

impresa informa



Acquisti il "vicinato" conviene

editoriale

Anche in Sicilia
l'organizzazione
Rete Imprese
Italia

focus

Franchising,
la formula
per rilanciare
il commercio

delegazioni

Giarre, nuovo direttivo
Il presidente Castorina:
«Saremo un punto
di riferimento»

intervista



Franz
Cannizzo:
«Ripartiamo
dalla normalità»

Sedi delle organizzazioni



CONFCOMMERCIO
 IMPRESA DEL TERZIARIO

Ascom - CONFCOMMERCIO

Via Mandrà n. 8 - 95124 Catania
 Tel. 095 7310711 - Fax 095 356211
 e-mail: catania@confcommercio.it
 Sito web: www.confcommercio.ct.it



FILCAMS Cgil

Via Stellata n. 13 - 95124 Catania
 Tel. 095 317850 - Fax 095 314511
 e-mail: Federazi125@federazioneitalianalavoratori.191.it



FISASCAT Cisl

Via Crociferi n. 55 - 95124 Catania
 Fax 095 325120
 e-mail: fisascat.ct@tin.it



UILTUCS UIL

Via Etna n. 54/B - 95030 Gravina di Catania
 Tel. 095 7500641 - Fax 095 4190113
 e-mail: uiltucs.catania@virgillo.it

L'EBT Catania è un'associazione **NO PROFIT** tra l'Ascom Confcommercio Catania e i sindacati dei lavoratori Filcams Cgil, Fisascat Cisl e Uiltucs Uil.

L'attivazione è voluta dal Contratto collettivo nazionale del lavoro, terziario, commercio e servizi e ha lo scopo di dare servizi alle imprese e ai lavoratori.

L'Ente bilaterale è un istituto contrattuale e quindi il finanziamento dello stesso è un adempimento obbligatorio. Le aziende, per la provincia di Catania, sono tenute al versamento dello **0,45%** calcolato sulla retribuzione mensile per le 14 mensilità (paga base e contingenza) di cui **0,25%** è a carico dell'impresa e **0,20%** è a carico del lavoratore.

Il mancato versamento comporta, quindi, una **NON** applicazione del Contratto Collettivo del lavoro con tutto quello che ne consegue sul piano del potere di controllo e sanzionamento degli organi o enti pubblici deputati alla vigilanza.

All'EBT Catania fanno riferimento oltre **2000** aziende.



Via Mandrà n. 8 - 95124 Catania
 C.F. 93080630879
 Telefax 095 361155
 E-mail: info@ebtcatania.it
 Sito web: www.ebtcatania.it

Costituito nel 1997 e operativo dal 2001, l'Ente ha proceduto ad attivare diversi servizi:

CONCILIAZIONI VERTENZE

La commissione, in seno all'ente, è competente ad espletare il tentativo obbligatorio di conciliazione in sede sindacale per le controversie individuali o plurime di lavoro, ai sensi agli artt. 410 e seguenti del c.p.c.

APPRENDISTATO

Viene rilasciato il parere di conformità per l'assunzione degli apprendisti.

CONTRATTO DI INSERIMENTO

Verifica la correttezza dei contratti di inserimento a norma del contratto collettivo nazionale di lavoro per i dipendenti delle aziende del terziario, della distribuzione e dei servizi, del 2 luglio 2004.

SOSTEGNO AL REDDITO - AMMORTIZZATORI SOCIALI IN DEROGA

L'Ente ha realizzato un sistema di sostegno al reddito per i lavoratori espulsi da aziende in crisi.

Ente Bilaterale del Terziario della Provincia di Catania

FORMAZIONE

- Promuove e sostiene le iniziative per i processi di formazione continua dei lavoratori previsti dai Fondi Paritetici Interprofessionali (For.Te).
- Informazione e formazione in materia di sicurezza degli ambienti di lavoro.

STUDI E RICERCHE

Incentiva e promuove studi e ricerche per analizzare i fabbisogni formativi e professionali.

CRITERI PER LA FRUIZIONE DEI SERVIZI

Possono usufruire dei servizi tutte le imprese iscritte all'EBT Catania, anche di nuova costituzione, che si trovano in regola con i versamenti associativi - contrattuali.

Per accedere all'iniziativa del sostegno al reddito l'ammortizzatori sociali in deroga, le imprese devono dimostrare la regolarità dei versamenti degli ultimi cinque anni per tutti i lavoratori iscritti sul libro unico.

in questo numero
settembre 2010

Pag. 5	<i>inchiesta</i> Negozi, il vicinato conviene
Pag. 8	<i>focus</i> Franchising, la formula del futuro per risanare il commercio
Pag. 10	<i>primo piano/ regionale</i> Le banche italiane? «Fanno il gioco delle tre carte»
Pag. 14	<i>dinastie</i> La famiglia Nicolosi ha rivoluzionato la professione di agente immobiliare
Pag. 15	<i>associazioni</i> Fimaa, è nato il gruppo giovani imprenditori
Pag. 19	<i>quaderni</i> Pensioni, l'Inps concede l'accesso al conto assicurativo telematico
Pag. 20	<i>servizi</i> L'associazione per crescere, risparmiare e contare di più
Pag. 28	<i>la voce ai negozianti</i> Viale Libertà, una "centralissima" periferia a due passi dalla stazione
Pag. 26	<i>assofranto</i> Una lunga battaglia per valorizzare l'olio d'oliva siciliano di qualità
Pag. 30	<i>l'intervista</i> Franz Cannizzo: «La rinascita di Catania parte dal ripristino della normalità»
Pag. 32	<i>primo piano / nazionale</i> Pietro Agen: «I tagli di Tremonti? Inevitabili ma, per il Sud, ci vuole più coraggio»
Pag. 38	<i>Hr/organizzazione</i> Employer branding, come accrescere la "reputation" e attrarre i talenti
Pag. 40	<i>delegazioni</i> Stelle sfilanti prenota la prossima edizione
Pag. 42	<i>confnotizie</i> Rhs, dà vetrina dell'accoglienza

sommario

EDITORIALE

Nasce anche in Sicilia Rete Imprese Italia



Si è costituito anche sull'Isola, il soggetto di rappresentanza del mondo delle Pmi. L'obiettivo è "riportare" l'attenzione sui problemi reali della Regione e della sua economia, dando voce ai comparti che producono, lavorano molto e hanno sempre ricevuto poco

Credo che in nessuna parte d'Italia fosse sentita, con più forza che in Sicilia, l'esigenza di un'aggregazione di quel mondo di piccole e medie imprese che, pur costituendo il tessuto portante dell'economia isolana, ben poca attenzione ha ricevuto dalla classe politica e dallo stesso mondo della comunicazione.

