

supplemento a "Confcommercio Notizie"

In caso di mancato recapito inviare al CMP di Catania per la restituzione al mittente previo pagamento della relativa tariffa resi

impresa *informa*

Regaliamo siciliano



editoriale

**Catania
cantiere aperto**



inchiesta

**Ci auguriamo
un Natale
intelligente in cui
si spenda catanese**

capitani d'impresa

**Salvo
Stivala**



focus

**I commercianti
si preparano
ai saldi
Chi fa i veri affari
e chi non li fa**



L'Ente Bilaterale Terziario della provincia di Catania, è un organismo paritetico costituito nel 1997 dalle organizzazioni sindacali provinciali dei datori di lavoro e dei lavoratori, Ascom - Confcommercio

Filcams - Cgil
Fisascat - Cisl
Uiltucs - Uil,
sulla base di quanto stabilito dal CCNL del Terziario della Distribuzione e dei Servizi.

L'ente ha natura Giuridica di associazione non riconosciuta, e non persegue finalità di lucro.

Obiettivi:

Incentivare e promuovere studi e ricerche nel settore terziario, con riguardo alle analisi dei fabbisogni formativi, di promuovere iniziative in materia di formazione continua, formazione e riqualificazione professionale.

Sul versante operativo le azioni vengono individuate dalle parti sociali e avviate dall'Ente Bilaterale del Terziario, sia sulla base di proprie risorse sia ricorrendo all'apporto di professionalità esterne di Enti di Formazione, Centri di Ricerca, Centri Studi.

Servizi:

L'Ente ha provveduto alla organizzazione di diversi servizi posti in essere tramite apposite Commissioni Paritetiche al fine di fornire alle aziende la più sollecita definizione delle seguenti pratiche:

- Il tentativo di conciliazione delle controversie di lavoro, valido ai sensi della vigente norma di legge in materia, al fine di evitare il possibile ricorso all'azione giudiziaria.
- La Certificazione dei contratti di lavoro previsti dalla legge Biagi.
- Rilascio dei "pareri di conformità" in materia di apprendistato, previsto dal CCNL.
- Fondo di integrazione al reddito.

Attività Formativa

L'E.B.T. inoltre, provvede ad un'intensa attività formativa e di aggiornamento professionale, svolta nel territorio provinciale, con un cospicuo impegno di risorse per la realizzazione di Corsi relativi a diverse tematiche quali:

- Informazione e formazione in materia di sicurezza sul lavoro di cui al DL n. 626/94
- Aggiornamento professionale in materia di informatica, marketing, sistemi di vendita, lingua straniera, Microsoft, ecc....
- Formazione per la riqualificazione professionale.
- Formazione per specifici settori merceologici.

E.B.T.

Via Mandrà n.8
Sede operativa Via Mandrà n.13

Tel.095/3612336-mail: ebtcatania@iscat.it

Sedi delle organizzazioni

Ascom - CONFCOMMERCIO

Via Mandrà n.8, 95124 Catania
Tel. 095/351263 Fax. 366211

Filcams - CGIL

Via Stellata n.12, 95100 Catania
Tel. 095/317650 Fax. 314511

Fisascat - CISL

Via Crocifari n.55, 95100 Catania

Tel. 095/325120 Fax. 325120

Uiltucs - UIL

P.zza San Domenico n.30, 95100 Catania

Tel. 095/7153311 Fax. 316424

E.B.T.

Via Mandrà n.8
Sede operativa Via Mandrà n.13

Telefax 095/361156
Tel. 095/3612336-mail: ebtcatania@iscat.it



Ente Bilaterale Terziario

E' un organismo paritetico costituito nel 1997, costituito dalle Associazioni Sindacali dei datori di lavoro e dei lavoratori, dipendenti da aziende del Settore Commercio e Servizi.

sommario

in questo numero
dicembre 2007

- Pag. **6** *inchiesta*
Ci auguriamo un Natale intelligente
in cui si spenda "siciliano"
- Pag. **12** *capitani d'impresa*
Salvo Stivala / «Gli ingredienti
del mio successo» 
- Pag. **14** *sondaggio*
Consumi di Natale, dicembre
periodo "caldo" per gli acquisti
- Pag. **18** *associazioni*
Nuovaimpresa / Uno studio
sull'impresa in "rosa"
- Pag. **19** *associazioni*
ADO / Orafi, professionisti
in formazione continua
- Pag. **20** *associazioni*
SIB / Gestione integrata dei litorali
e stagione balneare tutto l'anno
- Pag. **22** *i quaderni*
Fisco / Possesso del Durc obbligatorio
per tutti i settori commerciali
- Pag. **26** *focus*
I commercianti si preparano ai saldi
Chi fa veri affari e chi no
- Pag. **28** *delgazioni*
Paternò, la nuova sede
come centro di sviluppo
- Pag. **32** *confnotizie*
Expò Mediterraneo si fa in "tre"
tra verde, abbigliamento e comunicazione
- Pag. **38** *hr / organizzazione*
Tuffarsi nel mondo del lavoro
imparando a gestire se stessi / 2
- Pag. **42** *l'esperto risponde*
Revoca del condono fiscale
- Pag. **43** *servizi Confcommercio*
Un'organizzazione a fianco degli associati

EDITORIALE

Catania cantiere aperto

“

Cantieri aperti da anni, campagne
anticontraffazione lanciate e mai
portate a termine, grandi opere
pubbliche programmate e lavori
mai avviati. E poi gli eclatanti
aumenti della Tarsu, "attentati"
alle tasche dei commercianti,
fortunatamente sventati.

Mentre l'amministrazione comunale
appare in "stato confusionale"
il Consiglio prova a "rattoppare"
i disastri creati dalla giunta

Quello che succede
nella nostra città è
sotto gli occhi di
tutti: da una parte
siamo in presenza
di decine e decine di cantieri,
dal centro alla periferia, e
questo sarebbe certamente un
fatto positivo se dopo anni e

(continua nella pagina seguente)

GERENZA

IMPRESA INFORMA
supplemento a
"Confcommercio Notizie"
periodico della
Confcommercio Catania

Reg. Trib. di Catania n. 28/96
Dicembre 2007

DIRETTORE RESPONSABILE
Pietro Agen

DIREZIONE E REDAZIONE
c/o Ass. Commercianti
Via Mandrà, 8 - Catania
tel. 095.351253
fax 095.356211

REALIZZAZIONE EDITORIALE
Blu Media
V.le Andrea Doria, 69
Catania - tel. 095.447250

PROGETTAZIONE TESTATA
Signorelli&Partners
V.le Andrea Doria, 69 - Catania

STAMPA
Postel S.p.A.
Via Massaia 31
00154 Roma

TIRATURA
15.000 copie

editoriale



(segue dalla pagina precedente)

anni, almeno uno si completasse, parliamo, per intenderci, del Corso Italia, come della Circonvallazione, di Viale Mario Rapisardi come di San Giovanni Galermo, di Piazza Europa come di Via Acquicella, d'altra parte assistiamo ad un estemporaneo susseguirsi di pseudo-iniziativa che sembrano mirate più a distogliere l'attenzione dell'opinione pubblica e a garantire un minimo di visibilità ai singoli assessori che a produrre reali risultati.

Quello che però stupisce di più è la assoluta, totale mancanza di programmazione e di continuità di azione.

Al lunedì si lancia la campagna per la lotta alla contraffazione e al martedì le strade sono piene di venditori abusivi di Cd contraffatti, al mercoledì si parla di rilancio dell'immagine tu-

“ Decine di cantieri attraversano la città non solo in centro ma anche in periferia. Un fatto certamente positivo. Meglio sarebbe però se dopo anni di lavori almeno uno venisse completato



ristica della città e al giovedì un assessore riempie il mondo del fatto che le nostre più belle opere e collezioni sono scomparse, al venerdì si annuncia l'apertura dei nuovi parcheggi scambiatori che al sabato tutti vedono tristemente deserti.

Alla domenica, normalmente ci si riposa ma fortunatamente a Catania il consiglio comunale opera per bloccare le folle dell'amministrazione e la recente vicenda della Tarsu ne è un esempio eclatante: per chi non ne fosse informato la giunta aveva pensato bene di aumentare in modo abnorme le tariffe per la raccolta dei rifiuti urbani alla categoria imprenditoriale, poi grazie alla battaglia intrapresa dalla Confcommercio Catania e alla lungimiranza dei consiglieri comunali abbiamo avuto l'auspicato ribaltone!!

M.d.m.

IL PATRONATO ENASCO

Da 38 ANNI AL SERVIZIO DEI CITTADINI



Il "SISTEMA ENASCO", si è posto come obiettivo quello di realizzare un complesso di servizi in grado di offrire a tutti i cittadini un aiuto valido, qualificato e **gratuito** in tutti gli adempimenti, spesso difficili e complessi, necessari per ottenere varie prestazioni previdenziali ed assistenziali nonché per adempiere agli obblighi delle dichiarazioni fiscali.

L'attività del Patronato consiste nello svolgimento, per conto degli assistiti di qualunque categoria, di tutte le pratiche necessarie per ottenere le prestazioni erogate dagli enti previdenziali e assistenziali (inps, inail, ecc.).

L'assistenza del Patronato viene fornita a livello amministrativo, legale e medico-legale.

L'Ente, che è collegato via internet con gli enti previdenziali, offre la propria assistenza prima e durante l'iter burocratico di tutte le pratiche relative a:

- ***pensione di vecchiaia, anzianità, inabilità, ai superstiti e pensione in convenzione internazionale;**
- ***assegno di invalidità;**
- ***servizi per gli invalidi civili: riconoscimento qualifica, assegno, pensione ed indennità di accompagnamento,**
- ***supplemento, ricostituzione e riliquidazione della pensione;**
- ***assegno sociale;**
- ***prosecuzione volontaria;**
- ***verifica ed aggiornamento della posizione assicurativa;**
- ***pratiche ENASARCO;**

I SERVIZI SONO COMPLETAMENTE GRATUITI

CAAF 50&PIU'

Si occupa delle attività fiscali e di quelle previdenziali con queste connesse, in convenzione con INPS e Ministero delle Finanze. Le principali attività sono: 730, ISEE e RED.

ISEE: Il CAAF è a disposizione di chiunque lo richieda per la compilazione della dichiarazione sostitutiva unica, l'emissione della certificazione, il calcolo dell'ISEE e la trasmissione alla banca dati dell'INPS.

RED: l'Inps richiede annualmente ai pensionati di dichiarare i propri redditi ai fini del controllo del diritto ai minimi pensionistici e delle maggiorazioni sociali, degli assegni familiari e dell'aumento dell'importo della pensione minima.

Il CAAF è a disposizione per:

- * compilare insieme al pensionato l'apposito modello reddituale (red);
- * trasmettere la dichiarazione all'istituto senza ulteriori incombenze.

I SERVIZI SONO COMPLETAMENTE GRATUITI

730: il CAAF è a disposizione di pensionati e lavoratori dipendenti per assisterli nella presentazione del modello 730. Il servizio è garantito dalla competenza del nostro personale e dalla copertura di apposita polizza assicurativa.

ANCHE QUESTO SERVIZIO È GRATUITO

ATTENZIONE!

IL C.A.A.F. 50&PIU' poi, tramite una società convenzionata, assiste i contribuenti che non fossero in grado di compilare il modello 730, fornendo la necessaria consulenza.

ICI: oltre alla dichiarazione 730 è possibile ottenere i bollettini per il pagamento dell'ICI nonché, se occorresse, la compilazione della dichiarazione.

Questi ultimi servizi sono erogati dietro pagamento di un modesto corrispettivo.

Per avere poi gli indirizzi ed i numeri di telefono delle delegazioni comunali e di quartiere a Voi più vicine potete telefonare ai numeri di seguito indicati:

Ufficio Provinciale

Via Mandrà n. 8 (trav. 187 V/c M. Rapisardi)
Tel. 095/7313287 - 095/239495 Fax 095/7313287

Sito Internet www.enasco.it
E-MAIL enascococt@enasco.it

ORARIO DI RICEVIMENTO: L-M-ME-G-V- ore 8.30-13.30
L-ME-V anche ore 15.00-17.00

inchiesta



«Ci auguriamo un Natale intelligente in cui si spenda "siciliano"»

“

Le previsioni parlano di un periodo "magro", il vicepresidente della Confcommercio Pietro Agen suggerisce spese oculate e l'acquisto di prodotti tipici per dare un aiuto all'economia locale

”

«**M**i auguro che sia un Natale intelligente. Un Natale in cui la gente sappia spendere bene e soprattutto compri "siciliano", anzi catanese». È questo l'invito del vicepresidente di Confcommercio Catania, Pietro Agen.

«Mi rivolgo soprattutto alle aziende, che fanno regali natalizi, invitandole a scegliere "made in Sicily", non capisco, infatti, perché si debbano regalare formaggi della Valtellina, salumi emiliani invece delle nostre produzioni tipiche, che, tra l'altro, sono anche più utili. Basti pensare a quanti prodotti contenuti nelle ceste spesso scadono senza essere mai stati utilizzati, perché in fondo si tratta di specialità che non siamo abituati a consumare. Se invece, per le Feste, regalassimo i molti prodotti di eccellenza che ha la Sicilia, ad esempio la nostra crema di pistacchio,

“

Pietro Agen:

«Invito le aziende che fanno regali natalizi a scegliere "made in Sicily" Non capisco perché si debbano donare formaggi della Valtellina o salumi emiliani invece delle produzioni tipiche locali»

favoriremmo le nostre produzioni, facendo anche regali graditissimi. Tutto questo non richiede grossi sforzi economici ma, darebbe un respiro maggiore alla nostra economia».

Insomma, l'augurio è che il Natale 2007 sia veramente un momento di crescita per le aziende e di spesa "oculata" per i consumatori. Auguri, speranze e previsioni che a breve saranno convalidati o smentiti dai dati reali.

A proposito di previsioni, proprio in questi giorni l'Ufficio Studi Confcommercio ha pubblicato le prime analisi sui consumi delle prossime festività.

Secondo le stime, nonostante l'aumento delle spese fisse e delle tasse, le famiglie italiane non rinunceranno ai regali, che rimangono sostanzialmente deboli ma in linea con gli anni scorsi.

Anche se a fine anno la crescita dei con-

sumi si attesterà appena all'1,6% e quella del Pil all'1,7%, le spese di Natale non risentono massicciamente del ciclo economico di bassa crescita.

In particolare, rispetto al Natale 2006 aumenta l'acquisto di prodotti tecnologici (+0,5%) e alimentari (+0,4%), mentre sono in calo libri (-0,6%) e abbigliamento, calzature e pelletteria (-0,1%).

Crescono le spese fisse come affitti, mutui e bollette (la quota sul totale dei consumi è passata, dal '70 a oggi, dal 20% al 28%) e la spesa media aggiuntiva di una famiglia, grazie alla "tredicesima", è pari a 750 euro. L'effetto Natale, ovvero i maggiori consumi effettuati nel mese di dicembre nei negozi, grandi superfici distributive e centri commerciali, è quantificato in quasi 18 miliardi di euro.

Ma cosa acquisteranno le famiglie italiane? Le spese si concentreranno per oltre il 40% sui prodotti alimentari, in tenue aumento rispetto al 2006, mentre meno del 13% sarà assorbito da abbigliamento, calzature e pelletteria. Il restante 46%, circa, si ripartirà tra articoli di arredamento, prodotti di profumeria, libri e abbonamenti a riviste, giochi e giocattoli, solo per citare i più importanti.

Analizzando le singole voci merceologiche si riscontrano alcune differenze rispetto allo scorso Natale, con spostamenti, sebbene in alcuni casi marginali, della quota di ciascuna voce rispetto al totale della spesa.

Questo aspetto appare spiegabile con il fatto che sulle intenzioni di spesa pesano in modo determinante le politiche di prezzo delle imprese commerciali mediante un'offerta di servizio più ricca e più orientata a cogliere i mutamenti di gusti, preferenze e necessità dei consumatori-clienti. Ciò sarà possibile certamente nel comparto degli elettrodomestici, dell'elettronica di consumo, dell'hardware telefonico e per l'informatica, dell'audio-video e dell'home-theatre, che da sempre rappresentano i settori dove si concentra un picco di domanda in corrispondenza del periodo natalizio.

La gamma dei prodotti è vastissima e presenta strutturalmente flessioni del prezzo per effetto dell'innovazione tecnologica continua.

Anche nell'alimentare si registra un'attenzione crescente delle imprese agli aspetti a cui il consumatore è più sensibile: rapporto qualità/prezzo.

Sulle prospettive di altri comparti, come l'abbigliamento e le calzature, i prodotti per la cura della persona, libri e giocatto-



li, si manterranno probabilmente inalterate le tendenze degli ultimi anni.

«Per quanto riguarda le previsioni di spesa a livello locale, o meglio provinciale - sostiene il vicepresidente Agen - credo che da noi proseguirà la corsa all'elettronica. Forse in maniera leggermente più "calma", ma questo è sicuramente un mercato che "tiene". Inoltre sono convinto che quest'anno ci sarà una ripresa nel settore dell'abbigliamento, visto che le famiglie, a causa delle spese fisse e degli aumenti si sono trattenute durante l'anno e il Natale sarà il momento per concedersi qualche capriccio: purtroppo oggi, anche i capi d'abbigliamento rientrano in questo ambito! Regalare vestiti per Natale è comunque indice della crisi economica in corso».

Insomma, previsioni abbastanza in linea con i dati nazionali.

Ma c'è, veramente da aspettarsi un Natale magro?

«La nostra provincia - spiega Agen - è in qualche modo lo specchio della Penisola. Siamo più deboli del Nord quindi una piccola crisi, per noi diventa gigantesca. Ma la cosa da sotto-

continua nella pagina seguente

GLI ACQUISTI SETTORE PER SETTORE

Alimentare

Dopo diversi mesi di stagnazione, l'acquisto di prodotti alimentari non registrerà un'evoluzione brillante. Ci sarà da parte del consumatore una spesa molto attenta, frutto di un confronto tra migliori prezzi e opportunità, una spesa concentrata all'ultimo minuto. Sono sempre più apprezzati i classici pacchi alimentari, in particolare è aumentata la ricerca per i prodotti agroalimentari locali. I tipici prodotti natalizi, invece, potranno riscontrare un calo di appeal, essendo ormai venduti per oltre il 90% in offerta promozionale e di conseguenza difficilmente utilizzabili per il classico scambio di doni. Sul fronte dei prezzi vi è una sostanziale stabilità.

Gioielleria

Le imprese del settore prevedono un incremento delle vendite nonostante il calo di ottimismo tra i consumatori e le quotazioni da record. Le preferenze del pubblico andranno verso oggetti di tendenza e moda dal costo relativamente basso e spesso realizzati con materiali alternativi: orecchini lunghi con pendenti e bracciali con ciondoli saranno i "bestseller" delle festività. Un non più timido segnale di ripresa interesserà la fascia più alta dove si riscontra un ritorno alla gioielleria intesa come pezzo unico. L'oro bianco continua a farla da padrone, soprattutto accompagnato dai brillanti, ma anche le perle. Bene anche rubini, zaffiri, smeraldi, topazi e acquamarine.

