi nella nostra Regione ed in tutta Italia hanno convenuto, ad aderire alla campagna di **BLOCCO DEI LISTINI PREZZI** dal 1° novembre p.v. fino al 28 febbraio 2009.

Con questo gesto di sensibilità e di solidarietà con i nostri clienti, in una fase in cui tutto sembra vacillare, vogliamo contribuire a dare qualche punto fermo ai consumatori: quello di poter contare su un esercente "amico" che per un periodo garantisce la stabilità dei prezzi nel suo locale.

Lo facciamo, coinvolgendo anche i nostri fornitori a cui abbiamo chiesto una analoga sensibilità nei nostri confronti, pronti anche a rendere noti i comportamenti di quelli che, privati o pubblici, dovessero rimanere sordi ai nostri appelli di solidarietà nei confronti della nostra Campagna.

La Tua adesione (che ti pregherei di sottoscrivere compilando la scheda allegata e dalla quale puoi liberamente recedere in qualsiasi momento) insieme a quella delle migliaia di Colleghi di tutta Italia, darà la giusta "forza" alla categoria di "comunicare" all'opinione pubblica il senso di questa "mobilitazione" che potrà essere ulteriormente rafforzata con una o più iniziative come quelle indicate nell'allegato e che Tu potrai liberamente decidere di attuare nel Tuo esercizio.

Distinti saluti.

**Il Presidente Provinciale FIPE  
Bar- Pasticceria-Gelateria  
Salvatore Signorello**

**Il Presidente FIPE  
Dario Pistorio**



## Campagna nazionale **“Un Prezzo da Amico”**

### DESTINATARI

- La Campagna **“Un Prezzo da Amico”**, promossa da Fipe-Confcommercio e dalle associazioni aderenti, è rivolta a tutti i clienti dei BAR, mediante iniziative e attività di comunicazione da parte degli esercenti
- A livello nazionale hanno aderito ad oggi oltre il 60% delle associazioni provinciali Fipe-Confcommercio.

### CONTENUTI

- Gli esercenti aderenti si impegnano, nel periodo della Campagna, a non apportare alcun rincaro al proprio listino prezzi e, facoltativamente, a promuovere iniziative di “sostegno” di interesse del consumatore (v.all.1)

### AVVIO

- La Campagna avrà inizio il 1° novembre 2008 e si protrarrà per alcuni mesi.

### IDENTIFICAZIONE dell'esercizio

- Gli esercenti aderenti saranno identificabili mediante una **locandina** contenente lo slogan ed il testo della Campagna, alla quale ha dato la propria adesione il Garante dei Prezzi (“Mister Prezzi”)

### OSSERVATORIO FIPE

- Il Centro Studi della Fipe si occuperà di “monitorare” l'andamento dei prezzi delle principali materie prime, di alcuni servizi rilevanti (quali, ad es., le commissioni dei buoni pasto), delle principali utenze e tariffe e di altre voci di costo che incidono nella gestione dei prezzi, fornendo poi alle associazioni una adeguata elaborazione dei dati raccolti.

### BLOG

- Per commenti e valutazioni sulla Campagna **“Un Prezzo da amico”** partecipare al blog [www.agendaitalia.net](http://www.agendaitalia.net).

## All.1

# CAMPAGNA NAZIONALE "Un Prezzo da Amico" ATTIVITA' PROMOZIONALI A SOSTEGNO

L'associazione indicherà le preferenze degli esercenti per una o più delle seguenti iniziative parallele:

### Happy hour

- *"Bentornato al lavoro!"*: il lunedì mattina (ad es. tra le 6.00 e le 8.00) sconto sul caffè e/o sulla brioche

### "Love Cost"

- *"Love Cost"* è una iniziativa test promossa dalla Fipe in collaborazione con Coca Cola Hbc. per stimolare la domanda di "bevande per asporto"
- L'esercente aderente è disposto ad una riduzione di **20 cent. sul prezzo attuale di vendita** dei seguenti prodotti venduti per asporto (frigo vetrine): **Coca-Cola, CocaCola Zero, Coca Cola Light, Fanta Orange, Sprite (PET 0,50 e lattina 33cl)**
- L'attività è rivolta al Consumatore e si caratterizza di un'attività operativa all'interno del Bar e di attività comunicazionali nazionali e locali. L'esercente aderente, si impegna ad esporre nel proprio locale una locandina con la rappresentazione dei prodotti e i relativi prezzi indicati ed un adesivo promozionale da apporre sulle frigovetrine.

### Menu fisso bar

abbinamenti cibo-bevande a prezzi convenzionati.

Esempi:

- Cappuccino+brioche
- Cappuccino+brioche+succo o spremuta
- Gastronomia+bevanda
- Gastronomia+bevanda+caffè

### Carta Fedeltà

- abbonamento prepagato a 10 consumazioni con prezzo scontato (per singole consumazioni: ad. es. cappuccino o caffè; oppure: cappuccino +brioche o gastronomia+bevanda) Oppure: ogni 10 consumazioni una è gratis oppure viene offerto un omaggio al cliente.

## **Brindisi compleanno**

- Gratis una consumazione a chi si presenta con almeno due amici il giorno del compleanno (e/o dell'onomastico)

## **Un "gelato da amico"**

- I gelatieri con propria produzione si impegnano a inserire nella propria offerta un cono "base" al prezzo di 1 euro.

# CAMPAGNA di CONTENIMENTO PREZZI

## SCHEDA DI ADESIONE

### Il sottoscritto,

cognome \_\_\_\_\_ nome \_\_\_\_\_

rappresentante legale dell' ESERCIZIO BAR denominato (INSEGNA):

\_\_\_\_\_

SITO IN

città \_\_\_\_\_ pr. \_\_\_\_\_ cap \_\_\_\_\_

indirizzo \_\_\_\_\_

tel. \_\_\_\_\_ fax. \_\_\_\_\_

e-mail: \_\_\_\_\_

### viste e condivise finalità e modalità della Campagna nazionale denominata " Un Prezzo da Amico" si impegna a:

- non apportare alcun aumento di prezzo per nessuna delle consumazioni riportate nel listino affisso nel proprio locale **a partire dal giorno 1° novembre 2008 fino al 28 febbraio 2009;**
- affiggere in luogo visibile dai clienti la **locandina** della Campagna fornita dalla propria associazione provinciale Fipe-Confcommercio e, se ritenuto opportuno, il "contrassegno" da apporre sullo stesso listino al fine di evidenziare la stabilità dei prezzi a listino per l'intera durata della Campagna

Inoltre è disposto:

-a promuovere nel proprio esercizio **iniziative parallele promozionali** di supporto alla campagna e di rilievo per i consumatori e per i media (quali, ad es. "happy hour" su vari prodotti/servizi, sconti, omaggi, ecc.). SI' ( ) NO ( )

*barrare con una X la risposta desiderata. Se SI' specificare le caratteristiche dell'iniziativa promozionale:*

.....

- a comunicare alla propria Associazione gli eventuali aumenti di prezzo di materie prime, di servizi, di gestione, ecc. che dovesse constatare durante l'intero periodo della Campagna

SI' ( ) NO ( )

*barrare con una X la risposta desiderata.*

In fede

Data,

Firma del titolare

-----