(continua a pagina 4)

GERENZA

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

Reg. Trib. di Catania n. 28/96
edizione settembre 2010

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
Simeto Docks Srl
Catania

TIRATURA
15.000 copie

IMMAGINE DI COPERTINA tratta dalla campagna di comunicazione di Confcommercio Lombardia - "Faccio acquisti sotto casa, il mio paese/quartiere è più vivo e prende vita il mio distretto"

www.confcommerciolombardia.it

editoriale



(segue da pagina 3)

Abbiamo letto della Fiat, dei rigassificatori, della crisi della chimica gelese; si sono succeduti gli interventi della politica su temi, certamente rilevanti sotto l'aspetto sociale, ma complessivamente, marginali se riferiti all'economia complessiva dell'Isola.

In certe occasioni si è avuta la sensazione forte che con sapienza regia si cercasse di far credere che senza l'eolico o i rigassificatori, l'economia siciliana non avrebbe potuto crescere.

Rete Imprese per l'Italia, creata da Confcommercio, Confesercenti, Cna, Confartigianato, Casa Artigiani - e a cui in Sicilia si sono aggiunti, nella più ampia aggregazione dell'Unione, pla Clai, Confcooperative e Lega Cooperative (che, ci auguriamo, possano quanto prima entrare ufficialmente nel modello nazionale) -, nasce proprio per riportare l'attenzione, non su interessi di parte, non su singole operazioni che favoriscano in

“

«Siamo stanchi di vedere le risorse che potrebbero creare sviluppo e vera occupazione, sprecate per foraggiare un precariato clientelare. E siamo stanchi di essere "dissanguati" dalla burocrazia»

primis qualche grande imprenditore o speculatore magari non siciliano, ma su quelli che sono gli interessi reali della nostra terra.

Siamo stanchi di vedere le risorse che potrebbero creare sviluppo e vera occupazione, impiegate per foraggiare un precariato clientelare.

Siamo stanchi di essere dissanguati da una mastodontica burocrazia che mentre spinge verso il dissesto la Regione, inventa freni allo sviluppo economico al solo fine di giustificare la

propria esistenza e rafforzare il proprio ruolo di condizionamento.

Rete Imprese Italia rappresenta la speranza. La speranza di un mondo che lavora e produce, di un mondo che da molto e riceve poco, di un mondo che non delocalizza le imprese e non esporta i capitali all'estero, di un mondo che è sempre stato estraneo ai sistemi di corruzione così diffusi, di un mondo che senza esibizionismi e senza scorte ha per primo, e lo rivendichiamo con forza, ricordato Capo D'Orlando, fatto rinascere quella coscienza civile che è stato il seme fecondo dell'antiracket.

La sfida è lanciata, sta ora alla classe politica decidere se rispondere sul piano delle scelte e dei problemi o se continuare con lo sterile gioco dei teatrini, dove cambiano gli attori ma dove lo spettacolo resta quello di sempre: triste e insignificante.

M.D.M.



Negozi, il “vicinato” conviene

“ Nonostante fossero stati dati per spacciati dall'avanzata degli ipermercati, i piccoli esercizi sopravvivono. Punti di forza: cordialità, flessibilità e prossimità. E si pensa a un ruolo nel rilancio dei centri urbani ”

di Maria Enza Giannetto

Vicinanza, cordialità e flessibilità. Sono i punti di forza dei negozi di vicinato. E sono le caratteristiche, in fondo, hanno permesso a questi esercizi commerciali di sopravvivere all'avanzata della Grande Distribuzione. Chi non ricorda la signora con il suo grembiule bianco, seduta davanti all'ingresso del suo negozio sempre cordiale e sorridente? Oppure il fruttivendolo che consiglia: no, oggi non prenda le pesche, meglio il melone. Insomma “il negozio della porta accanto” che l'apertura inarrestabile e a volte anche indiscriminata di supermercati, centri commerciali e outlet sembrava aver condannato a morte certa, resiste. E addirittura sta tornando di moda. Certo, qualche differenza c'è, perché, soprattutto nelle grandi città, i proprietari sono spesso extracomunitari e offrono la garanzia di apertura anche fino

“ Francesco Sorbello
Confcommercio:
«Non si può cantare
vittoria dicendo che
i “piccoli” sono ancora
“in vita”, perché queste
attività soffrono soprattutto
se non sono collegate
ai bisogni primari.
Il “no- food” va a morire»

a tardi. Ma il punto è che anche i piccoli, con la giusta “varietà di offerta”, resistono. «Si tratta di una situazione variegata - spiega Francesco Sorbello, Confcommercio Catania -. Ovviamente non pos-

siamo generalizzare, ma la questione riguarda sia le macroaree sia i piccoli comuni. Comunque, se da un lato è vero che questi negozi reggono e che - nonostante la Grande distribuzione - c'è ancora un buon numero di esercizi commerciali di “piccole” dimensioni, è anche vero che la vecchia tipologia di bottega regge soltanto nei piccoli centri, per esempio nei comuni dell'hinterland. Ovviamente, i costi di gestione lì sono più bassi e questo permette la sopravvivenza dei piccoli negozi. Ma il dato non è del tutto favorevole. Pensiamo, infatti, che il rischio della desertificazione per il 25% dei comuni si porterà dietro anche molti di questi esercizi. «Ricordiamo - continua Sorbello - che circa 2000 comuni (non solo comuni montani ma anche quelli attorno alle aree metropolitane) stanno scomparendo. Per questo non basta cantare vitto-

continua a pag. 6

inchiesta

segue da pag. 5

ria dicendo che i piccoli sopravvivono. Non è sempre così. I negozi di vicinato soffrono vicino alla Gdo soprattutto se non sono collegati ai bisogni primari. La piccola merceria, il negozio di scarpe o quello di indumenti, sono destinati a chiudere. Il "no-food" va a morire e se resistono, a stento, è solo perché nei paesi i costi sono minori. Diverso il discorso per le macellerie e gli alimentari che reggono perché legati ai bisogni primari del cliente».

Di fatto, dagli studi effettuati da Unioncamere, risulta che i negozi siano molto diversi da quelli di un tempo. E che la "monotipologia" di una volta, ha lasciato il posto a piccoli market alimentari con prodotti generalisti, che offrono la comodità di chiusure a tarda ora e l'apertura anche nei fine settimana.

Un ritorno, quello del negozio di vicinato, che non sembra, però, trovare ancora riscontro nei dati statistici. Secondo le ultime rilevazioni di Unioncamere, le vendite al dettaglio hanno registrato una flessione pari allo 0,9% rispetto al 2004. In particolare, sono state proprio le imprese commerciali di piccole dimensioni (cioè gli esercizi con meno di sei addetti) a registrare i cali maggiori (-2,2%) a fronte di una maggiore capacità di tenuta evidenziata dagli esercizi di maggiori dimensioni (+1,4% nella grande distribuzione alimentare).

Nonostante i numeri con il segno meno, ci sono segnali che questi negozi reggono. A testimoniarlo tra l'altro ci sono tutta una serie di iniziative, di campagne di sensibilizzazione, di incentivi. L'11 giugno, ad esempio, la Regione Sicilia ha messo a disposizione 20 milioni di euro come incentivo all'apertura di esercizi commerciali che rientrano in questa tipologia.