Elettrodomestici

Le imprese si aspettano che il consumatore risponda confermando, per quanto riguarda gli acquisti, il trend dello scorso anno. L'attenzione sarà rivolta soprattutto verso l'acquisto di cellulari Umts, console per videogiochi di ultima generazione, apparecchi fotografici, lettori mp3, ipod, navigatori satellitari e tv a schermo piatto. Nel settore degli elettrodomestici saranno i prodotti di medio/basso valore a costituire la maggiore attrattiva. Non essendoci prodotti-novità tra i piccoli elettrodomestici, i consumatori si indirizzeranno più verso rasoi, macchine per il caffè, apparecchi per la cottura dei cibi. Insomma prodotti sotto i 50 euro.

Abbigliamento

La sostanziale stagnazione che ha contraddistinto anche nel corso del 2007 la spesa delle famiglie per il tessile-abbigliamento, lascia presagire che nel corso delle festività natalizie l'andamento dei consumi per questo settore registrerà risultati poco confortanti. Prevarrà un modello di consumo prudente che farà un maggior ricorso all'acquisto di capi di abbigliamento di costo medio-basso e accessori (pullover, sciarpe, cravatte, cinte, guanti, portafogli). I capi di abbigliamento più importanti registreranno una stabilità nelle vendite perché le famiglie ritengono più conveniente attendere il periodo dei saldi per l'acquisto di tali prodotti.

Viaggi

Di fronte ad un aumento dei costi relativi alla gestione della casa e della famiglia, a rimetterci sono sempre le spese voluttuarie e in particolare modo i viaggi. E la tendenza delle famiglie per le vacanze di Natale, infatti, è quella di una vacanza a basso costo o a una totale rinuncia al viaggio. Per quanti potranno permetterselo, comunque, le agenzie di viaggio registrano una grande affluenza per le crociere. Stabili le richieste per la montagna italianae per le capitali europee e il turismo di prossimità, ovvero quelle vacanze da consumare non lontani da casa.

Fonte: Ufficio Studi Confcommercio

inchiesta

IN LIBRERIA

Francesca Mignemi: «La gente non sceglie più la qualità»

«Mi auguro un buon Natale, ma non mi aspetto un Natale scintillante». È ottimista nello spirito, un po' meno nelle previsioni di vendita, Francesca Mignemi, proprietaria della libreria Megastorie di Catania "nel campo" ormai da quasi otto anni.

«L'anno scorso è stato un vero disastro commerciale e l'andamento dei mesi di ottobre e novembre di quest'anno sembra confermare un calo di vendite nel settore. Di solito è proprio in questo periodo che si registra il periodo di massimo consumo, perché la gente va in giro per iniziare a farsi un'idea dei regali da acquistare a Natale per amici e parenti. L'anno scorso il mal tempo tirò un brut-

to scherzo a tutti i commercianti del centro, quest'anno ci auguriamo che non accada la stessa cosa, ma sembra che la gente si sia fermata a Viagrande!». In che senso? «La proliferazione dei grandi centri commerciali nella zona pedemontana fa sì che le persone preferiscano fare compere nei centri della grande distribuzione, dove, con figli e famiglia al seguito, fanno il tour completo dello shopping center, senza curarsi però troppo (almeno così sembra) della qualità». E già, la qualità: è questa la discriminante secondo Francesca Mignemi che dovrebbe guidare negli acquisti "ragionati" di Natale (e non solo): «Rivolgersi a una libreria in cui il



personale è specializzato, ha seguito corsi di formazione mirati proprio per poter guidare i potenziali lettori nella scelta di prodotti adeguati ad ognuno dovrebbe essere all'ordine del giorno, soprattutto nel settore della cultura». Eppure anche le librerie provano ad adeguarsi offrendo, oltre ai libri, anche i cosiddetti prodotti collaterali (come oggetti di design o originali gadget per i bambini), scelti con gusto e raffinatezza e invece... «E invece la gente preferisce adeguarsi, andare tutti nella stessa direzione, perdendo di vista la qualità. È come se non si avesse più un termine di paragone».

Irene Ali

GIOVANNI FERLITO ANALIZZA IL SETTORE ELETTRODOMESTICI ED ELETTRONICA

«Margini ridottissimi, in tre giorni ci giochiamo un anno»

Che Natale sarà per i commercianti catanesi? Come sono cambiati gli acquisti dei clienti? Quali cause hanno determinato questi cambiamenti? Per gli esercenti etnei è arrivato il momento cruciale dell'intera stagione, quello in cui trarre il bilancio di un anno di lavoro e gettare le fondamenta per il prossimo.

Giovanni Ferlito, titolare di una delle più importanti realtà commerciali del territorio etneo nel ramo di elettrodomestici ed elettronica, spiega che la tendenza del cliente medio negli acquisti «è sicuramente cambiata rispetto a una decina di anni fa. Chiamamente parlo per quello che è il mio settore. Una volta il Natale, come periodo di vendita, durava di più e aveva un andamento diverso rispetto alla tendenza che si è instaurata e consolidata negli ultimi cinque-sei anni: la gente cominciava a cercare i regali e ad acquistarli già subito dopo l'Immacolata. Il periodo di grandi vendite si spalmava in un arco di tempo più ampio che ci consentiva di lavorare meglio e servire meglio il cliente». «Oggi - prosegue Ferlito - il Natale, come periodo commerciale, si è ridotto a soli quattro giorni. È un problema di tempo e denaro. Ormai è necessario fare un distinguo tra l'acquisto importante e l'acquisto d'impulso. La società è cambiata, la gente corre sempre, arriva in negozio ad orari impensabili, se c'è un minimo intoppo comincia a brontolare, questo è sicuramente uno specchio dei tempi».

Da Ferlito anche una nota positiva: «Quello del 2007 dovrebbe essere un "buon Natale". Con la domenica che cade il 23, la gente andrà in vacanza da venerdì 21. Quindi 22, 23 e 24 dicembre saranno tre giorni "esplosivi", durante i quali si potrebbe realizzare il fatturato di un intero anno, e questo vale per la piccola bottega ma

anche per il grande negozio».

È cambiato anche il modo di acquistare, non solo il tempo. «L'acquisto "importante" oggi non si fa più esclusivamente a Natale - spiega Ferlito - ma al momento giusto, cioè quando è in atto qualche particolare promozione. I commercianti siamo ormai avvezzi a lavorare con il "credito a consumo". Ovunque si vedono offerte di ogni tipo: compri oggi e paghi tra un anno, tasso zero, rate di ogni genere. Di fatto siamo noi che finanziamo il cliente per l'acquisto dell'oggetto importante. Dico questo perché una campagna "sottocosto" è davvero effettuata vendendo sottocosto; una campagna "tasso zero" oggi è realmente a tasso zero per il cliente: se l'offerta prevede un oggetto a mille euro in dieci mesi a tasso zero, significa che l'acquirente pagherà realmente 100 euro al mese e nulla più, a parte l'imposta di bollo, prevista dalla legge. Se prima c'erano le cosiddette spese di istruzione pratica, oggi noi ci accolliamo anche queste. Un semplicissimo conteggio di quanto costa finanziare un tasso zero potrebbe far capire che i nostri margini sono ridottissimi, specie nell'elettronica dove i prodotti di largo consumo hanno margini sempre più bassi».

«E comunque - prosegue Ferlito i ricavi sono riscati per tutti, specie a Catania, dove si assiste ad un proliferare di esercizi commerciali, centri commerciali e altro: il prodotto invece resta uguale per tutti quindi i margini calano e si può solo cercare di superare la concorrenza offrendo al cliente un servizio migliore». «E per fare questo - conclude Ferlito - nel periodo di Natale possiamo soltanto cercare di addebbare il negozio nella maniera più attraente possibile».

Valerio Ferrari

lineare è che i fattori determinanti la crisi sono soprattutto gli aumenti dei beni essenziali e dei carburanti. Non siamo di fronte alla "classica" svalutazione, ormai registriamo il 40% in più sul carburante e questi rincari colpiscono tutti dalle classi più deboli ai benestanti. Inoltre stiamo assistendo a uno stato di indebitamento delle famiglie italiane pesantissimo che non è solo la tanto declamata crisi dei mutui. Quasi tutto si compra a rate, le famiglie si indebitano per acquistare e, paradossalmente, i settori dove sono possibili pagamenti dilazionati sono quelli che tengono meglio sul mercato. Insomma i consumatori hanno bisogno di comprare e se hanno la possibilità di pagare a rate s'indebitano, è vero, ma spendono. Ecco perché in passato sono addirittura arrivati a proporre anche alle aziende del settore abbigliamento di permettere l'acquisto a rate».

Ma perché la gente spende meno? È colpa dell'euro, dell'inflazione, dei rincari?

«Luce, acqua, telefono, rifiuti, abbonamenti. In questo modo se ne va via metà di uno stipendio "normale", ecco perché il carrello medio delle spesa diminuisce, bloccando, di conseguenza, anche la crescita della grande distribuzione, quella legata a un acquisto grosso. La gente preferisce comprare il necessario a piccole dosi, siamo di fronte a una controtendenza: riaprono i piccoli negozi alimentari e riescono a sopravvivere. Questo ci deve far riflettere, significa che si ricomincia a fare i conti in tasca e che non si è più disposti a fare 15 chilometri per raggiungere un ipermercato se non si ha a disposizione una somma cospicua da spende-

re».

Ma tornando al Natale e ai consigli, qual è il suggerimento per un acquisto oculato?

«Ai consumatori consiglio di comprare presto - suggerisce Agen -. L'errore da evitare è quello di girare per quattro settimane e poi acquistare all'ultimo momento, quando le offerte sono finite e si entra in uno stato di fretta e confusione. Occorre quindi dare un'occhiata veloce alle vetrine, ma comprare non appena s'incontra quello che convince. Insomma fare acquisti intelligenti, così come per le partenze. Vorrei sottolineare una lamentela nei confronti dell'amministrazione: la mancanza di atmosfera natalizia. All'estero ci sono addobbi natalizi già a ottobre, mentre qui da noi il Natale si "sente" solo a pochi giorni dalla Vigilia: ci dovrebbero essere luci e addobbi già dai primi giorni di dicembre, questo stimolerebbe gli acquisti».

Dal consumatore al venditore. Cosa devono fare, invece, i piccoli commercianti per affrontare bene il periodo? Come devono organizzarsi?

«In linea generale, durante tutto l'anno, devono fare quello che stanno già facendo - continua Agen - avere il coraggio di lavorare con margini ridotti e in qualche



modo puntare alla massima flessibilità, ovvero tenere i propri esercizi aperti anche negli orari più strani, in modo da conquistarsi fette di mercato "particolari". Un po' come succede in America, dove proprio la piccola distribuzione sta rivivendo un periodo florido. Insomma lo spazio per il piccolo-medio commerciante c'è. Il problema è che occorre essere disposti a un certo sacrificio. Certo è anche vero che qui in Sicilia i negozianti sono ancora più penalizzati che altrove, perché le nostre aziende subiscono una tassazione unica nel mondo. La situazione è assurda sembra quasi che il Centro-Sinistra e il Centro-Destra

continua nella pagina seguente

IN GIOIELLERIA

Marina Rapisarda: «In azienda le scelte sono "ragionate"»

«È finito il tempo dei pensierini di Natale scelti all'ultimo minuto. Ormai la gente è previdente». Esordisce così Marina Rapisarda, titolare dell'omonima gioielleria di Catania, salvo spiegare poi che le scelte "ragionate" si riferiscono soprattutto ai regali "aziendali", quelli scelti a tavolino e con largo anticipo (già a fine novembre), liste alla mano per evitare i doppioni e indirizzati a dipendenti, colleghi e professionisti. Scelti in genere dallo stesso titolare dell'azienda, magari con l'aiuto di una fidata segretaria, i regali vanno consegnati



I fratelli Francesco, Marina e Nino Rapisarda

al massimo entro la metà del mese di dicembre. Ecco perché si può dire che la corsa sia già iniziata ed è per questo che si comincia già a lavorare

anche all'ora di pranzo, per favorire i clienti che così possono scegliere con più calma.

Banditi i classici "simboli di Natale" (alberelli, presepi, oggetti in argento) si punta di più al cadeaux con un vincolo di spesa meno ristretto rispetto al passato: il budget va dai 100-150 euro per i dipendenti, ai 400-500 euro per i regali più consistenti ai professionisti di fiducia, «ma c'è chi spende anche 1000 euro per l'amico professionista». In questi casi, in genere, i clienti si lasciano consigliare nella scelta: demodè e anche un po' "borghesi" gli oggetti in argento, sono stati decisamente sostituiti (con un notevole salto di qualità dal punto di vista della raffinatezza) dalla cristalleria oppure da fini porcellane».

I brillanti rimangono però la scelta preferita per i regali personali (quelli si acquistati all'ultimo minuto!), quelli "importanti" dedicati ai familiari. «È proprio il periodo natalizio quello in cui, soprattutto gli uomini, non badano a spese. Le donne invece - scherza Rapisarda - spendono volentieri tutto l'anno». Insomma la vera novità è il classico: c'è un ritorno del diamante solitario, che grazie alla convenienza dell'euro sul dollaro consente di acquistare risparmiando un po', novità (per così dire) di quest'anno sono poi le pietre colorate come lo smeraldo, il rubino, lo zaffiro.

Sarà a causa dell'euro o a causa del cambiamento dei costumi, ma il pensierino di Natale (quello sotto i 50 euro, insomma) non si compra più in gioielleria. (I.A.)

IN PELLICCERIA, ALESSANDRO TROVATO

«Il "suicidio" degli sconti dopo Natale»

«Il Natale è già cambiato, in peggio purtroppo. Dovrebbe essere una festa che riunisce le famiglie, invece è diventato solo un'occasione per spendere. Ma visto che denaro ne circola sempre meno, non si sa più neanche cosa sia diventato»

Idee molto chiare, anche controcorrente, e apparentemente rivolte contro i suoi stessi interessi, Alessandro Trovato, che da molti anni gestisce con successo i suoi negozi "Fortini & Rossetti", calzature e pellicceria, chiarisce il suo pensiero: «Si assiste a episodi ormai fuori controllo: negozi aperti la domenica, orari di apertura al pubblico dilatati all'inverosimile, una frenesia poco produttiva. No, è un sistema che non mi piace e che riflette tutti i problemi sociali, la decadenza di valori che la cronaca riporta giorno per giorno».

Le festività natalizie costituiscono comunque una particolare occasione, per effettuare una spesa "importante",

per togliersi un capriccio. «Natale - spiega Trovato - dura pochissimo, almeno dal punto di vista commerciale, anche perché c'è il "suicidio" degli sconti, dei saldi maldestramente posizionati immediatamente dopo l'Epifania. Mi spieghino per quale motivo si dovrebbe comprare un capo a prezzo pieno tra il 20 ed il 24 dicembre se già il 7 gennaio si può usufruire degli sconti. Io ho ufficialmente chiesto alla nostra associazione di categoria che la stagione degli sconti parta soltanto ai primi di febbraio».

Ma Natale resta sempre Natale, specie per un elegante negozio del centro. «La nostra politica è rimasta immutata negli anni perché ha dato i suoi frutti. Noi dedichiamo la nostra vetrina più bella, quella principale, ai bambini. La addobbiamo senza pensare che in un'altra maniera potrebbe farci vendere un capo in più, ma con lo scopo di mostrare ai passanti qualcosa di bello». (V.F.)



inchiesta

FAMIGLIE

La tredicesima: dimensioni, conto e utilizzo

Il mese di dicembre, tradizionalmente, offre agli oltre 18 milioni di famiglie, che vive di reddito da lavoro dipendente e di pensione - pari a poco meno del 77% dei quasi 24 milioni totali - la possibilità di un reddito aggiuntivo rappresentato dalla "tredicesima", che determina una sorta di picco stagionale nella spesa e quindi nei consumi, proprio perché una parte degli acquisti vengono rinviati alla fine dell'anno e realizzati attraverso questo maggior reddito disponibile, utilizzato anche per rispettare la tradizione natalizia dei doni.

Nel prossimo Natale, per oltre tre quarti delle famiglie italiane, le "tredicesime" al lordo delle imposte ammontano a circa 51 miliardi di euro (il 2,9% in più del 2006). Tuttavia, a causa del maggior prelievo fiscale determinato dal fatto che questa forma di retribuzione differita è soggetta al solo prelievo Irpef, ma non beneficia dei meccanismi di deduzioni e detrazioni, né della corresponsione degli assegni familiari, relativi generalmente agli scaglioni di redditi medi e medio-bassi, ne consegue una minore disponibilità in termini di reddito netto.

Dell'ammontare complessivo, quindi, depurato del prelievo fiscale, solo una piccola parte, e cioè circa 13,8 miliardi di euro, verrà destinata agli acquisti dalla rete della distribuzione commerciale, un importo pressoché simile a quello del 2006.

Nell'insieme, l'«effetto Natale» in termini di maggiori acquisti complessivi nei negozi, grandi superfici distributive e centri commerciali raggiungerà un livello pari a poco meno di 18 miliardi di euro, poiché si deve considerare anche il flusso di acquisti proveniente dalle famiglie con redditi da lavoro autonomo e attività professionali. In pratica, ai circa 13,8 miliardi di euro che si prevede verranno spesi da famiglie di dirigenti, impiegati, operai e pensionati, si devono aggiungere altri 4,1 miliardi circa per famiglie di lavoratori autonomi e professionisti. Sarà complessivamente un «effetto Natale» in tono minore, non dissimile da quello dell'anno precedente.

Rapportando i circa 18 mld di euro di maggiori acquisti al numero di famiglie e sommandolo a quello medio mensile che può considerarsi "normale", ogni famiglia italiana (ovviamente si tratta di dati medi) spenderà nel mese di dicembre 2007 per l'acquisto di soli beni dalla rete distributiva 2.039 euro con una maggiore disponibilità di quasi 750 euro rispetto alla sua spesa media in qualunque altro mese dell'anno. A titolo puramente esemplificativo, se si moltiplicano i 2.039 euro a famiglia, per i quasi 24 milioni di famiglie italiane, si ottengono circa 48,8 miliardi di euro spesi complessivamente in dicembre negli esercizi commerciali. La differenza rispetto ai poco meno di 31 miliardi di euro - spesi nelle strutture della distribuzione commerciale per l'acquisto di soli beni, in un qua-



lunche mese dell'anno - è rappresentata proprio dai quasi 18 miliardi di euro connessi ai maggiori consumi tipici delle festività natalizie.

Nell'attuale fase, tutti gli indicatori congiunturali evidenziano una situazione di sostanziale debolezza dell'economia, che sembra aver assunto caratteristiche strutturali di modesta crescita, consumi stagnanti e aspettative ispirate a comportamenti di spesa decisamente prudentiali.

E' evidente che nelle prossime settimane, a ridosso delle festività natalizie, potrebbe verificarsi anche un effetto "consolatorio" che spingerebbe le famiglie a concedersi qualche spesa in più, con un piccolo strappo alla regola, ma pur sempre all'interno di un clima non particolarmente brillante.