Ma quali sono le ragioni di questo successo e di questo revival del commercio di prossimità?

«Innanzitutto - dice Sorbello -, va considerato il ruolo svolto da una "congiuntura economica negativa", che induce le famiglie a spendere solo piccole cifre di volta in volta».

Secondo Confcommercio a favorire i negozietti ci sono anche le necessità di una popolazione anziana in rapido aumento: le persone avanti con gli anni, con una mobilità ridotta, che utilizzano poco l'automobile e quindi vanno poco volentieri nei grandi supermercati situa-



“

La gente deve ritrovare la voglia di fare shopping in centro.

Campagne come "Acquista in città" o la promozione dei "Centri Commerciali Naturali" sono importanti per incentivare gli acquisti "al di fuori" del circuito della grande distribuzione

ti in periferia, preferiscono di gran lunga fare la spesa in piccoli punti vendita, soprattutto se li trovano a breve distanza dalla propria abitazione. Inoltre, le famiglie italiane si stanno "restringendo" sempre di più e sono in costan-

te aumento nuclei familiari di piccole dimensioni, categorie per le quali la grande spesa all'ipermercato è un fatto episodico.

Infine, occorre prendere in esame anche un dato extraeconomico: i piccoli esercizi vengono rivalutati non più esclusivamente in base alle politiche di prezzo che adottano, ma anche per la possibilità di stabilire rapporti interpersonali, di stima e di fiducia con il proprietario o con quanti ci lavorano dentro. Rapporti, che è impossibile intrecciare negli ipermercati.

Il quadro è ampio e il revival dipende anche dal mutamento del profilo dei consumatori. Consumatori dalle molte sfaccettature che non disdegnano di andare, magari una volta a settimana, nei grandi centri dove trovano maggiori occasioni di risparmio, ma che poi per i piccoli acquisti o per il prodotto particolare finiscono per trovare più comodo infilarsi nel negozio sotto casa. Abitudini di spesa molto più articolate che

IL BANDO DELLA REGIONE SICILIANA

L'11 giugno è stato pubblicato sulla Gazzetta ufficiale della Regione Siciliana (Gurs n° 27 - parte prima) il bando che mette a disposizione 20 milioni di euro per gli esercizi commerciali e i piccoli negozi di vicinato, prevedendo un contributo pari al 50% delle spese ritenute ammissibili. Ogni impresa potrà presentare una sola richiesta per investimenti di importo minimo di 5 mila euro a un massimo di 50 mila.

Il provvedimento è stato varato dal direttore generale del dipartimento Attività produttive, Nicola Vernuccio.

«È un contributo importante - spiega Marco Venturi, assessore alle Attività produttive - perché destinato ai piccoli esercizi commerciali e utile per il riammodernamento degli interni, delle vetrine, delle strutture e, in alcuni casi, anche degli strumenti e dei mezzi necessari allo svolgimento dell'attività. Si potranno installare sistemi di sicurezza e videosorveglianza, acquistare attrezzature e strutture prefabbricate per svolgere attività commerciali su aree pubbliche».

Dal momento della pubblicazione ci sono 90 giorni di tempo per la presentazione dell'istanza. L'erogazione del contributo avverrà a sportello, dunque chi prima è riuscito a far pervenire il plico avrà più possibilità di ottenere il finanziamento.

Il bando è rivolto a piccole imprese del commercio a dettaglio in sede fissa, esercizi di vicinato, commercio.



in passato, destinate a fare giustizia di quanti pensano che ipermercati e mercatini rionali, supermarket o negozi di vicinato siano in competizione fra loro. Insomma, sembra che a vincere sia il pluralismo distributivo.

«La forza dei piccoli esercizi - spiega Sorbello - è quella di intercettare una domanda che vede i consumatori interessati non solo ai prezzi, ma anche alla convenienza in termini logistici della spesa. Resta il fatto, però, che per sopravvivere i negozi di prossimità devono accontentarsi margini di guadagno più bassi, ma anche adottare orari di apertura più rigidi del passato».

Inoltre, sembra che il commercio di prossimità stia suscitando interesse anche per motivi che vanno al di là del suo ambito specifico. Ci sarebbero anche aspetti che investono campi decisamente più ampi, di carattere addirittura storico e sociologico, legati al territorio e alla sua gestione.

La gestione del territorio, appunto. Perché come sostiene Sorbello: «La città è un valore da difendere e il commercio è l'anima della città».

«Secondo noi - dice il funzionario - ci sono motivi anche sociali ed economici. Però per far continuare a vivere i negozi di piccole dimensioni serve una politica che risollevi questa città. Tralasciando per un attimo quelli dell'hinterland, in città è necessario rimettere in moto la questione parcheggi. L'esperienza negativa di qualche anno fa non può far mettere da parte l'intero progetto. I parcheggi interrati servono, vanno fatti e senza cambiare la destinazione d'uso».



E poi c'è la questione sicurezza e decoro. La gente deve aver voglia di passeggiare e fare shopping. In questo senso le campagne lanciate da Confcommercio «Acquista in città» oppure la nascita dei «Centri Commerciali Naturali» sono segnali importanti per incentivare gli acquisti «al di fuori» della grande distribuzione.

Lo slogan di «Acquista in città», infatti, recita anche: «Se c'è commercio, c'è città». E, in fondo, si può aggiungere: «se c'è commercio c'è vita». Perché il commercio è l'anima di una società e anche di un piccolo comune.

In questo senso i negozi di vicinato hanno la possibilità di dare un contributo allo sviluppo dei centri urbani. Perché, si ritiene, che potrebbero finire per svolgere un ruolo per molti versi importante e rivelarsi utili per provare a rivitalizzare il centro e le periferie (evitando per quest'ultime l'effetto *banlieu*) delle città. Ma il commercio di prossi-

mità potrebbe dare un grande contributo anche nell'arginare la desertificazione. Come? Aiutando a mantenere movimento e luci, scambi economici e interpersonali, in una parola «la vita» nei piccoli comuni.

Certo, si tratterebbe solo di un primo, timido passo, sicuramente insufficiente di per sé nel fermare la fuga, ma decisivo per invertire l'ordine di marcia, per immaginare poi di poter pensare più in grande. Di costruire cioè sistemi-rete e decentramenti produttivi che, attraverso una maggiore diffusione del benessere, tornino a ridare «attrattività insediativa» a luoghi e contrade altrimenti condannate all'emarginazione e alla scomparsa.

Perché su questo non c'è veramente da dubitare: come ha detto efficacemente il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli, quando si spegne un'insegna, è un pezzo di città che muore.

focus

«Franchising, la formula del futuro per risanare il commercio»

“

«È necessario - dicono i presidenti di Confranchisor e Confranchisee - creare una cultura specifica»
Tra i prossimi obiettivi delle due associazioni, un laboratorio di idee per dare vita a format siciliani

”

di Paola Pasetti

Si fa presto a dire franchising. Sì, perché se è vero che cresce di anno in anno il numero degli imprenditori che scelgono di avviare un'attività affiliandosi a una rete commerciale, non è sempre detto che fino ad oggi siano state comprese - e colte - tutte le opportunità che questo sistema può offrire.