Dai quasi 51 miliardi di euro percepiti, sotto forma di "tredicesima", nel 2007 come retribuzioni da lavoro dipendente e pensioni, vanno anzitutto sottratti gli importi corrispondenti al prelievo tributario e contributivo, stimabile in poco più di 14 miliardi di euro. Le "tredicesime" al netto di imposte e contributi, che risultano effettivamente disponibili per le famiglie ammontano, pertanto, a circa 36,6 miliardi di euro.

Una parte di questo reddito aggiuntivo, cioè circa 11,8 miliardi di euro, verrà destinata a risparmio, considerando che sulla base di una evidenza empirica consolidata, le famiglie esibiscono una propensione marginale al risparmio di lungo periodo, come rapporto tra reddito non consumato e reddito disponibile stesso, superiore al 30%. All'interno di questo ammontare sono ricompresi anche gli accantonamenti per pagamenti rateali in corso e/o altre scadenze periodiche.

I circa 24,7 miliardi di euro rimanenti, si ripartiranno tra spese per gli acquisti presso i negozi (poco meno di 14 miliardi di euro), viaggi, vacanze e cenoni fuori casa (intorno ai 3,4 miliardi di euro) e per fronteggiare spese una tantum di varia natura, tra le quali il pagamento della tassa di proprietà sui veicoli, il canone radio-Tv e altre forme di imprevisti (circa 7,5 miliardi).

Fonte: Ufficio Studi Confcommercio



siano d'accordo solo sulle tasse. Ad ogni modo, i commercianti devono riuscire a combattere l'inefficienza. Questo significa saper progettare e lavorare sul lungo termine. L'economia locale risente, di sicuro, anche dalla crisi della viabilità e dall'assenza di parcheggi. Lo stato del nostro sistema viario incide enormemente: l'acquirente non sa dove e quando comprare. Il sistema ha fallito su tutti i fronti: anche le strisce blu sono diventate una vera e propria imposta e in qualche modo, si è favorito chi non ha un garage e usa il suolo pubblico per la propria auto. Se poi aggiungiamo i blocchi decisi dalla magistratura per i parcheggi in costruzione il quadro è completo. Se posso permettermi di esprimere un desiderio per queste festività natalizie vorrei che a San Berillo e al Viale Libertà, fossero costruiti i parcheggi sotterranei, in modo da ripristinare una viabilità razionale che aiuta, di sicuro, l'economia locale ma, anche e soprattutto, ad accrescere vivibilità della nostra città».

Maria Enza Giannetto

**Ti serve un Finanziamento a tasso agevolato?
Vuoi fare un investimento che accresca
la capacità produttiva della Tua Impresa?
Vuoi ridurre al minimo il tasso di interesse
sulla Tua scoperta?
Vuoi acquistare l'immobile della Tua Azienda?**



**È LA RISPOSTA AI TUOI PROBLEMI
Finanziamenti fino a 500.000 euro
a tasso agevolato del**

EURIBOR A TRE MESI

+ 1,50%

**con abbattimento previsto
dal contributo regionale L.R. 11/2005**

**L'iscrizione alla nostra cooperativa costa 103,00 euro di cui 25,00
rimborsabili all'estinzione del credito.**

Dal 1979 a difesa dell'imprenditoria.

Gli Istituti Bancari convenzionati:



capitani d'impresa

«Gli ingredienti del mio successo? Energia, perseveranza e razionalità»

“

Salvo Stivala è un uomo d'azione, diretto e determinato, che ha fondato la sua filosofia di vita su tre parole chiave: cuore, carattere e cervello

”

Salvo Stivala è un uomo d'azione, non di pensiero. Determinato, diretto, uno che corre incontro alla vita, agli eventi con la certezza di riuscire a risolvere le contraddizioni e trovare una soluzione.

Un uomo che impone le regole prima a se stesso e poi agli altri. Che s'infiamma facilmente ma che con la stessa velocità "sbolle", senza mai portare rancore. Capace di distruggere in un attimo tutto, preso da furiosi ardori, per poi dimenticare in un istante.

Senza mezze misure, senza molta pazienza: da vero Ariete qual è. Pieno di coraggio e energia, dinamico e grintoso. Uno che crede che la vita vada vissuta sempre con entusiasmo, poco propenso ad abbattimenti e depressioni, più incline ad accettare e comprendere, facendosi una ragione delle cose che accadono.

In quarant'anni di lavoro, dei quali ventotto passati sotto il marchio Alfa Romeo, ha sempre proceduto per una via diretta, portando avanti le regole, prima di tutte la professionalità. Un must che non dimentica, che ha respirato per anni, da una grande scuola. Insieme alla sua personale linea di lealtà e correttezza. Schietto e appassionato ha gestito per anni, da dirigente, un'azienda ma sempre con l'animo dell'imprenditore, pensando come in prima persona, rischiando e tutelando gli interessi. E il suo passato non lo dimentica, ne sono testimonianza le foto alle pareti del suo studio, dove il marchio rosso dell'Alfa Romeo si alterna alle campagne pubblicitarie Honda, suo nuovo progetto imprenditoriale, alle foto di famiglia, dei figli Elio, Laura e dei nipotini, ai trofei di tonni e aguglie imperiali conquistati con la sua passione per il mare e la pesca d'altura.

Il suo primo progetto comincia nel 1995, dopo la fine del rapporto con l'Alfa Romeo e dopo una pausa di riflessione. Così decide di creare un'azienda sua, sana e



Salvo Stivala

“

Dinamico e grintoso
in 40 anni di lavoro

**l'imprenditore ha sempre
portato avanti le sue
regole, prima di tutte
la professionalità assieme
alla lealtà e correttezza**

proficua, per poter vivere bene. Ed è un progetto di successo, prendendo un marchio all'epoca di bassa performance come Honda e portandolo ai risultati attuali.

Nella sua vita il lavoro ha sempre avuto un posto privilegiato, ma sono gli affetti a prevalere. E nel suo pudore, da uomo diretto, poco incline alle smancerie, si cela invece un duro dal cuore tenero, fatto sempre d'azioni e gesti più che di parole. La sua fortuna - come ammette lui stesso - è stata avere accanto la moglie Salvina (che lui chiama bonariamente con il co-

gnome da ragazza) che lo ha seguito, ma soprattutto consigliato, con discrezione, mai imponendo ma suggerendo.

Sarà per questo che per lui le parole da non dimenticare sono: cuore, carattere e cervello. Esattamente in questo ordine, ovvero l'energia della passione, delle cose che senti da dentro, la forza e la perseveranza e poi l'analisi e la razionalità. Carte vincenti della sua vita, con la consapevolezza che il resto, le incertezze della vita, le condizioni variabili possono essere affrontate e come sempre saprebbe farsene una ragione.

Appassionato di sport, ne ha praticati tanti in vita sua, dalla pallanuoto al calcio, dove ha svolto anche funzioni dirigenziali all'interno della squadra del Catania, oltre ad essere stato arbitro federale. Poi ha interrotto quando questo hobby cominciava a scontrarsi con la famiglia, è bastata solo una frase di sua moglie: «I tuoi figli stanno crescendo e tu non ci sei». Nessuna imposizione, non è uomo da accettarle, ma è intelligente da ascoltare un buon consiglio.

Oggi è la pesca d'altura che lo appassiona e coltiva due sogni nel cassetto. Il primo, lasciare il testimone al figlio, che già ha percorso varie tappe all'interno della azienda. Il secondo, partire in barca a vela, progetto da realizzare in compagnia della donna della sua vita, sua preziosa consigliera. Senza stress, alla ricerca di una serenità che solo il mare sa regalare. Anche se Salvo Stivala è uno che non potrebbe mai vivere senza la vita stessa, senza l'energia pulsante e la voglia di costruire, fosse anche una rotta verso mari lontani.

Federica Musco



- ▶ 1200 POSTI AUTO
- ▶ PARCHEGGIO • BREVE E LUNGA SOSTA • CUSTODITO H. 24
- ▶ ABBONAMENTI
- ▶ INFOVOLI
- ▶ EASY LUGGAGE SERVICE



parcheggio 095/349770 • infovoli 095/340505
www.sacservice.it

sondaggio



Consumi di Natale, dicembre periodo "caldo" per gli acquisti

“

Promozioni, offerte speciali, punti vendita addobbati a festa sono le strategie usate per vendere di più. Ma i commercianti concordano: «Per fidelizzare il cliente serve la professionalità»

”

È ormai iniziata da alcune settimane la grande corsa al Natale, il periodo più "caldo" dell'anno per quanto riguarda le vendite della piccola e grande distribuzione.

Camminando per le strade del centro di Catania lo sguardo viene attratto dai colori e dalle luci delle vetrine dei negozi, al cui interno allettanti articoli natalizi fanno bella mostra di sé, nel tentativo di attrarre i possibili acquirenti alla ricerca di strenne natalizie per parenti e amici.

Approfittando della frenetica corsa al regalo, alcuni negozianti ricorrono a vere e proprie strategie di marketing per fronteggiare la forte concorrenza, con promozioni che possano far gola agli acquirenti più attenti al portafoglio. Altri invece preferiscono affidarsi semplicemen-

?

LE DOMANDE DEL "SONDAGGIO"

- 1) Natale è ancora il periodo dell'anno in cui vende di più?
- 2) Cosa fa per attirare la clientela nel periodo natalizio?
- 3) Quali strategie adotta per fidelizzare i clienti e farli tornare nel corso dell'anno?

te alla fedeltà della clientela.

A giudicare dalla moltitudine di persone che invade il centro della città nei giorni a ridosso di Natale si direbbe che in questo periodo dell'anno i commercianti registrino veri e propri record di vendite. Ma c'è anche chi, per far fronte a bollette, rate, mutui e scadenze fiscali, quest'anno sceglierà un Natale più parsimonioso e troverà meno regali sotto l'albero. Abbiamo chiesto ad alcuni commercianti catanesi se, secondo la loro esperienza, il Natale è ancora il periodo dell'anno in cui si vende di più e quali metodi utilizzano per invogliare la clientela ad acquistare nel proprio negozio.

Antonio Arena
Upim, via D'Annunzio

- 1) «Le festività natalizie sono ancora il periodo dell'anno in cui si vende di più».
- 2) «Per attirare la clientela curiamo in modo particolare l'allestimento del negozio, addobbandolo in modo da renderlo adatto al Natale. Realizziamo inoltre delle promozioni su alcuni prodotti specifici che vanno per la maggiore nel periodo natalizio, come i giocattoli».
- 3) «Nel corso di tutto l'anno il nostro negozio rilascia delle "fidelity card" grazie alle quali i clienti possono usufruire di sconti e promozioni che li incentivano ad acquistare non solo nel periodo natalizio».

**Stefania Cannizzo
Gatta Cenerentola, via Etna**

- 1) «A Natale registriamo sempre un considerevole aumento delle vendite anche perché, grazie alla tredicesima, gli acquirenti sembrano disposti a spendere un po' più del solito».
- 2) «Per me è molto importante puntare sull'assortimento dei prodotti e realizzare proposte sempre nuove e allettanti, rivolgendo un'attenzione particolare ai prezzi, visto che con la nascita dei grandi centri commerciali anche gli articoli più ricercati sono disponibili quasi ovunque e la concorrenza si è fatta spietata».
- 3) «Non credo che esista una regola o un metodo prestabilito per fidelizzare gli acquirenti. Io cerco soprattutto di instaurare un rapporto di fiducia con i miei clienti, offrendo loro un servizio serio e professionale».

**Davide Orselli
Energie, via Etna**

- 1) «Il Natale è sempre il periodo più forte dell'anno per ciò che riguarda le vendite, ancor più del periodo dei saldi».
- 2) «In prossimità delle festività natalizie cerchiamo di enfatizzare alcuni articoli che possono risultare d'appeal, articoli ricercati che i clienti sono più propensi ad acquistare nel periodo natalizio, grazie



anche alla maggiore disponibilità economica assicurata dalla tredicesima».

- 3) «La nostra politica aziendale prevede strategie di fidelizzazione dei clienti distribuite nel corso di tutto l'anno. In particolare, durante le festività natalizie mettiamo a disposizione gadget e realizziamo confezioni regalo particolari per invogliare i clienti a tornare a farci visita».



**Pietro
Scandurra
Gioielleria, via
Garibaldi**

- 1) «Le settimane a ridosso del Natale continuano a essere il periodo dell'anno in cui si vende di più, anche se rispetto agli anni scorsi gli incassi hanno sicuramente subito un calo».
- 2) «Al di là degli addobbi in vetrina non utilizziamo particolari strategie per attirare gli acquirenti. Offriamo però finanziamenti agevolati di cui è possibile usufruire nel corso di tutto l'anno, compreso il periodo natalizio».
- 3) «La mia famiglia porta avanti questa attività da tre generazioni e nel corso degli anni abbiamo capito che l'unico modo per fidelizzare i clienti è offrire loro serietà e professionalità, e instaurare un

rapporto di fiducia reciproca».

**Antonino Crisafulli
Libreria, via Etna**

- 1) «Per ciò che riguarda il mio settore, Natale è ancora un periodo in cui si registrano considerevoli aumenti delle vendite, anche se in misura inferiore rispetto agli anni passati».
- 2) «Provvediamo ad addobbare la vetrina con decorazioni natalizie e con i cosiddetti "libri di lista" molto apprezzati durante le festività. Inoltre non facciamo mai mancare i *best seller* del periodo, spesso scelti come regali per parenti e amici».
- 3) Fidelizzare i clienti è un grosso problema per la nostra categoria, in quanto significa offrire loro offerte e promozioni che comportano costi non indifferenti. Naturalmente nel corso dell'anno riserviamo degli sconti ai nostri clienti abituali».



lirica e balletti STAGIONE 08

TEATRO
MASSIMO
BELLINI

12-15-17-18-20-22-23-25-27 gennaio

MADAMA BUTTERFLY di Giacomo Puccini
direttore MAURIZIO ARENA
regia, scena, costumi e luci ROBERTO LAGANA MANOLI
allestimento dell'E.A.R. Teatro Massimo Bellini
In coproduzione con il Teatro di Maribor, Slovenia

26-28-29 febbraio - 1-2-4-5-7-8 marzo

IL TROVATORE di Giuseppe Verdi
direttore ANTONIO PIROLI
regia, scena, costumi e luci ROBERTO LAGANA MANOLI
nuovo allestimento dell'E.A.R. Teatro Massimo Bellini

27-28-29-30 marzo - 1-2-3-5 aprile

DON QUICHOTTE di Ludwig Minkus
allestimento, solisti e corpo di ballo del
THÉÂTRE DU CAPITOLE DE TOULOUSE

17-20-21-23-24-25-27-28-29 maggio

MANON LESCAUT di Giacomo Puccini
direttore STEFANO RANZANI
regia PIERFRANCESCO MAESTRINI
allestimento della Fondazione Teatro Massimo di Palermo

6-7-8-10-11-12-14-15 giugno

CAUCASUS PASSION
The Nalmer State Academic Dance Company
(Repubblica di Adygaa, Russia)
direttore AZAMAT BASTE
coreografo MUHAMMED KULOV

10-11-12-14-15-17-18-19 ottobre

WERTHER di Jules Massenet
(in lingua originale con soprattitoli in italiano)
direttore STEFANO RANZANI
regia VINCENZO LA SCOLA
allestimento della Fondazione Teatro Carlo Felice
di Genova

2-3-4-6-7-10-11-12-13 dicembre

DON GREGORIO di Gaetano Donizetti
(prima esecuzione a Catania)
direttore FABRIZIO MARIA CARMINATI
regia FRANZISKA SEVERIN
allestimento della Fondazione Teatro Donizetti
di Bergamo e del Teatro della Fortuna di Pavia

ORCHESTRA, CORO E TECNICI DELL'E.A.R. TEATRO MASSIMO BELLINI

Abbonamenti

- Previsione dal 6 novembre al 21 dicembre 2007
- Nuovi abbonamenti dal 27 dicembre 2007 fino al giorno del primo spettacolo in cartellone nel turno prescelto (dal 15 al 25 gennaio 2008).

Bottighino - InfoLine 0957150921 - Piazza Vincenzo Bellini - Catania
 • dal lunedì al sabato - h. 9,30 / 12,30
 • dal martedì al venerdì apertura pomeridiana - h. 17,00/19,00

C'è profumo di Teatro.

La nuova Stagione del Teatro Massimo Bellini di Catania offre un calendario ricco di emozionanti appuntamenti.

È un'occasione imperdibile per tornare al Bellini, non soltanto a godere dalle sonorità invidiate da tutto il mondo ma soprattutto a ritrovare quell'inimitabile profumo di teatro che solo un grande sito, così ricco di storia, sa evocare.



TEATRO
MASSIMO
BELLINI

www.teatromassimobellini.it

le associazioni

IMPRESA "ROSA"

Opportunità di lavoro e desiderio di autonomia

L'opportunità di un lavoro e il desiderio di autonomia sono tra le principali motivazioni che hanno spinto le donne intervistate a fare impresa. Un ruolo meno determinante lo hanno avuto fattori come: il desiderio di flessibilità, la conciliazione del lavoro con esigenze familiari, la presenza di strumenti di agevolazione da parte del settore pubblico. L'idea imprenditoriale (le donne sono attive per lo più nei settori del commercio tradizionale, turistico-alberghiero, servizi alle persone) nasce dalle proprie competenze, e non come conseguenza di analisi di mercato o di informazioni strutturate, acquisite presso strutture pubbliche o organismi categoriali. Nella fase di costituzione e di avvio dell'attività, circa 4 donne su 10 hanno ritenuto opportuno farsi assistere da propri familiari, mentre nel 20% dei casi non è stata richiesta assistenza né alla rete familiare né a strutture professionali esterne. Chi lo ha fatto, ha privilegiato gli studi privati piuttosto che le strutture pubbliche. I problemi riscontrati nella fase di avvio, sono stati soprattutto di natura finanziaria (reperimento capitale) e gestionale (crearsi la rete di clienti), ma vi è stato anche un 21% di imprenditrici che lamentano difficoltà legate alla complessità delle procedure e ai tempi tecnici richiesti dalla burocrazia. Circa il 56% delle imprenditrici ha fatto ricorso a capitale proprio, mentre il 26% si è dovuto rivolgere alle strutture del credito per avere mutui o fidi bancari. Significativa anche la quota di coloro che hanno avuto prestiti da familiari o da amici. Solo il 2,8% ha avuto agevolazioni pubbliche (per il 50% in virtù della normativa sulla imprenditoria femminile). Nelle imprese "rosa" oggetto dello studio, le responsabilità della gestione sono assunte in netta prevalenza da figure dirigenziali femminili salvo quella relativa all'area "amministrazione e finanza" che vede una distribuzione pressoché paritaria fra i due generi. Riguardo all'innovazione tecnologica solo il 38% delle imprenditrici la ritiene fattore importante di sviluppo, mentre un 36% non mostra alcun interesse. «In questo contesto - spiega Franz Cannizzo, responsabile di Nuovaimpresa - siamo disponibili ad offrire l'esperienza della nostra struttura per contribuire ad avviare una funzione di coordinamento tra le associazioni femminili. Solo insieme si potrà costruire il percorso che porterà a una distribuzione paritaria tra uomini e donne, consentendo di partecipare nella definizione delle politiche del territorio catanese».

Sempre difficile arrivare ai vertici

“

Nuovaimpresa sottolinea che è ancora troppo limitato il numero di donne con ruoli dirigenziali nelle aziende

”

Sono ancora poche le donne che occupano ruoli dirigenziali nelle strutture pubbliche o private della provincia di Catania, con un rapporto di una ogni 3 dirigenti uomini. La presenza femminile ai vertici si ferma a quota 25,4%, quando si parla di istituzioni pubbliche (enti locali, strutture della pubblica amministrazione); diventa 27,8% tra gli organismi sindacali ed è al di sopra del 30% negli enti previdenziali. Superano la media alla Regione siciliana (26%), mentre l'Amministrazione provinciale di Catania si attesta sul 21%.

Il ritratto viene disegnato dallo studio di Nuovaimpresa, il servizio regionale di assistenza alla creazione d'impresa e delle Pmi del turismo, servizi e commercio elettronico, nato nel 1997 in seno alla Confcommercio di Catania, che ha quantificato il fenomeno attraverso una lettura dei siti internet (enti e associazioni), e attraverso due indagini sul campo condotte nel 2007. La prima su un campione di aziende selezionate in base alla dimensioni (non più di 10 addetti e un fatturato entro 200 mila euro) e un'altra su un campione di imprese femminili.

«Questo studio - ha spiegato il responsabile di Nuovaimpresa Franz Cannizzo - vuole essere un punto di partenza per sollecitare una più ampia partecipazione femminile nei processi di sviluppo della comunità economica e sociale del territorio etneo, attraverso una revisione dei rapporti interpersonali e dei modelli organizzativi».

Tra gli enti locali, la presenza femminile è significativa (32,6%) nel ruolo "figure di vertice di rappresentanza politica" (ovvero sindaci e presidenti), ma raggiunge il minimo (23,7%) negli "organi consiliari". In particolare, nell'analisi dei 58 comuni della provincia: 34,1% è la quota donne sindaco; 26,6% a capo di assessorati; 23,7% donne consigliere comunali; 24% donne attive in posizioni organizzative (dirigenti e quadri).

La forbice tende ad allargarsi nelle associazioni di categoria dove le donne che rivestono cariche a livello di organi di



rappresentanza sono soltanto il 6,5%.

Passando al campione di aziende (circa 300 interviste effettuate), la quota femminile sale al 37,3% per la categoria "dipendenti"; diventa 44% in riferimento ai "contratti a tempo determinato"; e arriva al 72,1% relativamente ai dipendenti part-time.

Ma scende a 21,7% quando si parla di "figure dirigenziali" (amministratori, dirigenti e quadri di azienda), con valori più elevati nel caso "amministratori e/o titolari di azienda" (il 24%) e più bassi per "dirigenti" (15,8%). Nella distribuzione delle competenze, le figure dirigenziali femminili - per lo più sotto i 40 anni e solo un quarto laureate - si confermano al primo posto per la voce "ricerca e innovazione" (il 27% sul totale), seguono "finanza e amministrazione" (il 23,6%), "controllo di qualità", "personale e relazioni industriali" (entrambe con una quota dell'11,5%). Decisamente meno rilevante la funzione "servizi informativi" (il 4,7%).

ANTIRICICLAGGIO

Il comparto è esonerato dagli obblighi comunitari

Il Consiglio dei Ministri ha approvato i provvedimenti relativi al decreto legislativo riguardanti il recepimento delle direttive comunitarie 2005/60 e 2006/70 per la prevenzione dell'utilizzo del sistema finanziario a scopo di riciclaggio dei proventi di attività criminose e di finanziamento del terrorismo, nonché della direttiva 2006/70/CE che ne reca misure di esecuzione, fortemente attese dagli operatori del settore orafa, gioielliere, argentiere e orologiaio.

Il decreto in questione, grazie anche all'intervento della Federazione nazionale, esonera di fatto il comparto, in materia di antiriciclaggio, dagli obblighi di identificazione e registrazione (art. 10 comma 2). Per cui sono esonerate da autorizzazioni, iscrizioni in albi o registri e alla dichiarazione di inizio attività, le attività il cui esercizio resta subordinato al possesso di licenza, come:

1) Commercio, comprese l'esportazione e l'importazione di oro per finalità industriali o di investimenti, per il quale è prevista la dichiarazione di cui all'art. 1 della L. 7/1/2000 n. 7;

2) Fabbricazione, mediazione e commercio, comprese l'esportazione e l'importazione di oggetti preziosi, per il quale è prevista la licenza di cui all'art. 127 del Tulpis;

3) Fabbricazione di oggetti preziosi da parte di imprese artigiane iscritte nel registro degli assegnatari dei marchi di identificazione tenuto dalle Camere di Commercio.

Rimane invece l'obbligo di segnalazione per gli operatori commerciali che inducano a ritenere, in base agli elementi a loro disposizione, che il danaro, i beni o le utilità oggetto delle operazioni possano provenire dai delitti previsti dagli artt. 648/bis e 648/ter del codice penale, oppure possano essere impiegate nel compimento dei delitti dagli artt. da 270/bis a 270/quinques del codice penale.

Fiera di Bangkok

Si informano tutti gli interessati che, nell'ambito delle iniziative organizzate in collaborazione con la Federazione nazionale orafi di Roma, dal 25 febbraio al 5 marzo 2008, gli iscritti potranno partecipare alla 41ª edizione di Bangkok Gems e Jewelry Fair. È prevista inoltre la possibilità, per chi lo desidera, di proseguire fino all'8 marzo per la Fiera di Hong Kong.

Orafi, professionisti in formazione continua

“

Cinque nuovi esperti in analisi e classificazione del diamante. Nel 2008 un corso sulle perle

”

L'Ado Confcommercio, l'Associazione provinciale dei dettaglianti orafi gioiellieri e orologiai, ha svolto con grande successo un corso qualificato completo sul diamante, in collaborazione con l'Istituto gemmologico italiano, che ha visto come docenti le esperte di diamanti e pietre preziose Loredana Prospero, Loredana Sangiovanni e Lisa Greggio. I partecipanti - Stefano Benessere, Alessandro Fiorentino, Marco Pedalino, Filippo Spitalieri e Gabriella Vicino - hanno conseguito il diploma di "Esperto nell'analisi e classificazione degli elementi qualitativi del diamante".

L'Igi è l'unico istituto in Italia che dà la possibilità di accedere all'esame per il diploma europeo, riconosciuto dalla Federazione europea degli Istituti di gemmologia, attestato che viene rilasciato solo a coloro che hanno conseguito i tre diplomi sulle gemme di colore, sul diamante e sulle perle. L'Ado, prosegue dunque con il programma avviato per la formazione dei propri iscritti e dei collaboratori, avendo constatato l'esigenza degli operatori del settore di migliorare la propria professionalità. Pertanto l'associazione sta organizzando per i prossimi mesi un nuovo corso sulle perle, tenuto sempre da esperti dell'Igi, della durata di 30 ore da svolgersi nella sede di via Mandrà 8, dal 28 gennaio al 1° febbraio 2008. Il corso è riservato ad un numero ristretto di operatori e indirizzato sia ai titolari sia ai dipendenti. I partecipanti utilizzeranno strumentazioni gemmologi-



che e vere perle per le esercitazioni pratiche.

Inoltre, è in programma l'organizzazione di un seminario, che si svolgerà nei primi mesi del 2008, della durata di un giorno, sempre in collaborazione con l'Igi. Il seminario sarà diviso in due parti, la prima, tenuta da Loredana Prospero, approfondirà i temi della provenienza e qualità delle perle giapponesi, tahitiane, australiane e cinesi. La seconda parte, che si svolgerà in prossimità della festa di Sant'Agata, tratterà le gemme incastonate nel busto-reliquiario della Santa. Il capolavoro, composto da quasi 400 pezzi tra anelli e croci vescovili, ciondoli, collane, spille, medaglie, fiori di oro smaltato con smeraldi e la celebre corona in oro - fornisce elementi tecnici utili per un'analisi completa della storia del gioiello siciliano dal XV e XX secolo.

Per informazioni o iscrizioni rivolgersi alla Segreteria dell'Ado Confcommercio (signora Taccia).

FINANZIAMENTI FINDOMESTIC

Prorogata al 15 gennaio la campagna "senza interessi"

A grande richiesta è stata prorogata al 15 gennaio 2008 la campagna promozionale di finanziamento senza interessi che, partita il 1° giugno scorso, ha riscosso grande successo. Si ricorda che attraverso Findomestic, ai nostri associati viene offerta una formula di vendita che, con un minimo contributo finanziario da parte dell'operatore, garantisce al consumatore un'efficace proposta di finanziamento a tasso

zero. La promozione prevede una formula di rimborso in 6, 10 o 12 mesi. Per ulteriori informazioni i soci in regola con la quota associativa o che già aderiscono alla convenzione con la Findomestic possono contattare direttamente il personale di Findomestic Banca, mentre coloro che non aderiscono alla convenzione possono mettersi in contatto con la segreteria dell'Ado Confcommercio (signora Taccia).

Le associazioni

Gestione integrata dei litorali e stagione balneare tutto l'anno

“

La risorsa mare si conferma un mercato vincente e in piena espansione
Ecco i nuovi obiettivi e le proposte del sindacato di categoria per gli stabilimenti

”

Gestione integrata dei litorali e stagione balneare tutto l'anno: sono questi i punti di forza che il Sindacato italiano Balneari di Catania intende perseguire, in vista anche delle nuove direttive della Comunità europea sul comparto della balneazione.

La risorsa mare si riconferma dunque un prodotto turistico vincente, capace di integrarsi con le altre offerte, in un marketing mix consolidato. Parola d'ordine "destagionalizzare". Non ha dubbi il presidente del Sindacato italiano balneari di Catania, Giuseppe Saffo, che ha voluto tirare un bilancio della scorsa stagione estiva per porre le basi della prossima estate 2008.

«Le nostre imprese hanno capito che dovranno sempre più rinnovarsi. Siamo ormai ad una fase di maturità; i nostri associati sono certi che il turismo balneare siciliano e catanese in particolare rappresentano una delle più importanti risorse per lo sviluppo economico, sociale e culturale del territorio - spiega Saffo -.

Dispiace però constatare il ritardo delle pubbliche amministrazioni negli impegni assunti a favore delle imprese balneari. Manca ancora una politica di sviluppo turistico da parte del pubblico sulla scorta delle iniziative sperimentate, nel rispetto dei principi di compatibilità con le risorse ambientali e, quindi, legate alla valorizzazione di un turismo sostenibile. L'organizzazione dei nostri stabilimenti balneari - continua Saffo - rappresenta ormai una tradizione di qualità, nella continuità di un impegno che si caratterizza per una copertura quasi totale del territorio».

La gestione integrata dei litorali e la destagionalizzazione, per il rappresentante degli stabilimenti balneari, passa attraverso un momento di grande trasformazione delle imprese stesse, non più a gestione familiare ma strutturate e organizzate in rete, con offerte di servizi sempre più competitivi e di qualità.

«Ciò che per noi è importante - dice Saffo



- è il ruolo fondamentale dello stabilimento balneare sul piano dell'aggregazione sociale, per la copertura del territorio, per le garanzie di sicurezza ma anche per la tutela ambientale, che è indubbiamente determinata da un modo corretto di intendere la gestione degli stabilimenti. Infatti i primi ad avere interesse alla tutela e valorizzazione dell'ambiente sul quale operano - aggiunge il presidente del sindacato - sono proprio i gestori degli stabilimenti balneari. È l'ambiente stesso la loro prima, irripetibile, risorsa».

Per fare questo occorre una nuova stagione di concertazione e programmazione. Il turismo balneare rappresenta un segmento molto rilevante, per qualità e quantità dell'intera risorsa turistica. «La nostra attività non è fondata solo sull'offerta balneare tout-court - sottolinea Saffo - ma sul complessivo utilizzo dell'intera li-

nea costiera e delle sue bellezze naturali. Da qui la necessità di destagionalizzare i flussi turistici per estendere il periodo di fruizione delle nostre strutture ricettive.

Nel periodo invernale gli stabilimenti balneari non sono destinati ad offrire il servizio tipico, cioè la balneazione, ma altri servizi aggiuntivi quali la ristorazione, le attività sportive e di intrattenimento. Riguardo le nuove direttive europee - conclude - intendiamo recepire tutto ciò che aiuta a rilanciare il comparto, mentre siamo pronti a chiedere modifiche e interventi strutturati per ciò che non è compatibile con la nostra mission».



Nella foto, Giuseppe Saffo, presidente del Sindacato italiano balneari di Catania

Saremo protagonisti del futuro dell'Isola

“

Dopo le grandi conquiste del 2007, il Gruppo Giovani Imprenditori rinnova l'impegno per l'anno che verrà

”

Cari colleghi, il 2007 è stato un anno veramente importante per il nostro Gruppo, grazie al lavoro che ognuno di noi ha realizzato all'interno della propria azienda e al contributo dato da ciascuno alla nostra Associazione. Grazie allo sviluppo di importanti collaborazioni a livello regionale e nazionale, l'anno che verrà sarà colmo di nuove opportunità per il nostro territorio.



Da sinistra Piero Ambra, Toti Vitale, Angelo Nicolosi, Alessandro Mertoli, Elisa Ferrante, Sandro Vergato, Turi Scuto, Salvo Musumeci

Nuovi progetti che potranno oltrepassare le frontiere nazionali, grazie al contributo di colleghi che si sono recati all'estero per instaurare nuovi rapporti di partnership.

I traguardi raggiunti quest'anno, a parte gli importanti obiettivi realizzati a livello imprenditoriale dall'azienda di famiglia (di cui sono Direttore Generale), l'Aligrup S.p.A., che da anni si impegna sul territorio per creare nuove opportunità di crescita per l'economia siciliana, mi hanno portato ad accettare con entusiasmo la candidatura al vertice nazionale del Gruppo Giovani Imprenditori. Nonostante le amare vicende che hanno causato l'esclusione ingiustificata di tutta la rappresentanza catanese, annunciata il 23 novembre appena un giorno prima delle elezioni del 24, il bilancio annuale per il nostro Gruppo rimane comunque positivo.

La grande delusione e il profondo rammarico per il torto subito, lasciano oggi il passo a una grandissima vittoria in termini umani e morali per il Gruppo dei Giovani Imprenditori Catanesi.

Grazie alla solidarietà espressa dalle altre sezioni nazionali, che si sono aggregate a noi manifestando il loro forte sostegno, il nostro Gruppo può scommettere e credere ancora in un futuro imprenditoriale fatto di trasparenza e di legalità. Abbiamo trovato un gruppo di amici e di colleghi con cui siamo pronti a realizzare nuovi progetti e ad instaurare nuovi rapporti collaborativi.

Siamo oggi un grande Gruppo, fatto di giova-

ni componenti impegnati quotidianamente e attivamente per lo sviluppo economico e imprenditoriale, non solo della Provincia di Catania ma dell'intera Regione.

Il Vicepresidente della nostra sezione, Salvatore Musumeci consigliere comunale di Nicolosi e titolare dell'Hotel Catania Centro, è impegnato in numerose attività turistiche sul territorio ed è pronto a presentare un nuovo progetto sul comparto turistico incoming, finalizzato alla crescita della domanda e al miglioramento dei servizi turistici.

L'altro Vicepresidente Sandro Vergato, Presidente di Federservizi e titolare di Sorrisolandia, azienda che si occupa dell'organizzazione di eventi e spettacoli, trae un bilancio positivo dall'esperienza di un anno vissuto all'interno di un Gruppo che descrive come affiatato e compatto.

Toti Vitale, impegnato nel mondo della ristorazione e del catering e titolare di numerosi ristoranti, Sicilia in Bocca, La Chianca, Turi Finocchiaro e Filenz, grazie alla sua notevole esperienza riconferma un altro risultato positivo in seno alla Presidenza dell'Associazione Ristoranti ed esprime una grande voglia di crescere all'interno di un Gruppo che definisce dinamico e omogeneo.

Grande impegno di Alessandro Mertoli, proprietario dell'omonima catena di liste nozze, nel settore umanitario. Numerosi sono stati gli eventi di beneficenza organizzati e importanti gli aiuti realizzati, come gli investimenti in strutture scolastiche previste all'interno di

una missione umanitaria in Tanzania ed il sostegno ad Ibiscus, Associazione che all'interno del Policlinico di Catania si occupa di dare assistenza ai bambini malati di leucemia.

Il dott. Angelo Nicolosi, agente immobiliare e titolare dell'omonima agenzia, descrive un anno vincente, caratterizzato da propositi raggiunti e in cui si è seminato molto per un buon 2008.

Piero Ambra, Amministratore Unico di Spartacus srl, società di marketing impegnata nella realizzazione di eventi, da anni si occupa all'interno del nostro Gruppo nello sviluppo di progetti di internazionalizzazione della piccola e media impresa. Brillanti programmi lo hanno spinto alla realizzazione del progetto imprenditoriale "Centrale Mediterranea", una centrale di marketing che mira a divenire un prestigioso punto di riferimento nel comparto agroalimentare europeo. Tanti scenari potrebbero aprirsi nel nuovo anno considerando le relazioni nazionali e internazionali instaurate da Piero Ambra a Verona, dove si realizzerà un nuovo progetto sul comparto agroalimentare e a Norimberga, dove con l'assessore agli Affari esteri e il Comune di Norimberga si realizzerà una joint-venture con la Provincia di Catania. Sono inoltre numerosi i progetti che il nostro Gruppo ha in cantiere, come la costituzione di un osservatorio giovanile formato dalle consulte studentesche che raccolga istanze e diffonda la cultura d'impresa fra i giovanissimi, la previsione di rappresentanze dei giovani imprenditori all'interno delle associazioni di categoria aderenti al sistema Concommercio e l'organizzazione di forum nazionali sui sistemi di sicurezza per la piccola e media impresa.

Ulteriori piani, in parte già realizzati, verranno riproposti il prossimo anno come l'organizzazione di seminari sull'internazionalizzazione delle Pmi italiane all'interno delle Università e di corsi di formazione mirati alla diffusione della cultura di impresa nel settore turistico.

Potranno inoltre essere attivati, all'interno del sistema Concommercio, studi di settore per individuare nuovi percorsi formativi che diffondano la cultura imprenditoriale e nuovi programmi di marketing territoriale finalizzati al rilancio di realtà locali e alla riscoperta di risorse e potenzialità del nostro territorio. Sarà un anno entusiasmante e impegnativo che ci vedrà ancora una volta attori protagonisti del futuro della nostra terra, buon lavoro a tutti Voi e Buon 2008.