Ne sono convinti Alessandro Mertoli e Piero Ambra, presidenti freschi di nomina rispettivamente di Confranchisor e Confranchisee, le associazioni nate pochi mesi addietro in seno a Confranchising Catania per tutelare gli interessi sia di quegli imprenditori che concedono il marchio, i *franchisor*, sia di coloro che affiliandosi ne condividono brand, immagine e prodotto commerciale, i *franchisee*.

Due facce della stessa medaglia, due aspetti inscindibili di una realtà commerciale che sta acquisendo un sempre maggiore rilievo anche in Sicilia.

I numeri parlano chiaro: in Italia sono 55mila le imprese affiliate a marchi nazionali e internazionali; 5.000 i franchising aperti in Sicilia, di cui circa 1.600 solo a Catania.

I vantaggi offerti dal franchising sono tanti: da un lato, la possibilità per chi costituisce una rete commerciale di espandere la propria attività sul mercato e di garantire la presenza del proprio marchio sul territorio. Dall'altro, l'opportunità per gli affiliati di poter contare su un format già sperimentato e su una struttura consolidata, riducendo così i rischi legati all'avvio e alla gestione di un'attività commerciale.

«Non tutti i contratti di franchising - sottolinea Piero Ambra, presidente di Confranchisee - sono uguali: rispetto a quelli in conto acquisto, solo per fare un esempio, i franchising in conto vendita consentono di ridurre notevolmen-



“

Alessandro Mertoli:

«Questo tipo di impresa dà al commerciante

la possibilità di acquisire una propria professionalità, condizione necessaria per resistere sul mercato. Oggi non è più possibile improvvisare»

te il rischio finanziario e le responsabilità legate alla gestione dell'attività, perché è l'azienda madre che sceglie l'assortimento. La capacità dell'imprenditore sta nel saper recepire le indicazioni che vengono dal franchisor».

Know how e segni distintivi dell'azien-

da madre; training e assistenza iniziale e continuativa; canali di acquisto indicati dallo stesso affiliante; pubblicità e promozioni stabilite dal franchisor per tutti i punti vendita; territorio in cui operare con diritto di esclusiva; minori rischi finanziari. Sono i principali vantaggi per chi sceglie di affiliarsi, "garanzie" alle quali corrisponde però un abbassamento dei margini di guadagno.

«Ma anche questo è un aspetto relativo - sottolinea il presidente di Confranchisor Alessandro Mertoli - soprattutto se si considera il lungo periodo. Spesso, fino a qualche tempo fa, i commercianti mettevano su un'attività senza le necessarie competenze e magari riuscivano pure a tirare avanti per qualche anno. Oggi, per resistere sul mercato, non è più possibile improvvisare, bisogna essere dei professionisti, e il franchising dà la possibilità di an-

dare proprio verso questa "professionalizzazione", di garantirsi una maggiore probabilità di successo. Ecco perché riteniamo che il franchising sia anche da noi la formula del futuro, come nel resto d'Europa. Ma per utilizzarla appieno è necessario creare una cultura, fare in modo che gli imprenditori abbiano il giusto know-how».

Compito di Confranchisor e Confranchisee - uniti sotto la denominazione di Confranchising a sottolineare la totale complementarità dei due aspetti - sarà perciò quello di mettere a fuoco la situazione reale del territorio, raccogliere dati, mettere a disposizione questo patrimonio di informazioni ed esperienze. Uno degli immediati obiettivi sarà quello di attivare un apposito sportello nella sede della Confcommercio etnea. Chiunque voglia avere informazioni può già rivolgersi allo sportello telematico delle associazioni (www.confranchising.it, e-mail: info@confranchising.it).

Da commercianti a imprenditori: sembra intanto questa la naturale evoluzione cui va incontro il commercio di tipo classico. «Il modello di gestione del franchising è unico e duplicabile - sottolinea Ambra - per cui è più semplice per il commerciante, sollevato delle incombenze che diventano di pertinenza della casa madre, trasformarsi in imprenditore e riuscire a seguire anche più punti vendita». E se affidarsi a un marchio di successo sembra dare maggiori garanzie a chi vuole aprire un negozio in franchising, è pur vero che la tendenza a preferire aziende forti sul mercato ha prodotto uno spiacevole "effetto clonazione", evidente soprattutto nei centri commerciali, dove i marchi presenti sono, più o meno, sempre gli stessi.

«Il vero problema - continua Ambra - è che finora è mancata una regia, una pianificazione strategica del posizionamento dei marchi e così non è stato possibile realizzare una differenziazione



Alessandro Mertoli

ne. È mia opinione, per esempio, che con la situazione attuale avrebbe più opportunità a posizionarsi un imprenditore che si affida a un marchio nuovo, perché può costruire un progetto che non ha un termine di paragone di prossimità». E allora via libera alle idee, ai nuovi format, meglio se siciliani al cento per cento.



Piero Ambra:
«Un'occasione da non perdere è lo sviluppo dei Centri commerciali naturali. Studiare un piano in sinergia con Università e Comune per portare anche le grandi griffes a investire a Catania»



Piero Ambra

Di esperienze felici ce ne sono già, anche se poche: secondo i dati raccolti da Confranchising, dei mille franchisor italiani, 50 sono nati in Sicilia e di questi 20 a Catania, con qualche illustre esempio che è riuscito a oltrepassare lo Stretto e persino i confini nazionali. «Esempi virtuosi, soprattutto perché per le aziende siciliane è più difficile accreditarsi nel resto

del Paese - sottolinea Mertoli -, gli imprenditori del Sud partono svantaggiati perché devono vincere un pregiudizio, che è quello che ci vuole fannulloni e anche poco affidabili. Dobbiamo risanare il commercio e noi crediamo che quella del franchising sia la formula giusta per farlo, soprattutto se riusciamo a incentivare la nascita di franchisor siciliani».

Da qui l'intenzione di realizzare un laboratorio di idee: «Vogliamo strutturare un gruppo di lavoro in Confcommercio per valutare le idee imprenditoriali che possano diventare soggetti di franchising - annunciano i presidenti di Confranchisor e Confranchisee - e ca-

pire attraverso quali strumenti poterle sostenere. Il nostro obiettivo è stringere un accordo con l'Università di Catania, e in particolare con la facoltà di Economia, per realizzare insieme delle analisi di mercato e capire quale format oggi può trovare uno spazio in un mercato con un'offerta standardizzata». Un primo input era stato lanciato qualche mese fa dal presidente della Camera di Commercio di Catania Pietro Agen, che aveva parlato del progetto di un franchising siciliano, una sorta di marchio "Sicilia" o "Etna" da esportare nel mondo. «La Regione Siciliana ci sta già lavorando - spiegano Ambra e Mertoli - e Confcommercio e Confranchising sono stati invitati a prendere parte al gruppo di lavoro per realizzare un franchising della Sicilia. Si tratta di un progetto interessante: l'idea è quella di creare una catena che offra le eccellenze, le tipicità dell'Isola, e che dovrebbe essere presente in 160 Paesi. Ma prima di tutto è necessario costruire un piano di fattibilità».