Salvatore Scuto

presidente Gruppo Giovani Imprenditori

i quaderni/FISCO

§ Possesso del Durc ora obbligatorio per tutti i settori commerciali

a cura della dottoressa Silvia Carrara
Responsabile Area Lavoro Confcommercio

È stato pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 279 del 30/11/2007 il decreto 24 ottobre 2007 relativo al DURC (documento unico regolarità contributiva) con il quale si prevede, per i datori di lavoro di tutti i settori economici, l'obbligo del possesso del Documento Unico di Regolarità Contributiva per la fruizione di benefici normativi e contributivi previsti dal legislatore nazionale e dalla disciplina comunitaria. Tale obbligo trova la sua fonte nella legge finanziaria per il 2007 (L. 27 dicembre 2006 n. 296, art. 1), che al comma 1176 prevede l'estensione di un obbligo che precedentemente era stato previsto esclusivamente per il settore dell'edilizia.

L'obbligo di possesso del DURC è richiesto anche nell'ambito delle procedure di appalto di opere, servizi e forniture pubblici e nei lavori privati dell'edilizia, sia ai datori di lavoro che ai lavoratori autonomi.

Di seguito si elencano i contenuti del Decreto.



SOGGETTI OBBLIGATI - ART. 1

- Datori di lavoro di tutti i settori economici ai fini del godimento di benefici normativi e contributivi previsti dal legislatore nazionale e dalla disciplina comunitaria;
- datori di lavoro e lavoratori autonomi nell'ambito delle procedure di appalto di opere, servizi e forniture pubblici e nei lavori privati dell'edilizia.

SOGGETTI TENUTI AL RILASCIO DEL DURC - ART. 2

In forma diretta:

- INPS;
- INAIL;

nel termine di 30 giorni, oltre il quale si verificano gli effetti del silenzio assenso (art. 6).

In convenzione con i predetti Enti e nei termini previsti dalle convenzioni:

- altri istituti previdenziali che gestiscono forme di assicurazione obbligatoria;
- gli enti bilaterali, in via sperimentale per un periodo di ventiquattro mesi successivi all'emanazione del decreto, e solo ai propri aderenti.

CONTENUTO DEL DURC - ART. 4

Il DURC serve ad attestare la regolarità dei versamenti dovuti agli Istituti previdenziali.

Elementi essenziali del documento:

- la denominazione o ragione sociale, la sede legale e unità operativa, il codice fiscale del datore di lavoro;
- l'iscrizione agli Istituti previdenziali e, ove previsto, alle Casse edili;
- la dichiarazione di regolarità ovvero non regolarità contributiva con indicazione della
- motivazione o della specifica scopertura;
- la data di effettuazione della verifica di regolarità contributiva;
- la data di rilascio del documento;
- il nominativo del responsabile del procedimento.

REQUISITI DI REGOLARITÀ CONTRIBUTIVA - ART. 5

Il riconoscimento della regolarità contributiva da parte dei soggetti che rilasciano il DURC è subordinato ai seguenti requisiti:

- correttezza degli adempimenti mensili o, comunque, periodici;
- corrispondenza tra versamenti effettuati e versamenti accertati dagli Istituti previdenziali come dovuti;
- inesistenza di inadempimenti in atto.
- richiesta di rateizzazione per la quale l'Istituto competente abbia espresso parere favorevole;
- sospensioni dei pagamenti a seguito di disposizioni legislative;
- istanza di compensazione per la quale sia stato documentato il credito.

VALIDITÀ DEL DURC - ART. 7

- 1 mese nella generalità dei casi;
- 3 mesi nel settore degli appalti privati.

Dobbiamo osservare a tale proposito come fosse già stato rappresentato agli uffici ministeriali che tale limite della validità del DURC per la fruizione delle agevolazioni normative e contributive ad un solo mese apparisse troppo esiguo, anche in considerazione del fatto che ormai con la procedura E-mens l'INPS ha i dati dei dipendenti in tempo reale.

È prevista, altresì, una procedura di diffida a regolarizzare la propria posizione nel termine di 15 giorni, quando il DURC venga richiesto agli Enti Bilaterali e il soggetto richiedente sia privo dei requisiti di regolarità previsti.

CAUSE NON OSTATIVE AL RILASCIO DEL DURC - ART. 8

Il DURC può essere rilasciato anche in presenza di situazioni di NON regolarità, limitatamente a queste ipotesi:

- crediti iscritti a ruolo, quando sia stata disposta la sospensione della cartella a seguito di ricorso amministrativo o giudiziario;
- crediti NON iscritti a ruolo:
- in pendenza di contenzioso amministrativo, fino alla decisione che respinga il ricorso;
- in pendenza di contenzioso giudiziario, fino al passaggio in giudicato della (eventuale) sentenza di condanna, salva eventuale iscrizione a ruolo in forma esecutiva disposta dall'Autorità giudiziaria
- scostamento inferiore o pari al 5%, o comunque inferiore al 5% - ai soli fini della partecipazione a gare di appalto - tra le somme dovute e quelle versate per ciascun periodo di paga o di contribuzione, fermo restando l'obbligo di versamento della differenza entro i 30 giorni successivi al rilascio del DURC;
- l'aver usufruito dei benefici di stato connessi al noto contenzioso a livello comunitario relativo ai contratti di formazione e lavoro.



IRREGOLARITÀ IN MATERIA DI TUTELA DELLE CONDIZIONI DI LAVORO (NON) OSTATIVE AL RILASCIO DEL DURC - ART. 9

Preliminarmente si continua a rilevare l'incongruenza della rubrica dell'articolo 9 che si commenta perché si tratta dell'elencazione delle cause ostantive al rilascio del DURC.

Nel merito, nell'allegato A sono elencate le violazioni di legge che sospendono il rilascio del DURC e la durata della predetta sospensione.

Rileviamo che nonostante le nostre ripetute richieste e quelle di altri importanti settori permane la disposizione che impedisce per 3 mesi il rilascio del DURC in presenza di violazioni riguardanti il riposo giornaliero e quello settimanale di cui agli artt. 7 e 9 del DLGS 66/03, operando una ingiusta equiparazione fra tutti i settori, attraverso l'estensione di una sanzione prima prevista per il solo settore dell'edilizia.

§

Le nuove regole per interrompere il rapporto di lavoro

a cura della dottoressa Silvia Carrara
Responsabile Area Lavoro Confcommercio

Dal 23 Novembre 2007 entrerà in vigore la Legge n.188 del 17 ottobre 2007 che modifica la modalità per la risoluzione del contratto di lavoro per dimissioni volontarie del prestatore d'opera.

La predetta legge, che ha il fine di vietare le dimissioni in bianco, talvolta fatte sottoscrivere ai lavoratori all'atto dell'assunzione, introduce l'obbligo di consegnare le dimissioni su un modulo ministeriale numerato.

I moduli da utilizzare saranno definiti con decreto del Ministero del Lavoro ed entreranno in vigore a decorrere dalla pubblicazione in Gazzetta Ufficiale del decreto ministeriale.

Il modulo, che sarà distribuito dai centri per l'impiego, dalle direzioni provinciali del lavoro, dagli uffici comunali, o scaricato anche attraverso il sito internet del Ministero del Lavoro, attesterà la certezza "cronologica" della volontà del lavoratore di dimettersi. Il modulo avrà una validità di 15 giorni dalla data di emissione e conterrà:

1. un codice alfanumerico progressivo di identificazione
2. la data di emissione
3. gli spazi da compilare a cura del firmatario.

La disposizione si applicherà:

- ai contratti di lavoro subordinati
- ai contratti di collaborazione coordinata e continuativa
- ai contratti di collaborazione a progetto
- ai contratti di collaborazione a natura occasionale
- ai contratti di associazione in partecipazione per cui l'associato fornisca prestazioni lavorative e i cui compensi siano qualificati come redditi di lavoro autonomo
- ai contratti instaurati dalle cooperative con i propri soci.

§

Cedere un quinto della pensione per ottenere un prestito

a cura del dottor Antonino Barberi
Responsabile Area Legislativa Confcommercio

Per ottenere un prestito i pensionati possono rinunciare ad una parte dell'importo della pensione,

nei limiti di un quinto dell'assegno netto spettante, che viene trattenuto direttamente dall'Ente previdenziale.

Per avvalersi di questa possibilità, prevista dal decreto interministeriale n. 313 del 2006 entrato in vigore quest'anno, è necessario seguire determinate regole.

L'Inps recentemente ha indicato in un apposito "vademecum" quali adempimenti vanno osservati sia dai pensionati richiedenti e sia dagli Istituti finanziari (banche) affinché questa richiesta possa svolgersi nella massima correttezza.

Gli adempimenti preventivi

Il pensionato, prima di stipulare il contratto di prestito, deve richiedere alla Sede Inps di appartenenza il rilascio della "comunicazione di cedibilità" sulla quale viene indicato l'importo della quota di pensione cedibile.

La richiesta deve essere presentata personalmente dall'interessato in quanto non è prevista la delega nemmeno a favore dei familiari più stretti.

La comunicazione è vincolante anche per le banche che senza il benestare dell'Istituto previdenziale non possono dare il via libera all'erogazione del prestito.

Se poi è già in corso un prestito rimborsabile con quote di pensione, il pensionato non può stipulare con un'altra banca nuovi contratti della stessa specie anche se sull'importo pensionistico ci sarebbe ancora margine per un ulteriore prelievo.



Quali pensioni

La cessione del quinto può essere chiesta su tutti i trattamenti pensionistici di natura previdenziale, siano essi di vecchiaia, invalidità o inabilità.

Vi rientrano anche le pensioni ai superstiti a condizione che le stesse non siano erogate a più titolari (esempio: coniuge e un figlio o più figli orfani).

Sono invece esclusi, e quindi non sono cedibili, i trattamenti di natura prettamente assistenziale come gli assegni sociali, le pensioni e le indennità di invalidità civile ed i trattamenti che l'Inps eroga per conto di altri Enti.

La quota cedibile

Per il calcolo della quota cedibile, che non può superare il quinto (20 per cento) della pensione, si tiene conto dell'importo complessivo, al netto delle ritenute fiscali e dell'assegno al nucleo familiare.

Sono escluse dal computo anche le altre ritenute a carico dell'interessato per recupero di crediti contributivi e per l'assegno alimentare a favore del coniuge e dei figli.

Deve essere comunque fatto salvo il trattamento di pensione minima, che attualmente è di 436,14 euro al mese. Rientrano, invece, nel calcolo della quota cedibile gli assegni familiari pagati agli ex lavoratori autonomi, le maggiorazioni sociali e altre somme aggiuntive corrisposte sulla pensione.

Per coloro che sono titolari di più pensioni, la quota cedibile viene calcolata sull'ammontare complessivo dei trattamenti corrisposti, facendo salvo in ogni caso il trattamento minimo.

La cessione del quinto non può avere una durata superiore a dieci anni e decorre dal mese successivo a quello in cui l'Ente previdenziale è venuto a conoscenza della concessione del prestito.

La trattenuta viene effettuata entro il terzo mese successivo e se nel frattempo sono scadute delle rate, il relativo importo darà luogo a un prelievo aggiuntivo fino all'integrale recupero degli arretrati.

A carico del pensionato c'è anche la stipula di una polizza sulla vita che assicuri alle banche il recupero del residuo credito in caso di decesso.

Il controllo sui tassi

Per evitare che i pensionati possano contrarre prestiti con soggetti che non hanno i requisiti di affidabilità previsti dalla legge, l'Inps ha previsto per le banche e gli Istituti finanziari una speciale procedura di "accreditamento". In sostanza questi organismi per poter operare devono presentare all'Istituto previdenziale un'apposita domanda con la quale devono dimostrare che hanno le carte in regola per concedere i prestiti.

Inoltre, prima di dare il via libera alla cessione del quinto sulla pensione, l'Inps controlla che sul prestito venga applicato un tasso di interesse al di sotto della cosiddetta soglia anti-usura.

La nostra Associazione 50&Più Fenacom per contenere i costi dei prestiti e per garantire agli associati le migliori e le più serie condizioni offerte dal mercato, tramite la società 50&più Serena, ha stipulato ottime convenzioni con alcune banche di interesse nazionale.

Per maggiori informazioni e per eventuali ulteriori chiarimenti sulla materia è bene chiamare il numero verde 800929922. la telefonata è gratuita da tutta Italia.

§

Come cambia l'anzianità con il calcolo contributivo

a cura del dottor Antonino Barberi
Responsabile Area Legislativa Confcommercio

Come è noto, per tutti gli assicurati che alla data del 31 dicembre 1995 non hanno raggiunto i 18 anni di anzianità contributiva e per coloro che solo successivamente a questa data hanno iniziato ad effet-

i quaderni **LAVORO**

tuare i versamenti, il calcolo della pensione non è più "retributivo" ma "contributivo".

Questo nuovo metodo di calcolo prevede che il trattamento pensionistico venga determinato sulla base dei contributi versati durante l'intera vita lavorativa. A luglio scorso si è discussa tra Governo e partiti sociali sulla revisione di detti coefficienti utilizzati per il calcolo delle pensioni contributive. Si tratta di valori che trasformano in pensione il cosiddetto montante ossia quanto è stato versato durante tutta la vita lavorativa. Secondo la riforma Dini (legge 335 del '95), ogni dieci anni i coefficienti devono essere rivisti per adeguarli all'andamento della vita media. Per cui se si vive più a lungo devono essere corretti verso il basso in quanto diventa più ampio il periodo in cui si potrà beneficiare della pensione.

Ma nel 2005 il Governo di allora ha ritenuto di non modificarli perché questo avrebbe comportato una riduzione dei coefficienti del 6-8% su pensioni come quelle contributive che in prospettiva si presentano molto più povere di quelle liquidate con il sistema retributivo o misto. L'intesa di luglio ha fatto slittare la revisione dei coefficienti al 2010 ed affidato ad una commissione di esperti l'incarico di individuare correzioni che tengano conto non solo dell'andamento della vita media ma anche dell'incidenza sui trattamenti pensionistici dei diversi percorsi lavorativi (precaricato, collaborazioni a progetto ecc.). È stato stabilito, poi, che i nuovi valori verranno aggiornati automaticamente ogni tre anni e in più saranno messi a punto meccanismi tali da garantire per le pensioni più basse un'equa ed equilibrata copertura rispetto all'ultima retribuzione.

§ L'aeroporto di Catania apre le porte a nuove opportunità

a cura di Giovanni Arena
Consigliere Delegato S.A.C.

La S.A.C. Società Aeroporto Catania S.p.A., in relazione all'ampliamento della propria offerta commerciale nella Aerostazione di Catania, intende procedere all'assegnazione, in regime di sub concessione, di nuovi spazi per l'esercizio di attività commerciali.

OGGETTO

Sub concessione di spazi per l'esercizio di attività commerciali. L'allestimento delle aree sarà a carico del sub concessionario.

CONDIZIONI ECONOMICHE

Il sub concessionario dovrà corrispondere alla S.A.C. S.p.A. un corrispettivo variabile determinato in misura percentuale sul fatturato annuo realizzato e con un minimo garantito.

DURATA DELLA SUB CONCESSIONE

La durata della sub concessione sarà di anni 5 dalla stipula del contratto.

MANIFESTAZIONE DI INTERESSE

Gli interessati, anche riuniti in Consorzi e/o Associazioni Temporanee di Imprese, dovranno fare pervenire alla S.A.C. S.p.A., entro giorno 31 gennaio 2008 alle ore 11,00, la manifestazione di interesse in busta chiusa e sigillata con su scritto:

"Manifestazione di interesse per la sub concessione di aree per l'allestimento di spazi commerciali nell'aerostazione di Catania". La manifestazione di interesse, redatta in lingua italiana e sottoscritta dal legale rappresentante della singola impresa, del Consorzio, ovvero di tutti i legali rappresentanti delle imprese riunite o da riunirsi in ATI dovrà contenere l'indicazione della tipologia commerciale dell'attività che si intende avviare e gli spazi minimi e massimi occorrenti per esercitarla, ed essere corredata da fotocopia di un documento di identità ai sensi del D.P.R. 445/2000. Dovranno altresì essere attestati i seguenti requisiti minimi di partecipazione:

- 1) Iscrizione alla C.C.I.A.A. con indicazione della data, del numero e del luogo di iscrizione della singola impresa, del Consorzio, ovvero di ogni singola impresa riunita in ATI.
- 2) Che l'impresa, il Consorzio, ovvero di ogni singola impresa riunita in ATI non si trova in stato di fallimento, di amministrazione controllata, di concordato preventivo.
- 3) Che non sussistono, secondo la legislazione vigente, a carico dell'Impresa, del Consorzio, ovvero di ogni singola impresa riunita in ATI, e/o dei legali rappresentanti, condizioni ostative all'esercizio di attività commerciali.
- 4) Che l'Impresa, il Consorzio, ovvero di ogni singola impresa riunita in ATI, è in regola con il pagamento di imposte, tasse e contributi, secondo la normativa vigente in materia di lavoro e previdenza

nello Stato di appartenenza.

La tipologia commerciale degli spazi da concedere in sub concessione sarà individuata, ad insindacabile giudizio della S.A.C. S.p.A., sulla base delle richieste che saranno fatte pervenire.

Tutte le imprese che avranno fatto pervenire manifestazione di interesse per le tipologie commerciali che saranno selezionate, saranno invitate formalmente a presentare un'offerta secondo tempi e modalità che verranno comunicati.

Per ulteriori informazioni gli interessati potranno contattare la S.A.C. S.p.A. ai seguenti recapiti:

S.A.C. S.p.A. Aeroporto Catania - Ufficio Commerciale - Telefono 095 7239406, Fax 095 7239228. e mail commerciale@aeroporto.catania.it www.aeroporto.catania.it.



Gaetano Mancini «S.A.C. pronta per il grande decollo»



Gaetano Mancini

«Fra qualche giorno raggiungeremo quota sei milioni di passeggeri in transito nel nostro aeroporto». Questo il commento del presidente della S.A.C. Gaetano Mancini, che conferma il trend di crescita del nuovo aeroporto Vincenzo Bellini di Catania, «Dopo l'appro-

vazione del nuovo piano industriale, operativo nei primi mesi del 2008, e il lavoro sulla organizzazione aziendale, l'apertura del primo modulo dell'aerostazione agli esercizi commerciali è la prima conclusione di un lavoro - aggiunge Mancini - che il consigliere delegato Giovanni Arena ha sviluppato

e che nei fatti ci porterà al raddoppio degli spazi commerciali. Questo è un elemento molto importante perché la presenza degli esercizi è tra gli asset principali dei più grandi aeroporti». Ma i progetti non si fermano qui per le ambizioni della società. «Sebbene il trend sia positivo, in alcuni periodi l'aerostazione risulta insufficiente. Per questo stiamo programmando per i prossimi anni l'apertura del secondo modulo e l'allargamento degli spazi di parcheggio. Un primo polmone di stalli sarà già disponibile a breve. Dall'altro lato ci muoviamo sul campo della promozione. Abbiamo partecipato - conclude Mancini - a importanti eventi internazionali per promuovere, anche alle agenzie, le potenzialità del territorio e dello scalo catanese».





AUTORITA' PORTUALE DI CATANIA

PORTO DEL MEDITERRANEO



I lavori sono in corso
per realizzare il PORTO di domani.



Santo Castiglione
Presidente



focus



I commercianti si preparano ai saldi

Chi fa i veri affari e chi non li fa

“

Anticipati al 7 gennaio gli sconti invernali in Sicilia ma i problemi non mancano
Gli esercenti accusano la grande distribuzione: «Le promozioni tutto l'anno ci mettono in crisi»

”

Il 7 gennaio 2008 è la data stabilita per l'inizio dei saldi invernali in Sicilia ma, a differenza di qualche anno fa, non sembra essere accolta in maniera positiva dai commercianti di Catania. Che il commercio soffra non è più in dubbio, come conferma lo stesso Pietro Agen, vicepresidente della Confcommercio di Catania: «La crisi c'è e lo dimostra il fatto che si anticipano i saldi per l'ennesima volta, perché tra la possibilità di vendere a prezzo pieno e utilizzare il periodo degli sconti per fare cassa, i commercianti preferiscono la seconda opzione».

Ma se c'è sempre meno gente che acquista e, quando lo fa, utilizza raramente il contante preferendo i metodi di pagamento con addebito dilazionato, come carte di credito e bancomat, cosa pensano dei saldi i titolari degli esercizi commerciali e come vivono questo periodo?

Giancarlo Tropea, titolare di Gazebo, si trova d'accordo con il vicepresidente Agen nel ritenere un errore l'anticipo dei saldi. «Il freddo da noi arriva a fine dicembre, il periodo di saldi a inizio gennaio per me è solo una perdita di denaro, visto che da settembre a dicembre non si lavora».

La diminuzione di acquisti nei periodi normali dell'anno colpisce un po' tutti i negozianti, che denunciano da almeno due anni un calo del volume di vendita superiore al 50 per cento. In tutto ciò il periodo dei saldi non sembra essere comunque sufficiente per recuperare il guadagno perso nei mesi precedenti. «L'affluenza della clientela nel periodo degli sconti si sta riducendo - prosegue il titolare di Gazebo -. Una volta la gente aspettava gli sconti per acquistare, adesso nei centri commerciali e negli outlet trova offer-

te in ogni periodo dell'anno».

Anche Maria Rosa Rapisardi, gestore di Ethic, conferma: «Noi siamo un negozio di nicchia e con una concorrenza limitata, e per quanto ci riguarda il periodo dei saldi non è più considerato un'occasione per recuperare su quello che non si è venduto. I saldi adesso sono una presa in giro». Ma non per tutti è così, almeno secondo la Rapisardi. «C'è chi, come noi -dice- si premunisce facendo attenzione alla merce che acquista e puntando sulla qualità e la fidelizzazione del cliente. C'è anche chi nel periodo di sconti riesce a fare soldi, grazie a un mercato parallelo. Oggi per realizzare un prodotto ci sono tanti passaggi - chiarisce il titolare di Ethic - ma se si riesce a produrre la propria merce o a comprarla direttamente dal produttore si acquista a molto meno, anche perché ci sono prodotti che vengono realizzati ap-

positamente per i saldi a prezzo ribassato. Così facendo per alcuni il periodo di sconti è addirittura più remunerativo della stagione normale».

Le difficoltà per i commercianti non è dettata soltanto dalla diminuzione della domanda, ma anche dalla concorrenza, da alcuni definita "sleale", dei grandi centri commerciali e outlet.

«Uno dei problemi fondamentali - afferma Giancarlo Tropea - è che le grandi catene e gli outlet utilizzano la formula delle offerte e delle promozioni per fare sconti tutto l'anno. Chi fa i controlli perché gli sconti si facciano nel periodo fissato per legge? Nessuno vigila sui negozi che applicano sconti tutto l'anno, e noi piccoli esercizi commerciali ne paghiamo le conseguenze. A questo c'è da aggiungere anche l'eccessiva facilità degli enti preposti nel dare le concessioni per le grandi superfici commerciali. Noi così come possiamo lavorare? Compriamo meno merce - aggiunge Tropea - ma non possiamo scendere sotto una certa soglia altrimenti non c'è margine per recuperare le spese, così si cerca di mantenere il cliente con la professionalità e la qualità. Ma non sempre questa via premia».

Tutto questo si ripercuote non poco sulla gestione di un'attività commerciale. Innanzitutto per quanto riguarda gli investimenti in promozione. Ecco così che «Ethic - ci spiega la Rapisardi - da qualche anno avvisa degli sconti le clienti attraverso le cartoline e le email».

Se la crisi degli acquisti colpisce le piccole e medie attività commerciali, sembra colpire meno il colosso Coin. «Quando non ci sono i saldi - ci spiega Castelli, direttore della Coin di Catania - la flessione c'è, dovuta al costo della vita e alla crisi economica congiunturale. Ma il periodo di sconti è molto importante, perché c'è più propensione all'acquisto da parte dei clienti e per quanto ci riguarda durante i saldi c'è sempre una grande risposta di pubblico. Tanto che nell'economia di un anno del negozio la merce venduta nei mesi di sconto vale un buon 20 per cento del totale».



Ma in cosa differiscono dai saldi, allora, le offerte e le promozioni che vengono pubblicizzate al di fuori del periodo di sconti?

«Le promozioni che facciamo sono dettate - spiega Castelli - dall'idea di proporre in alcuni momenti dell'anno delle offerte mirate su singoli prodotti, perché si ritiene che in quel periodo possano essere maggiormente appetibili. Ad esempio - continua il direttore di Coin - possiamo prevedere l'acquisto di un paio di pantaloni a un euro se ne acquistano altri due, perché pensiamo a favorire il ricambio del guardaroba del cliente».

Per far fronte alle difficoltà nei periodi normali dell'anno, ecco dunque che i

commercianti chiedono l'anticipo della stagione dei saldi. Ma non solo.

Se da un lato i commercianti che abbiamo interpellato sarebbero favorevoli alla liberalizzazione degli sconti, eliminando i vincoli di legge, dall'altro non la pensano così le associazioni di categoria dei commercianti.

Il vicepresidente di Confcommercio, Pietro Agen, sottolinea così l'importanza della legge che disciplina il periodo dei saldi: «Le associazioni dei consumatori commettono un errore clamoroso chiedendo i saldi tutto l'anno, perché questo si tradurrebbe esclusivamente in una tecnica di

vendita, mentre i saldi devono essere veri, dettati dall'interesse del commerciante ad eliminare le scorte e da quello del cliente a trovare prezzi più bassi. Se ci si affida alla tecnica di vendita, quindi i saldi tutto l'anno, accadrebbe come nel mercato dei mobili, dove per dodici mesi i commercianti fanno sconti fino al 50%, ma si tratta di sconti su prezzi che decidono loro. Bisogna capire - conclude Agen - che non si può portare il concetto di concorrenza tra gli operatori di telefonia mobile, per fare un esempio, al commercio in generale. Questo perché il regime di concorrenza fra poche aziende fa scendere i prezzi, ma se si tratta di tremila imprese i prezzi salgono anziché diminuire. I consumi nel

singolo negozio diminuiscono, ma i costi fissi rimangono tali per il negoziante che è costretto ad alzare i prezzi».

Michele Spalletta



delegazioni



Paternò, la nuova sede come centro di sviluppo

“

Frutto dell'impegno personale degli stessi associati, la struttura sperimenterà strategie innovative

”

Lo scorso 29 ottobre una grande manifestazione denominata “Un esempio da raccontare” si è tenuta a Paternò in occasione dell'inaugurazione della nuova sede Confcommercio, alla presenza di numerose autorità del mondo politico ed economico.

Un vero esempio da raccontare perché per la prima volta nel mondo delle associazioni gli imprenditori si sono prodigati con il loro impegno personale a ristrutturare la sede facendola diventare un vero laboratorio di studio delle strategie di sviluppo imprenditoriale.

Numerosi tra i partecipanti anche gli imprenditori commerciali della città.

Dopo diversi interventi, nel corso della manifestazione, da parte, prima, del responsabile cittadino della Confcommercio Giuseppe Cusumano che ha rimarcato l'importanza del tessuto imprenditoriale paternese sempre più ricettivo alle proposte di rilancio e sviluppo, sempre pronto a innovarsi per innovare, sempre disposto a scommettersi per ridurre il gap

tra la Grande distribuzione commerciale e le Piccole e medie imprese e della poca attenzione che però viene rivolta dalle istituzioni locali al mondo imprenditoriale della città.

A seguire, l'intervento del vicepresidente della Confcommercio locale Stefano Bella e del presidente della Fipe Paternò Sal-

“

Il responsabile della delegazione

Giuseppe Cusumano:

«Il tessuto imprenditoriale paternese è pronto a lavorare per ridurre il gap tra grande distribuzione e le piccole e medie imprese»

ISCRITTI

Al via il servizio di consulenza



Presentata nel corso di una conferenza stampa tenutasi nei nuovi locali di Confcommercio Paternò, in piazza Regina Elena, un servizio di consulenza che l'associazione di categoria propone ai propri iscritti.

A spiegare i termini dell'iniziativa è stato il delegato cittadino di Confcommercio Giuseppe Cusumano. «Ci siamo adoperati per costituire questo pool di esperti con lo scopo di venire incontro alle frequenti richieste degli imprenditori. Da adesso in poi i nostri associati potranno avvalersi della collaborazione dei consulenti che forniranno informazioni in materia legale, tributaria, tecnica, alimentare, sulla medicina del lavoro e sui finanziamenti comunitari». Il pool di esperti è composto dalla dott.ssa Ionella Cannone, dal dott. Marco Parisi, dall'ing. Giusi Pesce, da Giuseppe Pollina e dall'avv. Stefano Asero.

Giorgio Ciccirella

vo Signorello che hanno evidenziato anche nel loro intervento lo scarso interesse delle istituzioni verso il settore commerciale che rappresenta la linfa vitale dell'economia della città.

A chiusura dei lavori gli interventi del presidente della Camera di Commercio Pietro Agen che si è soffermato sul ruolo che nel prossimo futuro avranno le Pmi rispetto alla Grande distribuzione commerciale che già oggi registra un calo delle vendite pari al 25 per cento, e del presidente della Confcommercio provinciale Giovanni Arena che ha elogiato l'impegno degli imprenditori della città e l'interesse sempre più crescente verso l'organizzazione.



**L'ANTICA
TRADIZIONE
GASTRONOMICA
SICILIANA**

Ristorante
AL DUOMO
Taormina

Vico Ebrei/P.zza Duomo - 98039 Taormina (Me)

Tel. +39 0942 625656

email: info@ristorantealduomo.it - www.ristorantealduomo.it

servizi

Asec Trade: la missione è diversificare l'offerta energetica

“

Il presidente Ugo Costanzo conferma che l'obiettivo è consolidare il core business aziendale, rappresentato dal gas, senza dimenticare le opportunità del mercato

”

Asec Trade srl nasce nel 2004 dalla scissione del ramo di vendita da Asec SpA, erede dell'azienda municipalizzata del gas di Catania.

Asec Trade punta sul proprio spirito d'iniziativa e su un organico snello e giovane. Ma soprattutto sull'ascolto del cliente, premessa fondamentale su cui costruire un duraturo vantaggio competitivo sul mercato, per la propria filosofia aziendale Asec Trade ritiene che il primo prodotto da offrire al cliente sia la trasparenza.

L'obiettivo strategico di Asec Trade Srl è quello di consolidare il proprio core business (vendita gas naturale), aumentando i volumi intermediati ed il numero dei clienti serviti e migliorando la qualità dei propri servizi. Inoltre la società si propone di diversificare le proprie attività negli altri settori energetici.

Dal momento della sua nascita Asec Trade ha compiuto importanti progressi conquistando nuove quote imponendosi come operatore locale leader, sia nel settore del gas che in quello dell'energia elettrica.

Ma le ambizioni di Asec Trade non si fermano all'energia elettrica, da sempre sostenitrice e promotrice dell'utilizzo delle energie rinnovabili, deputata alla tutela dell'ambiente e alla salubrità del territorio, con la nomina del nuovo CdA, avvenuta il 20 ottobre scorso, in cui è stato rinominato il presidente, avv. Ugo Costanzo, il consigliere delegato



Nella foto l'avvocato Ugo Costanzo, presidente di Asec Trade

“

Il presidente:

«L'apertura di nuovi uffici presso il Comune di Giarre testimonia il nostro prossimo obiettivo: l'espansione lungo la fascia jonica»

rag. Benedetto Quintilio Castellano e il nuovo consigliere dott. Valerio Ferito, vengono riprese le iniziative di rilancio della società nei confronti delle energie alternative.

Il nuovo CdA di Asec Trade sta già approntando le azioni necessarie per opera-

re un processo di diversificazione nel settore dei servizi energetici e delle energie rinnovabili; azioni volte al miglioramento e potenziamento delle offerte integrate di energia elettrica e gas e alla scommessa dell'ingresso nel mercato dell'energia fotovoltaica.

Tra le energie rinnovabili il solare fotovoltaico è in veloce espansione in tutto il mondo perché facile, accessibile e adeguatamente incentivata da molti governi che hanno promosso diverse iniziative ed erogato contributi per la sua diffusione; di conseguenza l'installazione di impianti fotovoltaici sta avendo trend di crescita inattesi. L'energia solare è rappresentata come inesauribile e pulita.

«L'attenzione e la cura del cliente rimangono per Asec Trade i punti nodali della propria attività - afferma il presidente di Asec Trade Costanzo - attenzione e cura che non si manifestano soltanto con la diversificazione dell'offerta energetica ma anche con il potenziamento della struttura commerciale, i nostri uffici sono dotati di professionisti e consulenti contrattuali volti a soddisfare le esigenze e le richieste sempre più specifiche dei consumatori, e con una maggiore presenza e assistenza nel territorio, non a caso proprio dallo scorso primo dicembre sono stati ufficialmente inaugurati i nostri uffici presso il Comune di Giarre da cui deriva anche l'obiettivo di allargamento lungo tutta la fascia jonica».

CONFVIVAL

ASSESSORATO REGIONALE AGRICOLTURA E FORESTE

PROVINCIA REGIONALE DI CATANIA

aeinae

PLANTARIUM

Expo mediterraneo del florovivaismo

1-2-3 Febbraio 2008
Ven./Sab. 9:00/19:00 Dom. 10:00/19:00

al PALANAXOS giardini naxos

BIGLIETTO D'INVITO

mem

moda expo' mediterranea

9-11 Febbraio 2008 / Le Ciminiere - Catania

infoline 095 7310711 / Fax 095 356211 - info@expomediterraneo.it

www.modaexpomediterranea.it

www.expodellapubblicita.it

3° EXPO DELLA PUBBLICITÀ



• CATANIA

Centro Fieristico 'Le Ciminiere'
29 Febbraio/1-2 Marzo 2008

Appuntamento con i produttori e distributori di:

- Attrezzature Grafiche
- Comunicazione radiofonica e visiva
- Oggettistica per la promozione
- Serigrafia - Tampografia
- Macchine da ricamo
- Abbigliamento personalizzato e da lavoro
- Espositori per punti vendita
- Attrezzature digitali
- Packaging
- Webdesign

Per informazioni contattare il numero: 095.351253

confnotizie

Expò Mediterraneo, si fa in "tre" tra verde, abbigliamento, comunicazione

“

Tra febbraio e marzo del 2008 sono in calendario "Plantarum Aetna", "Moda Expò Mediterranea" e "Expò della pubblicità", tre grandi appuntamenti fieristici per gli operatori del settore

”

Tra le novità in casa Expò Mediterraneo, l'associazione della Confcommercio di Catania che organizza fiere del settore, c'è **Plantarum aetnae**, il salone del florovivaismo che la Confcommercio di Catania ha voluto per promuovere il comparto e favorire la crescita e lo sviluppo delle imprese aderenti a Confviva. Con il consenso della maggioranza dei vivaisti siciliani, si è deciso di organizzare il salone, dall'1 al 3 febbraio 2008, al Palanaxos di Giardini Naxos, sia per la posizione strategica tra Taormina, l'Etna e Catania, sia per una questione logistica vista la presenza di numerose strutture alberghiere e la vicinanza all'aeroporto Vincenzo Bellini di Catania.

Oltre 5.000 mq al coperto più un vasto spazio esterno accoglieranno circa 145 espositori provenienti da tutta Europa per mettere in mostra migliaia di piante in prevalenza del Mediterraneo.

Ad ammirare le essenze delle coltivazioni mediterranee e le più importanti aziende della filiera florovivaistica saranno invitati buyers italiani e stranieri grazie al contributo dell'assessorato Agricoltura e Foreste della Regione Siciliana che ha dato il patrocinio alla manifestazione, all'interno della quale sono previsti convegni e tavole rotonde e un concorso per i fioristi.

Il MEM, Moda Expò Mediterranea, salone regionale dell'abbigliamento uomo, donna, bambino, sportswear, intimo, casual e accessori, da sempre rappresenta uno dei più importanti eventi regionali dedicato interamente al settore dell'abbigliamento. E' il più antico in casa Expò Mediterraneo.

E' già in preparazione la 13ª edizione, che si svolgerà dal 9 all'11 febbraio 2008 presso il centro fieristico Le Ciminiere di Catania, nell'intento e nella convinzione di attirare ancora una volta migliaia di visitatori e di operatori del settore. La manifestazione, promossa dalla F.N.A.A.R.C. (Federazione Nazionale Associazioni Agenti e Rappresentanti di Commercio)



Sopra, il centro fieristico Le Ciminiere di Catania, sede di due manifestazioni di Expò Mediterraneo 2008

e curata per la parte tecnico organizzativa dall'associazione Expò Mediterraneo del Sistema Confcommercio Catania, prevede anche quest'anno la partecipazione di oltre 100 aziende del settore tessile e abbigliamento. L'evento, riservato solo agli operatori del settore, vedrà la presentazione delle collezioni del prossimo autunno-inverno arricchita da sfilate, eleganti e particolari fashion party e interessanti corsi, seminari e convegni.

Dal 29 febbraio al 2 marzo 2008 si terrà la terza edizione dell'**Expo della Pubblicità**, anche questo in programma al centro fieristico Le Ciminiere di Catania. Un evento diventato punto di riferimento per tutti gli addetti ai lavori, che ha registrato nella passata edizione visite per un totale di 2.000 aziende da tutta la Calabria e la Sicilia. Risultato che infervora gli animi da un lato e dall'altro fa timidamente guardare al Mediterraneo. Per questo dopo tante richieste avute dagli imprenditori si è pensato di incrementare le nicchie che gravitano attorno al mondo della pubblicità.

La presenza di tanti addetti ai lavori ha attirato molti produttori di attrezzature grafiche che hanno chiesto di partecipare. Gli importatori olandesi presenti all'Expo e la partecipazione di circa 20 aziende

che operano a carattere nazionale nel settore del regalo aziendale ha fatto avvicinare anche i produttori di servizi. Hanno chiesto di partecipare infatti anche addetti alla stampa serigrafica e tampografica insieme alle aziende che vendono beni di consumo.