Obiettivi a breve e media scadenza, dunque, per le neonate associazioni di Confranchising, le prime del genere in Confcommercio, e che adesso puntano a far nascere realtà simili nelle altre province siciliane.

Intanto, però, si parte da Catania. «Un'opportunità da non perdere - dicono Mertoli e Ambra - è lo sviluppo dei centri commerciali naturali. Il ruolo che potrebbe avere Confranchising potrebbe essere quello di costituire un gruppo di lavoro e lavorare strategicamente al posizionamento dei marchi in determinate vie della città. Sarebbe interessante realizzare un centro commerciale naturale studiato strategicamente, che si differenzi rispetto ai centri commerciali "artificiali". Creare un'offerta diversa e renderla unica, investire, difenderla con un piano di marketing strategico. Un progetto del genere, però, richiede un lavoro in sinergia con il Comune, la nostra associazione di categoria e l'Università, oltre a una serie di investimenti, soprattutto in termini di sicurezza, di viabilità, di informatizzazione. Solo così si potrebbero porre le condizioni per invogliare anche le grandi griffes internazionali a investire a Catania, come avviene nelle altre città d'Italia».

Primo piano regionale

Le banche italiane?

«Fanno il gioco delle tre carte»

“

Entrate in vigore a fine giugno le nuove tariffe, per chi utilizza un conto affidato, hanno solo “sostituito” e non eliminato la commissione di massimo scoperto, risultando, di fatto, più onerose

”

di Gennaro Giacobbe

Ricordate la commissione di massimo scoperto? Le polemiche e le contestazioni di esperti, associazioni di consumatori e di categoria che hanno denunciato questo costo accessorio ingiusto per quanti usano conti correnti affidati? Bene, la situazione com'è a molti nota, è stata radicalmente innovata dalla legge del 28 gennaio 2009 che ha eliminato la commissione di massimo scoperto. Tutto a posto allora? Sembra proprio di no. «L'inganno delle banche, - così lo definisce **Pietro Agen, vice presidente nazionale di Confcommercio** - è tanto palese quanto arrogante».

Cosa c'è, Agen di così scorretto nel comportamento degli istituti di credito?

«Un balzello è stato tolto un altro nuovo e più gravoso pesa sugli affidamenti dei correntisti».

Cioè?

«Le banche, hanno finto di eliminare la commissione di massimo scoperto semplicemente chiamandola in maniera diversa: "Autorizzazione all'uso di fondi, *tassa sull'utilizzo massimo etc. etc.* In questo, la fantasia dei banchieri è stata fervida ma, quel che è peggio, è che questa somma viene richiesta per il fatto stesso che la banca autorizza un fido, mentre prima si pagava per l'utilizzo della somma massima».

Mi spieghi meglio.

«Poniamo, per esempio, che un imprenditore abbia una scopertura di 100.000 euro. Questi paga a prescindere dall'utilizzo del fido 1200/1300 euro all'anno. Ora, nel caso in cui usufruisca dell'intera "scopertura" a sua disposizione, questo inciderebbe per 1,3 punti all'anno in più, chiaramente oltre al tasso di interesse passivo applicato. Ma se, invece, il nostro correntista utilizzasse solo 10.000 euro del fido, si ritroverebbe a pagare sempre la stessa somma del primo esempio, così il tasso globale, in caso di sottoutilizzo,



“

«In Italia, il sistema bancario, le aziende

e l'informazione sono vertici di uno stesso inquietante triangolo. E' questo il vero grande conflitto d'interessi che paralizza il Paese»

può arrivare anche al 20%».

L'ABI si difende sostenendo che hanno dovuto allinearsi ad una direttiva europea?

«Senta, siamo di fronte ad un sistema bancario che riesce a lucrare sul sottoutilizzo dei fondi. Capisco bene che l'istituto di credito a fronte di un affidamento deve fare un versamento alla banca centrale ma, solo per fare un esempio, molte volte accade che l'onere lo assuma un consorzio fidi. E poi la commissione di massimo scoperto prima pesava generalmente lo 0,125 su base trimestrale. Oggi siamo mediamente su uno 0,250, cioè il doppio».

Cosa farete come associazione di categoria?

«Due iniziative da subito: tutti i commercianti saranno protagonisti per una raccolta firme sul territorio siciliano che consegneremo al Presidente della Regione e al ministro Tremonti, per costringere gli istituti di credito a fissare, quanto meno, una cifra massima che non aggravi in maniera così pesante il costo del danaro.

Secondo, verificheremo con i nostri legali le azioni da intraprendere, perché, di fatto, in alcuni casi si supera il tasso di usura».

Ma la classe politica non è riuscita a fermare l'atteggiamento che lei, definisce senza mezzi termini "predatorio" delle banche?

«Questo è un problema di tutto il sistema Italia, della grande confusione che regna in questo Paese. Chi dovrebbe attaccare le banche se queste ultime controllano l'informazione e l'impresa? Questo è il vero conflitto di interessi che ci paralizza».

Vede un pericolo concreto che le banche si impadroniscano delle attività produttive?

«E' già realtà. Guardi l'indebitamento di Telecom, secondo lei chi è il proprietario? Pensi a quello che è successo con il caso Parmalat o Cirio? Le banche, che avevano sbagliato investimento, hanno scaricato le perdite sui risparmiatori, sui loro clienti. Hanno potuto fare tutto questo, perché erano le proprietarie di quelle aziende».

Il ministro Tremonti non ha tanta simpatia per i banchieri.

«Infatti quando tenta di limitare lo strapotere degli istituti di credito si trova sempre più solo».

Non mi dica che anche Confcommercio vuole una banca di riferimento?

«Perché no? Ho presentato un progetto per un grande istituto di credito per il commercio. Vedrete quando metteremo assieme le migliori energie di tutti i nostri Cofidi».



Piani Formativi:

- **ASCOM new competence aeroporto di Catania ed.1 pr186_pf73_av109**
- **ASCOM new competence aeroporto di Catania ed.2 pr182_pf152_av109**

Soggetto Presentatore: Ascom Confcommercio Catania

Soggetto Attuatore: Isfoter

Terzi delegati: Metateam by MC Sicilia srl - Formaitalia srl

Aziende beneficiarie:

- **Sac S.p.a.**
- **Sac Service**
- **Consorzio SAGA Handling**

l'fine generale del piano formativo è quella di dare via ad un'attività aziendale, perfettamente integrata nel sistema e calzata alla "corporata", soddisfacente ai fabbisogni formativi di tutte le risorse impegnate nel raggiungimento di un obiettivo comune: la qualità dei servizi interni ed esterni. Il piano prevede una serie di interventi coordinati e progettati in funzione degli obiettivi primari:

- Creare consapevolezza del cambiamento come fattore di crescita e sviluppo
- Generare collaborazione all'integrazione
- Fornire strumenti per affrontare le criticità derivanti dall'integrazione
- Allineare i comportamenti ai valori
- Creare momenti di condivisione e creazione di team spirit



For.Te.