Gli stand dei produttori di maglie promozionali hanno coinvolto i ricamatori e i produttori di macchine da ricamo, mentre la favolosa quantità di gadget ha fatto avvicinare le aziende che si occupano di confezioni ed imballaggi. Con conseguente richiamo di litografi ed aziende che stampano con attrezzature digitali. Chi stampa in lito o in digitale ha bisogno delle attrezzature, ecco qui anche la presenza dei produttori delle suddette.

A completamento non potevano mancare i produttori di abbigliamento da lavoro, dato che oggi tantissime aziende ritengono indispensabile che le loro maestranze abbiano una immagine unica e di buon effetto. Per questo si è voluto dedicare il terzo evento solo agli addetti ai lavori, per non intralciare le normali trattative e per incrementare ancor più le visite.

Il Teatro Massimo "Bellini" torna ad abbracciare la città

“

Il sovrintendente Antonio Fiumefreddo illustra le ultime iniziative per fare continuare il processo di apertura dell'ente lirico verso Catania e i catanesi

”

Arriva il Teatro Massimo che non ti aspetti, quello capace di aprire la sala del Teatro Sangiorgi (dal 14 dicembre, per un giorno la settimana, il venerdì) all'iniziativa "Liberopalco", un modo per mettere gratuitamente a disposizione dei giovani musicisti un posto dove provare e suonare, invece di utilizzare (e pagare), garage o soffitte.

Ma che tutto sarebbe stato diverso, Antonio Fiumefreddo, sovrintendente del Teatro Massimo Bellini, dallo scorso mese di maggio lo aveva promesso sin dal suo insediamento: «È una filosofia molto semplice - spiega Fiumefreddo che ha da pochi giorni messo a posto gli ultimi tasselli, nominando il maestro Stefano Ranzani a direttore artistico del "Bellini" e il maestro Paolo Buonvino a direttore artistico per le iniziative speciali - che appartiene al mio modo di pensare, comune a quello di tanti cittadini. Il Teatro, considerato come un luogo inaccessibile, invece appartiene a tutti. E nella mia visione è un Teatro che esce fuori dalle sue stanze e richiama al suo interno tutti i cittadini di qualunque fascia sociale e di qualunque età. Questo significa finalmente dare un modello alternativo e di qualità alla città. Alcune attività come la musica o il teatro rappresentano questo modello alternativo e questo permette di fare vivere anche lo stadio, la via Etnea o tutti i luoghi di "sfogo" in modo diverso. E il dato significativo è che gli abbonamenti alla sinfonica sono aumentati del 32%, un terzo in più, in controtendenza rispetto al resto d'Italia laddove i teatri perdono abbonati. Questo vuol dire che, oltre al pubblico tradizionale a cui siamo sempre grati, esiste una città che aveva fame di questo Teatro. Noi abbiamo solo assecondato questa fame».

Fiumefreddo, ha dunque impresso all'ente lirico catanese un'impronta moderna e,



Antonio Fiumefreddo, a sinistra, col neo direttore artistico Stefano Ranzani. Sotto il teatro Sangiorgi

“

"Liberopalco"

è il progetto

che permetterà a tutti i giovani musicisti di utilizzare gratis il palco del Sangiorgi per prove ed esibizioni

nell'accezione migliore che tale termine possa avere, popolare: concerti "in esterna" nelle piazze e nei quartieri periferici, l'apertura del teatro alle visite di catanesi e turisti, il maxischermo in piazza, poi "Piccola Opera", la lirica "adattata" per i bambini e, da ultimo, il già citato "Liberopalco", il palcoscenico di un teatro che si rende gratuitamente disponibile per chiunque abbia voglia di fare qualcosa.

Insomma un Teatro che ritrova la città, anzi la chiama a raccolta attorno a sé, la va a stuzzicare dove mai sinora un'istituzione culturale così prestigiosa aveva osato.

Una svolta nella gestione del Teatro. E i



giovani sono una delle chiavi di questa nuova impostazione:

«Tutto ciò che può portare nuove generazioni al Teatro noi lo percepiamo - aggiunge Fiumefreddo -. L'Università rappresenta per eccellenza il riferimento culturale in città e come noi avverte l'esigenza di aprirsi al territorio. Ne abbiamo parlato più volte col rettore Antonino Recca. Questa comune esigenza, e la consapevolezza che in Europa la partnership Università-Teatro non può che fare bene anche nel cogliere le opportunità di finanziamenti comunitari su progetti di grande rilevanza, ci ha portato a questa collaborazione che è ricchissima ed è destinata a svilupparsi sempre di più. E che ha già dato risposte di pubblico significative. Analogamente, abbiamo aperto un canale di dialogo, reso concreto dalla firma di un protocollo, con l'università Kore di Enna, grazie alla sensibilità del rettore Salvo Andò».



Piano Formativo:

"Competenze generali ed integrate della provincia di Catania"

RUP: PR365_PF1073 For.Te AV 1/06

Soggetto Presentatore: Ascom Confcommercio Catania

Soggetto Attuatore: ATS Isfoter, Metaconsulting By MC Sicilia srl

Terzo delegato: Euro Soluzioni 2000 srl

Piano delle attività Formative delle aziende beneficiarie:

- Meter del di G. Nesl & C. S.p.a. e Azalea s.r.l.

totale 200 ore (aule e on the job)

Moduli didattici:

Risk Management - 40 ore

Igovernance della Privacy - 40 ore

Comunicazione - 40 ore

rapporto con il cliente - 80

- Best Western Hotel Mediterraneo s.r.l.

totale 200 ore (aule e on the job)

Moduli didattici:

Gestione strategica del cliente - 50 ore

Tecniche di comunicazione assertiva - 50 ore

Front Office - 55 ore

Back office - 15 ore

Inglese - 30 ore

- Gamma Sport s.r.l.

totale 200 ore (aule e on the job)

Moduli didattici:

Tecniche di comunicazione - 50 ore

Gestione del cliente - 50 ore

Merceologia - 20 ore

Rapporti con il cliente - 80 ore

- Romano Palazzo s.r.l.

PIANO 1 - totale 490 ore (aule e on the job)

Moduli didattici:

Inglese - 90 ore

HACCP - 20 ore

Sommelier - 95 ore

Étiquette - 95 ore

Customer care - 60 ore

Comunicazione - 110 ore

Sicurezza - 20 ore

PIANO 2 - totale 490 ore (aule e on the job)

Moduli didattici:

Inglese - 150 ore

Tecniche di servizio - 75 ore

Management - 30 ore

Informatica - 30 ore

Étiquette - 35 ore

Customer care - 60 ore

Comunicazione - 90 ore

Sicurezza - 20 ore

Le imprese di For.Te.

Attualmente aderiscono a For.Te. 93.369 imprese3, con 1.531.711 lavoratori dipendenti. Il trend delle adesioni al Fondo4 è in costante crescita: dal 2005 al maggio 2007 sono state aumentate del 77,7% con un incremento annuo di circa il 20%. In corrispondenza della crescita delle adesioni si è incrementato anche il numero dei lavoratori dipendenti nelle imprese: 73% in più dal 2005 ad oggi.





Piano Formativo:

"ASCOM: formazione di eccellenza"

RUP: PR324_PF1068. For.Te AV 1/06

Soggetto Presentatore: Ascom Confcommercio Catania

Soggetto Attuatore: Isfoter

Terzo delegato: Formaitalla srl

Aziende beneficiarie:

- Hotel Sheraton Catania
- Hotel Excelsior Catania
- Hotel Baia Verde Catania
- Hotel Villa del Bosco Catania
- Hotel Angiolucci Catania
- Hotel Catania Centro
- Hotel Castello di San Marco Calatabiano
- Hotel La Vetraria Catania



Piano delle attività formative:

► Addetti al Food & Beverage

n° edizioni 2 per un totale di 200 ore (aule e on the job)

Moduli didattici:

- Inglese - 71 ore
- HACCP - 4 ore
- Tecniche di servizio - 75 ore
- Gestione del rapporti con il cliente - 50 ore

► Addetti room division

n° edizioni 3 per un totale di 220 ore (aule e on the job)

Moduli didattici:

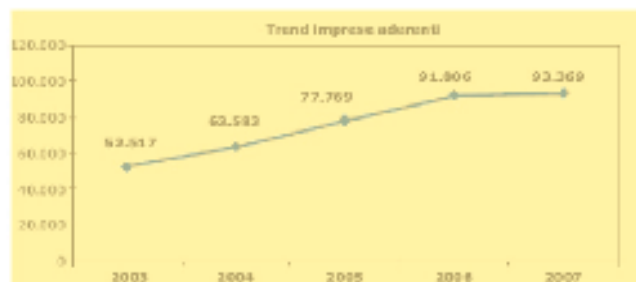
- Inglese - 25 ore
- Tecniche di servizio - 95 ore
- Gestione del rapporti con il cliente - 100 (aule e on the job)

► Addetti all'amministrazione

n° edizioni 1 per un totale di 380 ore

Moduli didattici:

- Inglese - 100 ore
- CRM - 140 ore
- Gestione del rapporti con il cliente - 140 ore



formazione

Tutti i corsi della Confcommercio per la crescita imprenditoriale

“

Il know how dell'Ascom per Registro del Commercio, agenti, Fondo Sociale Europeo, immobiliari, pronto soccorso e libretto sanitario

”

Nell'ambito della formazione Confcommercio ha un ruolo fondamentale. Sono molti, infatti, gli aspiranti imprenditori che frequentano i corsi organizzati dall'Ascom, tra cui:

Corsi R.E.C., (Registro Esercenti il Commercio): generalmente i corsi sono frequentati da chi desidera avviare un'impresa nel settore alimentare e della somministrazione (bar, ristoranti). Le attività didattiche durano circa due mesi per un numero complessivo di 100 ore e sono organizzati con cadenza bimestrale. Alla fine del corso, i partecipanti

conseguiranno gli attestati sostenendo gli esami direttamente in sede.

Corsi per Agenti di Commercio: rivolti a chi desidera avviare un'attività imprenditoriale autonoma di Agente rappresentante di commercio, durano circa due mesi per un numero complessivo di 80 ore, sono organizzati con cadenza bimestrale, anche in questo caso, alla fine del corso i partecipanti sosterranno gli esami in sede.



Corsi per Agenti Immobiliari: sono frequentati da chi desidera avviare un'attività imprenditoriale autonoma di Agente immobiliare, a differenza dei primi due, i corsi per "Agenti mediatori in affari della sezione immobiliare" sono preparatori per sostenere gli esami in Camera di Commercio, durano circa due mesi (80 ore complessivamente) e vengono organizzati con cadenza bimestrale. Ma oc-

corre precisare che la formazione di Confcommercio è anche "straordinaria" grazie all'organizzazione di corsi come: **Corso Fondo Sociale Europeo, per varie specializzazioni;** **Corso per datori di lavoro D.Lgs. 626/94** (sicurezza sui luoghi di lavoro), obbligatori per le aziende con dipendenti; **Corso per RSPP** (responsabile servizio prevenzione e protezione) di 16 ore e riservato ai datori di lavoro; **Corso per RLS** (rappresentante lavoratori per la sicurezza) di 32 ore; **Corso Pronto Soccorso D.M. 388/03** (obbligatori per le aziende con dipendenti), di 12 o di 16 ore a secondo

della tipologia dell'azienda; **Corsi Antincendio:** rischio base di 4 ore, rischio medio di 8 ore, rischio elevato di 16 ore; **Corsi di specializzazione:** "Come avviare un Bed&Breakfast", "Internet" e "Turismo"; **Corsi in sostituzione del libretto sanitario:** obbligatori per le aziende del settore alimentare e somministrazione.

TERZIARIO

Ecco come si accede ai corsi For.Te, Fondo paritetico interprofessionale

For.Te, Fondo paritetico interprofessionale nazionale per la formazione continua, è stato istituito con lo scopo di fornire alle imprese e ai lavoratori del terziario uno strumento innovativo che consente di accedere a programmi formativi basati sulle specifiche esigenze aziendali.

Con l'adesione a For.te. le imprese potranno superare le tradizionali procedure amministrative e investire sulla formazione, utilizzando le risorse già destinate al sistema pubblico. L'iscrizione al fondo nazionale per la formazione continua

è gratuita e non comporta alcun costo aggiuntivo né per l'azienda né per i lavoratori.

Il fondo, infatti, è finanziato con il contributo dello 0,30% che da sempre è versato all'Inps, nell'ambito della quota per la disoccupazione. L'adesione si può fare ogni mese con la denuncia contributiva mensile tramite il DM 10/2. È semplice, basta inserire nel quadro B il codice "Fite", seguito dall'indicazione del numero dei dipendenti in forza all'azienda. L'adesione al fondo è tacitamente rinnovata. Pertanto, il datore di lavoro, una

volta manifestata la volontà di adesione non dovrà più fare alcun adempimento in occasione delle denunce contributive successive.

Ricordiamo, che l'adesione è rivolta a tutte le imprese che operano nei settori del commercio, del turismo e dei servizi e dà diritto a beneficiare di tutti i servizi mirati alla realizzazione di piani formativi rispondenti alle necessità aziendali. Per informazioni rivolgersi al dottor Rino Sardo, Formazione e Sviluppo Confcommercio Catania, allo 095/351253, e-mail: rino.sardo@confcommercio.ct.it.

Libero di scegliere

Da sempre gas
Oggi energia elettrica a tutti con risparmio
Domani... fotovoltaico

Asec Trade, l'energia che conviene

NAVARRIA BROS.



Numero Verde
800-850166

info@asec.ct.it

asec 
trade

HR/organizzazione

Tuffarsi nel mondo del lavoro imparando a gestire se stessi /2

“

Seconda parte dell'intervista a Moreno Prosperi, consulente di strategia e direzione aziendale: «Il successo si ottiene ponendosi obiettivi stimolanti e rispettando le regole»

”



di Rino Sardo

La prima parte dell'intervista condotta a Moreno Prosperi, consulente di strategia e direzione aziendale, pubblicata nel precedente numero e

disponibile sul sito www.confcommercio.ct.it, ha evidenziato come sia necessario, per facilitare una brillante carriera lavorativa, possedere delle caratteristiche definite come “**intelligenza emotiva**”. Alla base dell'intelligenza emotiva ci sono due grosse competenze: una **competenza personale** ed una **competenza sociale**.

Vediamo, nel prosieguo dell'intervista, quali abilità sono poste alla base della **competenza personale**.

La consapevolezza di sé.

Implica innanzi tutto la capacità di riconoscere le proprie emozioni dando loro un nome. In genere quando qualcosa non va (il lavoro non riesce, i colleghi non ci capiscono, etc.) l'emozione prevalente è la rabbia. Ma la rabbia è un'emozione secondaria; è l'espressione di qualcosa che sta più a fondo e che può essere di volta in volta delusione, sconforto o anche paura. Dare il nome giusto ad ogni emozione significa già esercitare una prima forma di contenimento, di controllo. In secondo luogo la consapevolezza di sé comporta un'autovalutazione accurata delle risorse interiori, delle abilità e dei limiti e quindi porta sia alla percezione del proprio valore e delle proprie capacità, sia ad una sana fiducia in se stessi.

La padronanza di sé.

Seppur vada intesa principalmente come autocontrollo, quindi come capacità di dominare le emozioni, non implica assolutamente la soppressione, il soffocamento o la negazione delle stesse. Infatti, se tutte le emozioni sono permesse, non tutte possono essere espresse: se non siamo responsabili dei nostri senti-



“

**Consapevolezza
e padronanza**

**di sé stessi,
motivazioni, empatia
e abilità sociali
sono le caratteristiche
poste alla base
della competenza
personale**

menti, siamo però responsabili per il modo in cui decidiamo di esprimerli. In questo senso, essere dotati di intelligenza emotiva significa essere in grado di gestire i propri sentimenti, essere quindi capaci di controllarli ed esprimerli in modo appropriato ed efficace. Chi è padrone di sé è maggiormente in grado di comportarsi con onestà, agendo eticamente, nel rispetto delle regole, adoperandosi per costruire un clima di affidabilità e autenticità, ammettendo i propri errori e assumendosi le proprie responsabilità per quanto attiene alla propria prestazione, al rispetto degli impegni e all'attenzione al compito.

Il concetto di padronanza di sé potrebbe evocare l'intransigenza, la rigorosità as-



soluta: non è così; implica piuttosto uno spirito di innovazione e adattabilità, cioè l'essere aperti a nuove idee e approcci nuovi, alla ricerca e valutazione di idee originali, all'assunzione di prospettive inedite senza lasciarsi paralizzare dal timore del rischio.

La motivazione.

È data dall'insieme delle tendenze emotive che guidano, sostengono o facilitano il raggiungimento di obiettivi. La motivazione comporta sia la spinta alla realizzazione personale (connessa al cercare la propria soddisfazione proponendosi obiettivi stimolanti, orientandosi al risultato, e coltivando l'impulso a migliorare le proprie prestazioni), sia l'impegno nel dare senso e sostegno anche ad un eventuale lavoro d'équipe.

La motivazione è caratterizzata da una buona dose di ottimismo inteso sia come capacità di essere costanti nel perseguire gli obiettivi al di là degli ostacoli incontrati e degli errori commessi, sia come capacità di puntare sulla speranza di successo e non sulla paura del fallimento.

Quindi, sulla base delle tre abilità sopra elencate, possiamo affermare che una solida competenza personale con la conseguente capacità di individuare correttamente i propri sentimenti e bisogni, consente anche di mettersi in sintonia con i sentimenti degli altri. Questa è la radice prima dell'empatia, cioè della capacità di comprendere gli altri nei loro sentimenti, punti di vista, interessi, preoccupazioni,

mediante un ascolto attivo.

Siamo così entrati, con l'empatia, nelle abilità alla base della competenza sociale. Vediamole meglio.

L'empatia.

Essere empatici significa far risuonare dentro di sé i sentimenti degli altri come se fossero i propri e senza dimenticare i propri, in una sorta di vicinanza senza confusione. È l'accettazione incondizionata degli stati d'animo così come sono offerti nella relazione. Non si può discutere o negoziare il modo in cui gli altri provano un'emozione. Possiamo discutere o disapprovare i comportamenti, ma non le emozioni sottostanti. Nell'essere empatici, accanto alla condivisione dei sentimenti, c'è anche la valorizzazione degli altri, che si manifesta nel credere nelle persone, nel mettere in risalto e potenziare le loro abilità, nel sostenere la loro autonomia, nel rispettare le loro diversità individuali, etniche e ideologiche, nell'utilizzare le differenze come opportunità al di là di ogni pregiudizio.

Abilità sociali.

Le abilità sociali sono intese come la capacità di saper guidare ad arte le emozioni di un'altra persona e trarre vantaggio dal fatto che gli stati d'animo s'influenzano reciprocamente. I sentimenti positivi, infatti, si diffondono molto più velocemente di quelli negativi e i loro effetti influenzano positivamente la collaborazione, la lealtà, la cooperazione e in generale le prestazioni di un gruppo.

Le componenti principali delle abilità sociali sono diverse; in particolare una grande rilevanza assume l'influenza sugli altri.