For.Te. nasce a seguito dell'Accordo istitutivo sottoscritto il 25 luglio 2001 da Confcommercio, ABI, Confetra e ANIA e CGIL, CISL, UIL - a volontà delle Parti sociali che hanno promosso For.Te. - è stata quella di mettere insieme le principali Associazioni di categoria del Terziario per costituire un Fondo capace di garantire opportunità di formazione continua per tutti gli associati del settore privato.

La principale attività del fondo è quella di promuovere, approvare e finanziare piani formativi aziendali, territoriali, settoriali e individuali, concordati tra le Parti i cui beneficiari sono i lavoratori delle imprese aderenti a For.Te. Inoltre, anche per favorire l'avvio delle attività, è stato previsto che For.Te. possa promuovere e finanziare azioni, cosiddette trasversali, come ad esempio la formazione degli operatori delle Parti sociali che hanno promosso il Fondo, azioni propedeutiche ai piani formativi, ecc.

Come aderire

Tutte le aziende che sono tenute a versare il contributo contro la disoccupazione involontaria per i propri dipendenti (di cui all'art. 12 della legge n. 160/1975, così come modificato dall'art. 25 della legge quadro sulla formazione professionale n. 845/1978 e successive modificazioni) possono aderire a For.Te.

Fonte: For.Te.

Come aderire

Aderire a For.Te. è semplice, basta indicare sul modello INPS DM10/2, quadro B, il codice adesione Fondo "FITE". L'adesione a For.Te. è gratuita, non comporta alcun costo né per l'azienda né per i lavoratori, e vale sino a revoca.

Quando aderire

I datori di lavoro devono comunicare entro il 31 ottobre di ogni anno all'INPS, attraverso il modello di denuncia contributiva DM10/2, adesioni e/o disdette le quali producano effetti finanziari e contributivi dal 1° gennaio dell'anno successivo.

dinastie



Di padre in figlio, i Nicolosi hanno rivoluzionato la professione di agente

“

Tre generazioni di mediatori immobiliari e un unico percorso: diventare una vera e propria guida finanziaria per il cliente «Lavorando con indipendenza e onestà, perché dobbiamo operare da professionisti come i no-

”

di Mariella Caruso

Federico ha 8 mesi, deve ancora imparare a parlare. Non sa che potrebbe rappresentare - se mai decidesse di seguire la tradizione familiare - la quarta generazione di *agenti immobiliari* dopo il trisavolo Angelo Salvatore, il nonno Antonino e il papà Angelo Salvatore che ha rotto con la consuetudine di tramandare il nome paterno. «Poco male, mio nipote porta il nome di un grande imperatore», osserva nonno Antonino che di cognome fa Nicolosi ed è erede, in virtù della sua caparbia, della tradizione paterna che perpetua ogni giorno in via monsignor Ventimiglia a Catania sotto l'insegna di Agente Nicolosi - Guida immobiliare. «Precisione inserita nella denominazione - continua - perché mi ritengo un consulente a 360 gradi che opera con indipendenza, professionalità e onestà».

A cominciare tutto fu nel Dopoguerra Angelo Salvatore Nicolosi. Figlio di una famiglia di agricoltori ed esportatori ca-

tanese ebbe l'intuito di comprendere in anticipo che il mondo aveva imboccato la via del cambiamento. «Correva l'anno 1952 quando papà cominciò a vendere case - ricorda Nino Nicolosi - . Capì che il sistema dell'agricoltura siciliana e così il modello di business con il quale era strutturata stava cambiando. La sicurezza la ebbe quando cominciò ad

essere importato dall'India cotone a un prezzo che era appena il 10% del costo al quale lo produceva l'azienda di famiglia nella piana di Catania». Il lungimirante Angelo Salvatore Nicolosi - che dopo qualche decennio da commendatore della Repubblica fu premiato con il «Papà Paletti», il massimo riconoscimen-

Ad Angelo Nicolosi
Il premio «Papà Paletti»,



Angelo Salvatore Nicolosi sr.

to a livello nazionale dato ai soci Federazione Italiana Mediatori Agenti d'Affari (Fimaa) per l'impegno e lo sviluppo e nei primi anni '70 fu sindaco di Viagrande - comprese che il rendimento dell'agricoltura era troppo basso rispetto alla fatica del lavoro e si rivolse al terziario.

«Mio padre ha insegnato a me e ad altri l'immortalità dell'operatore se quest'ultimo si sa trasformare in tempo», continua Nino Nicolosi che, seduto dietro la scrivania del suo ufficio che definisce «democratico» («Un giorno mi trovai un magi-

strato in una stanza e uno che lo stesso conosceva per «motivi di lavoro» nell'altra») e si abbandona ai ricordi di un padre che non avrebbe voluto che seguisse la sua strada. «Nell'immediato Dopoguerra l'acquisto delle case era riservato al 5-10% della comunità. Incoraggiato da alcuni amici inglesi che gli confermaro-

no la vivacità del mercato immobiliare nel loro paese, mio padre pur con una certa vergogna legata ad una legge del 1913 secondo la quale la licenza di mediatore veniva rilasciata dal questore così come per le case di tolleranza, cominciò la sua attività di *sensale*».

Sensale. Una parola ormai scomparsa anche grazie all'impegno di Angelo Salvatore Nicolosi. «La visione moderna di un mestiere in fase di profondo cambiamento spinse mio padre ad impegnarsi con alcuni amici di Milano che erano già riuniti nella Fimaa ad adoperarsi al cambio della normativa del 1913 per ottenere il "trasloco" delle competenze di rilascio della licenza di mediatore immobiliare dal ministero dell'Interno alle Camere di commercio. Essere riuscito nell'intento lo gratificò. Nonostante io allora avessi solo 7 anni ricordo bene tutte queste battaglie in un periodo in cui mio nonno che gestiva in affitto 160 salme di terra e aveva altri affari non era felice della strada intrapresa dal figlio per il quale sognava un futuro diverso in virtù della laurea in filosofia».

Laurea in filosofia che gli permise di cambiare la visione della propria professione: il *sensale* non c'era più e al suo posto ecco l'agente immobiliare. «Fino agli anni '70 in famiglia pagammo uno sfottò sociale - ammette con un sorriso sarcastico -. Ma con papà il *sensale* diventò *mediatore*, da figura passiva divenne uno studioso delle leggi del mercato e di quelle di diritto». L'evoluzione della professione, però, non gli impedì di ostacolare il figlio nell'intraprendere il suo stesso mestiere. «Nel '68 presi la maturità scientifica e mi iscrissi a giurisprudenza. Papà mi diceva: "Se vieni a lavorare qui ti rompo le gambe" e mi dava 10.000 lire alla settimana per non farmi lavorare. Io però cominciai a darmi da fare: da solo riuscivo a vendere 4 appartamenti al mese quando tutti gli altri collaboratori insieme ne vendevano 6. Nel '69 quando papà mi mise alla porta, pur continuando a darmi la sua protezione, nacque Agente Nicolosi - Guida immobiliare».