Coloro che sono in grado di rapportarsi con i colleghi con queste modalità possiedono, in aggiunta, la "leadership", cioè la capacità di ispirare e guidare gruppi di persone.

In conclusione possiamo ribadire che per avere successo nella vita in genere e nell'attività professionale in particolare, non sia sufficiente avere un elevato quoziente intellettivo o essere competenti da un punto di vista professionale, ma occorra soprattutto disporre anche di una intelligenza emotiva che ci consenta di essere competenti anche da un punto di vista relazionale.

“ **Moreno Prosperi:**
«Conoscere bene sé stessi porta ad un'autovalutazione accurata delle risorse interiori, delle abilità e dei propri limiti»



Moreno Prosperi, consulente di strategie e direzione aziendale

servizi

Concretezza e informalità per il benessere delle aziende

“

La tangibilità dei risultati e l'utilizzo di metodi non convenzionali sono i punti di forza di Network Training. L'azienda di selezione, formazione e consulenza al servizio delle imprese

”

Un'azienda fatta di persone, per le persone: questo è Network Training (www.networktraining.it). Giovane ma con le idee molto chiare, Network Training, si è imposta nel settore del supporto alle aziende occupandosi di selezione, formazione e consulenza. Ma, qual'è la sua formula vincente?

«Network Training è una formula giovane di società di consulenza - spiega Luigi Migliore, Amministratore unico di Network Training Srl - . Nasce nel 1999 da un gruppo di consulenti che ha deciso di mettere in rete le proprie esperienze per offrire alle imprese un servizio più completo».

Informalità e concretezza sono i punti cardine della vostra filosofia. Più nel dettaglio, cosa indicano i due termini?

«La concretezza sta alla base della consulenza che di per se è "astratta" ma deve portare risultati concreti. Il nostro obiettivo è quello aiutare le aziende a raggiungere obiettivi reali. Come? Con una logica informale. Non siamo i soliti consulenti impettiti che vengono a "insegnare", siamo quelli con cui si costruisce il successo. Come conferma un nostro recente sondaggio, svolto tra i nostri clienti, l'imprenditore gradisce questa informalità perché gli permette di parlare liberamente dei suoi problemi e di trovare le soluzioni migliori».

Quali sono gli obiettivi che perseguite in ciascuno dei vostri tre ambiti di azione: formazione, selezione e consulenza?

«L'obiettivo principale è sintetizzato dal nostro slogan: "insieme per il benessere della vostra azienda". Crediamo che le aziende siano fatte di persone e che il benessere delle persone ne determini il successo. Trovare la persona giusta che vada al posto giusto garantisce benessere all'individuo e all'azienda. Questo è l'obiettivo della selezione. Per quanto riguarda la formazione, è necessario trovare la formula giusta per far crescere le



Luigi Migliore, amministratore unico di Network Training

“

Luigi Migliore: «Al momento siamo

a Padova e nel 2008

saremo anche a Milano

Ma il mio sogno è poter

aprire nel 2009 una sede

in Sicilia magari a Catania»

persone. Stesso obiettivo per la consulenza. Spesso i lavoratori sono demotivati perché si trovano in posizioni "sbagliate"».

La vostra formazione si serve talvolta di soluzioni alternative e non convenzionali. Può fare qualche esempio?

«I nostri metodi non convenzionali non dipendono da una scelta di piacere, ma sono legati all'obiettivo. Scegliamo il procedimento in base al risultato che vogliamo ottenere. Ecco tre esempi. Il primo è

la formazione outdoor (all'aperto): corsi in cui usiamo l'orienting nei boschi. Un altro è il teatro d'impresa: un gruppo di corsisti mette in scena un testo teatrale. Questo può essere un buono strumento per la comunicazione. Facciamo anche corsi particolari come quello sui cambiamenti e i suoi segnali deboli, attraverso la degustazione guidata da un sommelier professionista. Il vino come metafora dei cambiamenti in azienda. Il manager deve percepire i segnali deboli del mercato, sviluppiamo questa capacità attraverso quella della percezione dei segnali deboli nel vino».

Quali sono le aziende che si rivolgono a voi?

«Abbiamo due macrosettori: aziende pubbliche come Asl, comuni, regioni con cui facciamo percorsi di formazione, e aziende private con cui si fanno percorsi più completi di selezione, formazione e consulenza. Non abbiamo una categoria merceologica che ci caratterizza, perché crediamo che il nostro servizio sia trasversale. Le nostre sono, comunque, aziende con una grande connotazione commerciale e di servizi».

Com'è organizzata la vostra azienda, logisticamente sul territorio nazionale?

«Al momento c'è un'unica sede a Padova (049.8975742). Finora ci siamo sempre spostati per seguire i nostri clienti, ma abbiamo in progetto, per il 2008 l'apertura di una nuova sede a Milano. Inoltre, io sono siciliano e il mio sogno è poter portare alla mia terra un contributo professionale, per questo mi piacerebbe aprire, nel 2009, una sede in Sicilia, possibilmente a Catania».

Obiettivi e progetti per il futuro?

«Non smettere di perseguire il nostro obiettivo principale: dare alle aziende quello di cui hanno bisogno».

Giovanna Di Francesco



Trattoria ♦ Wine Bar

Tutti i giorni aperti anche a pranzo
mercoledì chiuso



FIASCHETTERIA BISCARI

Via Museo Biscari, 8 (Palazzo Biscari) - Catania

email: fiaschetteriabiscari@hotmail.it

Tel. 095 2245379

L'esperto risponde

Per scrivere a "l'esperto risponde" inviare un fax allo 095.356211 o una e-mail a: ufficio.stampa@confcommercio.ct.it

Gruppo di lavoro Come si sceglie il leader?

d. Sono un imprenditore di un'azienda che si occupa di servizi per il terziario. Attualmente la forza lavoro è di 18 dipendenti più gli stagionali; siamo in fase di ristrutturazione aziendale e abbiamo deciso, tra l'altro, di scegliere un responsabile che si occupi di gestire il gruppo lavorativo. Vorrei chiederle un consiglio: come posso scegliere la persona che abbia le giuste caratteristiche senza sbagliarmi? Cosa mi consiglia?

Lettera firmata

Un responsabile deve avere diverse competenze oltre quelle tecniche, che diamo per scontate, la più rilevante, probabilmente, nella fattispecie che mi ha esposto, è la leadership cioè la capacità di ispirare e guidare gruppi e persone suscitando entusiasmo per un ideale comune. La guida efficace di un gruppo richiede inoltre una buona competenza nella gestione dei conflitti, nella capacità di negoziare e risolvere situazioni di disaccordo, incoraggiando il dibattito e la discussione aperta e leale senza creare ulteriori tensioni, ma agendo con tatto e diplomazia e diventando, in tal modo catalizzatori del cambiamento. Infine, nei settori in cui è richiesto il lavoro di gruppo sono inoltre necessari altri elementi quali la costruzione di legami, ossia la capacità di favorire e alimentare relazioni utili e la collaborazione. Tutte queste capacità possono essere misurate attraverso l'*assessment center*; uno degli strumenti più utilizzati in azienda per valutare il potenziale dei dipendenti, cioè le sue possibilità di crescita e di sviluppo. Unico inconveniente il costo: si va dai 3 ai 7 mila euro al giorno.

Rino Sardo

Responsabile Formazione e Sviluppo
Sistema Confcommercio Catania

Il condono fiscale può essere revocato?

d. Ho beneficiato dell'ultimo condono fiscale generale, quello del 2003, omettendo però il pagamento della seconda

e della terza rata.

Molti miei colleghi hanno già ricevuto una cartella di pagamento, e adesso anch'io temo una revoca del condono. Qual è la via migliore, per correre ai ripari?

Lettera firmata

r. Per inquadrare meglio la vicenda, si dovrebbe specificare se questi contribuenti, beneficiari di una delle tante tipologie di condono, abbiano ricevuto un formale atto di accertamento da parte degli uffici finanziari o una semplice cartella di pagamento da parte dell'esattoria, e poi se il recupero di imposta si sia limitato alle rate di condono non versate, oppure sia stato richiesto l'integrale pagamento di imposte e sanzioni di cui si era chiesto il condono.

Vale tuttavia la pena fornire alcuni tranquillizzanti chiarimenti ai suoi primi dubbi. La domanda di condono, non rigettata dall'ufficio, spiega i suoi effetti con il pagamento della prima rata; gli omessi versamenti delle successive rate, pertanto, darebbero titolo all'Ufficio di recuperare gli omessi versamenti ai fini del condono (tutt'al più con applicazione di interessi), ma non di compiere le attività di accertamento e irrogazione di sanzioni, precluse dalla normativa relativa al condono cui si è aderito.

È ammesso il pagamento tardivo delle rate non pagate; ciò chiude la partita in maniera definitiva. Se, prima che ciò avvenga, giunge una cartella di pagamento, con la richiesta del saldo delle somme dovute a solo titolo di condono, essa non dovrà essere intesa, in questo caso, come revoca del condono ma, al contrario, come semplice recupero di somme non versate. La cartella dovrà essere saldata nelle forme e nei termini di qualsiasi ordinaria cartella di pagamento. Ciò chiude, altrettanto, la partita in maniera definitiva (è non è nemmeno preclusa la possibilità di ottenere una maggiore rateazione).

Se, invece, l'eventuale cartella recupera i versamenti e le sanzioni di cui si era richiesto il condono - risolvendosi, nella sostanza, in una revoca del condono stesso - la cartella è illegittima e va tempestivamente impugnata innanzi alla Commissione Tributaria.

Stesso discorso vale per gli atti di accertamento e rettifica del reddito: la comunicazione di condono, non espressamente revocata, si perfeziona col pagamento della prima rata, e impedisce all'Ufficio di ritornare a esaminare gli atti, i verbali o le annualità d'imposta già definiti con condono. An-

che in questo caso, l'eventuale avviso dell'Ufficio può essere annullato con ricorso alla Commissione Tributaria.

Antonio Vellini

Consulente convenzionato
Confcommercio Catania

Ho 27 anni, insieme ad un mio amico vorremmo avviare un'impresa commerciale di

Finanziamento d'impresa quale conviene?

d. Ingrosso prodotti alimentari. Il mio amico ha già esperienza nel settore, abbiamo saputo dei finanziamenti di Sviluppo Italia, misura "Microimpresa", possiamo accederci con la nostra idea imprenditoriale anche costituendo una società?

Lettera firmata

"Microimpresa" è una misura di Sviluppo Italia che finanzia solo le società di persona (S.a.s., S.n.c.) di nuovissima costituzione nelle quali la metà dei soci che detiene la metà del capitale sociale abbiano i requisiti della disoccupazione o inoccupazione al momento della presentazione della domanda, l'assenza di partita Iva, il compimento del diciottesimo anno di età, il requisito professionale richiesto dal tipo di attività, l'essere residenti in uno dei comuni ad obiettivo 1. Inoltre questa misura finanzia soltanto le attività di produzione di beni ed erogazione di servizi e non le attività commerciali. Diversamente le attività commerciali sono finanziate dal prestito d'onore, con un importo pari a 25.823 euro, escluso Iva e soltanto per le imprese di nuovissima costituzione con la forma giuridica di ditta individuale e non società.

Per le sue esigenze potrei suggerire una richiesta di finanziamento con il nostro Consorzio Fidi Cofiac che invece finanzia sia le società sia le ditte individuali di qualunque settore commerciale, artigianale e servizi.

Giuseppe Cusumano

Responsabile
Area Sviluppo Organizzativo
Confcommercio Catania

servizi confcommercio



CONFCOMMERCIO un'organizzazione al fianco degli associati

CREDITO

• **PRESTITO D'ONORE:** L. 185/2000, assistenza e orientamento alla compilazione delle domande per l'accesso al prestito.

Consulenza e orientamento per i giovani che desiderano intraprendere nuove attività imprenditoriali nei diversi settori.

• **COFIAC**

Credito d'esercizio, scopertura c/c, Anticipi su appunti s.b.f., acquisto scorte, leasing et. **fino a 500.000,00 euro**
- tempi di restituzione da 2 a 7 anni
- rate mensili

- al tasso Euribor a tre mesi + 1,50%

Aiuti agli investimenti **fino a 500.000,00 euro**

- tempi di restituzione: 15 anni

- rate mensili o trimestrali

CO.FI.A.C. s.c.r.l.

e-mail: info@cofiac.it

AREA LAVORO

• **PROCEDURE CONTRATTI DI INSERIMENTO,** L. 407/90, CREDITO D'IMPOSTA L. 388/2000

• **ASSISTENZA CONTRATTUALE**

• **TENUTA LIBRI PAGA**

• **RELAZIONI SINDACALI**

• **ASSISTENZA NELLE VERTENZE DI LAVORO**

ASSISTENZA

• **ASSISTENZA ALLA CREAZIONE D'IMPRESA** (SERVIZI, TURISMO, COMMERCIO, E-COMMERCE)

• **ASSISTENZA COMMERCIALE ALLE PMI DEL TERZIARIO** (MERCHANDISING, VENDITA TRADIZIONALE E VISIVA, ECC.).

FORMAZIONE

FORMAZIONE ORDINARIA

• **CORSI:** Rec, Albo Agenti di Commercio, Agenti Immobiliari, 626/94 (sicurezza sui luoghi di lavoro), D.M. 388/2003 (Primo soccorso in azienda), Corsi in sostituzione del libretto sanitario

FORMAZIONE STRAORDINARIA

• **CORSI:** Fondo Sociale Europeo, per varie specializzazioni;

• **CORSI:** gratuiti per addette alle vendite, inglese, vetrinistica;

• **CORSI DI SPECIALIZZAZIONE:** come avviare un Bed & Breakfast, Internet e Turismo, come vendere in negozio, il pricing per le strutture alberghiere, come avviare un'impresa su internet.

CONSULENZA

CONSULENZA IN MATERIA DI LEGISLAZIONE SUL COMMERCIO

• **SERVIZIO RAPPORTI ENTI PUBBLICI:** Camera di Commercio, Rec (consulenza, iscrizione, variazione, ecc.) Registro Imprese (iscrizioni, variazioni, cancellazioni), Assessorato Commercio (rilascio nuove licenze, subingressi, trasferimenti, cancellazioni e varie) Rilascio Certificati d'iscrizione al Registro Imprese in tempo reale.

• **D.Lgs 626/94:** Consulenza, corsi, valutazione rischi

• **QUALITÀ:** Consulenza attraverso consulenti convenzionati

• **AUTOCONTROLLO HACCP D.Lgs. 155/97**

• **RIFIUTI SOLIDI URBANI, INSEGNE, PRIVACY D.Lgs 196/03, IMPIANTI**

• **AUTORIZZAZIONI SANITARIE**

CONSULENZA FISCALE E TRIBUTARIA

• **ELABORAZIONE DATI CONTABILI, COMPILAZIONE MODELLI IMPOSTE DIRETTE E INDIRETTE:** dichiarazione dei redditi-Iva, ecc.

• **DISBRIGO PRATICHE PRESSO GLI UFFICI FINANZIARI**

CONSULENZA IN MATERIA DI CREDITO ALLE IMPRESE

Credito d'impianto, credito di avviamento, credito di esercizio, credito d'imposta, Imprenditoria Femminile, 488/92, l. 236, ecc.;

PATRONATO

Per assistere la categoria in tutte le pratiche di carattere assistenziale, previdenziale e sociale.

I SERVIZI:

Assegni Familiari

Pensioni di Invalidità, vecchiaia e superstiti

Supplementi e ricostituzione pensione

Ricorso avverso i ruoli, controllo cartelle FIRR richiesta assistenza integrativa, assegni parto, cure termali, colonie, ecc.

per gli imprenditori del settore Agenti di Commercio.

EXPO' MEDITERRANEO

Organizza fiere specializzate e di settore, mostre e manifestazioni utili agli operatori economici che desiderano esporre e far conoscere i loro prodotti.

CONVENZIONI

• **CONVENZIONI BANCARIE**

Sconti sui costi di tenuta conto;

• **CONVENZIONI TELEFONICHE**

Sconto sui costi;

• **CONVENZIONE OSPEDALIERA**

Sconto per prestazioni mediche;

• **CONVENZIONI AUTONOLEGGIO**

Sconto del 30 e 35 % sul noleggio di auto e furgoni;

• **CONVENZIONI ALBERGHI**

Sconti sui costi di pernottamento

• **CONVENZIONI SIAE**

Sconti sui costi relativi ai diritti SIAE

• **CONVENZIONI RENAULT**

Sconti sui costi di acquisto di autovetture RENAULT;

• **CONVENZIONE FIAT**

Compreso nel prezzo dell'autovettura un localizzatore satellitare METASYSYSTEM del valore commerciale di 900 euro Iva esclusa;

• **CONVENZIONE OPEL**

Sconti sui costi di acquisto;

• **CONVENZIONE ASSICURATIVE**

Sconti sulle polizze assicurative INA Assitalia e AXA assicurazioni e polizza gratuita agli associati Confcommercio con REALE Mutua, assistenza e consulenza assicurativa gratuita con Gestione Network;

• **CONVENZIONE CON CINEMA E TEATRO**

Sconti e agevolazioni con i cinema Multisala Planet e con i Teatri Stabile di Catania, Metropolitan sugli spettacoli della stagione in corso;

• **CONVENZIONE CON IMPIANTI SPORTIVI**

Sconti e agevolazioni con gli impianti sportivi Sport idea "Muri Antichi", Blu Nuoto srl "Piscina Poseidon", Scuola di Nuoto "La Meridiana" su tutti i servizi offerti;

• **CONVENZIONE PUBBLICITARIA**

Sconti e agevolazioni sulle tariffe per inserti pubblicitari con PK Pubbli-Kompass Spa;

• **CONVENZIONE TRADECOM**

Sconto sui costi in bolletta della fornitura di energia elettrica;

• **CONVENZIONE ENERGIA**

Sconti e agevolazioni sulla fornitura di energia elettrica e gas da parte di Asec Trade.

• **CONSULENZA AZIENDALE**

Consulenza in materia di recupero crediti, cancellazione protesti, rapporti con i lavoratori, fallimentare. Contatti: tel. 095439242; fax 095441276.

HOTEL SANTA TECLA PALACE

★ ★ ★ ★

**SIAMO CHIUSI
STIAMO LAVORANDO PER VOI**



RELAX TRA MITOLOGIA, NATURA E CULTURA.

L'hotel Santa Tecla Palace di Acireale, si presenta agli ospiti, in corrispondenza di un tratto di mare dai colori intensi e all'interno della Riserva Naturale della Timpa. 198 camere, delle quali 12 suite, tutte pensate come oasi di relax unico. I tre ristoranti, tutti con vista mare, propongono un vero trionfo di sapori mediterranei. Il Centro Congressi del Santa Tecla Palace, nella sala principale, può ospitare fino a 450 persone. L'hotel è raggiungibile in circa 5 minuti dall'Autostrada Catania-Messina (A18), 10 minuti dalla Stazione Ferroviaria di Acireale, 20 minuti dall'Aeroporto e dal Porto di Catania.