Nino Nicolosi e, in basso, il figlio Angelo Salvatore jr.



La storia è iniziata nel 1952 quando

Angelo Salvatore sr. ha di fatto abolito la figura del *sensale*. Il figlio Nino ha formalizzato il nuovo mediatore professionale. Il nipote Angelo Salvatore jr. ha portato nelle agenzie di famiglia la tecnologia

La tradizione è stata perpetuata con Angelo Salvatore, oggi braccio destro del padre. «Io non ho fatto l'errore di perdere mio figlio come fece mio padre anche se come lui, in principio, non volevo venisse in agenzia. Cambiai idea dopo la sua laurea - ammette -. Con lui è entrata in agenzia la tecnologia». Naturalmente capita ancora che alcuni clienti preferiscono trattare con papà Antonino piuttosto che con Angelo Salvatore. «Per lui non è un dispiacere», sorride Nino Nicolosi che ha già introdotto il figlio nel circuito della federazione di categoria fondata a Catania nel 1963 perché spiega «è necessario che la categoria cresca per la tutela di tutti».

Da parte sua Angelo Salvatore Nicolosi, componente del Gruppo Giovani Commercio Catania, delegato regionale

e componente del Gruppo Giovani Fimaa nazionale e docente di Diritto della mediazione presso i corsi di formazione regionale obbligatori per l'attività di agente immobiliare, è più che soddisfatto. «Dopo la laurea, ho valutato e ho scelto consapevolmente - osserva -. Essendo molto europeo nella mentalità ho portato in agenzia una nuova metodologia di approccio al mercato tagliando i "rami secchi". Non si accettano più i lavori impossibili e non si accontenta tout-court il cliente. E' il cliente che deve accostarsi alle nostre valutazioni, fatte naturalmente con senso di realtà». E non è finita. «La prossima innovazione - conclude Angelo - sarà la responsabilizzazione del mediatore a livello normativo. Noi dobbiamo diventare professionisti al pari dei notai».

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/le M. Rapisardi)
 Tel. 095/7313287 – 095/239495 Fax 095/7313287

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

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

In seno alla Fimaa è nato il Gruppo giovani imprenditori



“

Angelo Nicolosi è stato eletto delegato per la Sicilia: «Vogliamo essere propositivi per tutta l'associazione, seguendo da vicino l'innovazione tecnologica e normativa del settore»

”

Il 15 luglio a Roma è stato un giorno di svolta per la Federazione Italiana Mediatori Agenti d'Affari del Sistema Commercio Imprese per l'Italia.

Alla presenza del presidente nazionale si è costituito e insediato il Gruppo Giovani Imprenditori Fimaa - Confcommercio quale anello di congiunzione tra innovazione e tradizione. Delegato per la Sicilia è stato eletto il catanese Angelo Nicolosi.

Ogni delegato Regionale rappresenterà i singoli delegati provinciali che ciascuna Fimaa Provinciale dovrà nominare. Questo permetterà di relazionare le varie esperienze territoriali che ciascuna provincia ha sviluppato e verificare la validità di "copiare e incollare" alle altre realtà.

«La motivazione che ha spinto Fimaa alla costituzione del Gruppo Giovani Imprenditori - afferma Angelo Nicolosi - è semplicemente una: avere un motore propulsivo che segua l'innovazione normativa e



Angelo Nicolosi

tecnologica nel nostro campo lavorativo. Ciò dimostra che dopo oltre 100 anni la Fimaa è sempre dinamica e vicina alle esigenze dei suoi associati, segue l'evoluzione della società e sa sempre rigenerarsi».

Con il placet della presidenza nazionale, appena insediato il Gruppo Giovani Imprenditori Fimaa ha già elaborato e presentato due progetti importanti e impegnativi per la tematica e le difficoltà che si potranno incontrare con le varie amministrazioni pubbliche e/o private.

«Il primo progetto del nostro programma - spiega il delegato per la Sicilia Angelo Nicolosi - è stato denominato "Premio Nazionale Tesi di Laurea" e si riferisce ad una borsa di studio/premio a tutti i laureandi partecipanti. Interesserà tutte le università italiane e prevede che ogni anno/biennio sia bandito un Premio Nazionale su tematiche riguardanti la mediazione sotto l'aspetto giuridico, economico e sociale».

«Il secondo progetto - conclude Nicolosi - denominato "Operare in Europa si può" affronterà la problematica della mediazione e le sue norme a livello Comunitario».

Un adesivo per dire no al "pizzo" e all'usura

Sostegno all'attività delle associazioni antiracket e antiusura del Sistema Confcommercio Catania arriva dagli imprenditori e commercianti associati che si schierano accanto a coloro che ogni giorno lottano per la legalità e contro i fenomeni del racket e dell'usura. Dimostrano apertamente di sposare la stessa causa e combattere insieme la stessa battaglia con le parole e con i fatti. Con le parole, esponendo nelle vetrine dei loro esercizi commerciali un adesivo con lo slogan *Contro il pizzo e l'usura per una civiltà ideale*; con i fatti, scegliendo di rendere pubblico ogni eventuale episodio criminoso e prediligendo la via della denuncia in caso di richieste di pizzo. Un impegno morale che è stato sottoscritto nello scorso mese di luglio tra le aziende e le associazioni antiracket per una maggiore tutela nei confronti del fenomeno mafioso.

«I fenomeni che sviliscono gli imprenditori, quali racket e usura, si possono vincere solo con una rivoluzione culturale - sostiene il coordinatore delle Associazioni

“

L'iniziativa del Coordinamento delle associazioni antiracket. Il coordinatore Risicato: «Occorre una rivoluzione culturale»

”



antiracket del Sistema Confcommercio Catania Claudio Risicato -. C'è la necessità oggettiva di contrastare questi reati risvegliando le coscienze, invitando alla denuncia e sensibilizzando alla collaborazione con le forze dell'ordine. Per questo vogliamo coinvolgere i nostri associati in questa iniziativa e invitarli ad aderire nu-

merosi scegliendo di mettere in evidenza l'adesivo nei loro esercizi commerciali».

Lo stato di sofferenza in cui versano le aziende (causato dalla crisi economica del momento che ha determinato un decisivo calo dei fatturati) e le difficoltà di accesso al credito (conseguenza di una burocrazia lenta e farraginoso), sommato al fenomeno delle estorsioni (la seconda fonte di sostentamento dopo lo spaccio

di droga per la malavita) costituiscono un ostacolo allo sviluppo delle imprese.

L'unica arma di difesa per gli imprenditori resta la denuncia. Questo è il messaggio che grazie alla loro attività le associazioni antiracket del Sistema Confcommercio diffondono quotidianamente.

associazioni

«Puntiamo sull'aggiornamento continuo»

“

Successo per il corso di marketing organizzato dall'Ado. Il presidente Mario Giuffrida: «Gli incontri sono importanti per la coesione della categoria». Stilato il programma dei prossimi appuntamenti

”

Gioielleria e lusso, due mondi correlati o indipendenti? È stato questo il tema del corso di marketing organizzato da Ado - Confcommercio Imprese per l'Italia di Catania (Associazione provinciale dettaglianti orafi gioiellieri argentieri orologiai). Un corso che si inserisce nel programma prefissato dall'Ado per la formazione dei propri iscritti e dei collaboratori, per rispondere alla constatata esigenza degli operatori di migliorare costantemente la propria professionalità e in considerazione del successo riscontrato dai corsi organizzati fino ad oggi.

Docente del corso - che ha visto una grande adesione di partecipanti, anche da altre province siciliane (Messina e Caltanissetta) - è stata Federica Palmi, esperta di marketing con ampia esperienza didattica e di settore, formata all'Università "La Sapienza" di Roma.

Sono intervenuti noti esperti del settore quali Floriana Marino, responsabile ufficio marketing "Il Tarì", e Loredana Proserpi,



direttrice dei corsi Igi.

Ad aprire i lavori è stato il presidente provinciale dell'Ado Confcommercio, Mario Giuffrida, che ha sottolineato, ancora una volta, l'importanza dell'attività di formazione che ogni associazione sindacale deve svolgere per favorire la crescita professionale dei suoi associati.

«In Confcommercio abbiamo sempre puntato sulla formazione - ha spiegato Giuffrida - importante non solo per l'aggiornamento continuo degli associati ma an-

che per mantenere un alto livello di coesione tra loro. Siamo convinti che momenti di aggregazione come questi debbano far parte dell'attività di ogni associazione per mantenere alta la professionalità degli operatori. In quest'ottica abbiamo approfittato di questo evento per stilare il calendario per il secondo semestre 2010 e l'inizio del 2011, che prevede: a settembre la visita alla "Fiera di Vicenza", a ottobre la partecipazione a "Il Tarì", a novembre un corso su perle e coralli in collaborazione con l'Igi, a gennaio un seminario sull'allestimento delle vetrine con la dottoressa Palmi, a febbraio un corso sul diamante con l'istituto gemmologico e a marzo la visita alla Fiera di Hong Kong». Molto gradito l'intervento dell'assessore alle Attività produttive, Franz Cannizzo, che ha invitato gli operatori a contribuire al rilancio del centro storico catanese con le loro attività.

bijouxfashion
Cash&Carry

Catania
Le Ciminiere
16-17-18
Ottobre '10
9.30 - 19.30
LUNEDÌ: 9.30 - 14.00

Preziose
Occasioni
d'Affari

RISERVATO
AGLI OPERATORI
DEL SETTORE

gift fair

Concessionaria spazi MIRCO s.r.l.
Tel. 0761.371773 - 095.7221109
Fax 0761.371951 - e-mail: mirco1931@emil.it

gift fair
11ª Edizione

Catania
Le Ciminiere
16-17-18
Ottobre '10

LA FIERA DOVE
IL MERCATO C'È

Bomboniere, regali,
artigianato d'arte,
tavola, tessuti e
complementi d'arredo

Patrocinio:
Fibr-Confcommercio,
Comitato Fiere Terziario

Riviste Ufficiali:
Bomboniera Italiana, Emporium,
Il Commercio, Gift Trader e D'A

Organizzazione TUTTO FIERE s.r.l.

Ingresso riservato agli
operatori del settore

ORARI
9.30 - 19.30
Lunedì: 9.30 - 14.00

IN CONTEMPORANEA:
Il mega meeting
AGENTI
bijouxfashion

gift fair

Concessionaria spazi MIRCO s.r.l.
Tel. 0761.371773 - 095.7221109
Fax 0761.371951 - e-mail: mirco1931@emil.it

FIPE

Nuovo Codice della strada e vendita di bevande alcoliche

Dal 13 agosto scorso è entrato in vigore il nuovo codice della strada che, come è noto, prevede ricadute dirette sulla vendita e somministrazione di bevande alcoliche e superalcoliche.

Queste le norme entrate in vigore:

- nei locali situati nelle aree di servizio lungo le autostrade e le strade classificate del tipo A di cui all'art. 2, comma 2, del decreto legislativo 30 aprile 1992, n. 285:
 - divieto di vendita di superalcolici dalle 22 alle 6
 - divieto di somministrazione di superalcolici dalle 0 alle 24
 - divieto di somministrazione di alcolici dalle 2 alle 6
- esercizi di vicinato:
 - divieto di vendita di alcolici e superalcolici dalle 24 alle 6
- pubblici esercizi (ristoranti, bar, pub, locali da ballo e di intrattenimento, ristoranti e bar negli hotel, agriturismi, circoli privati, fiere, sagre):
 - divieto di somministrazione dalle 3 alle 6
- stabilimenti balneari:
 - permesso di effettuare trattenimenti danzanti con somministrazione di alcolici esclusivamente dalle 17 alle 20



Entreranno invece in vigore, dal prossimo 13 novembre, le norme di seguito riportate, che si devono considerare aggiuntive rispetto a quelle entrate in vigore il 13 agosto:

- obbligo per bar e ristoranti la cui attività si protrae dopo la mezzanotte di detenere un precursore a disposizione dei clienti per il test alcolemico e di esporre le tabelle sugli effetti dell'assunzione di alcolici.

Per gli esercizi per i quali è già scattato il divieto di somministrazione di alcolici dopo le 3 e che effettuano contestualmente intrattenimenti, permane l'obbligo di detenere il precursore e di esporre le tabelle alcolemiche, di cui all'articolo 6 L.160/2007

Il divieto di somministrazione alcolici dopo le 3 di notte per tutti i pubblici esercizi, nonché il divieto di vendita di bevande alcoliche da parte degli esercizi di vicinato, dalle 24 alle 6 non si applica nella notte tra il 15 e il 16 agosto.

I bar e i ristoranti degli stabilimenti balneari devono seguire le norme generali previste dal regolamento dei P. E. posti al di fuori di tali imprese (divieto somministrazione dalle 3 di notte; obbligo di etilometro ed esposizione di tabelle alcolemiche quando il bar od il ristorante resta aperto dopo le 3 di notte e svolge congiuntamente attività di intrattenimento).

Per i trasgressori, anche di una sola prescrizione, sono previste pesanti sanzioni pecuniarie ed, in caso di reiterazione, la sospensione dell'attività. La Fipe Catania ha già predisposto per i propri soci le tabelle alcolemiche che è possibile ritirare presso la sede di via Mandrà 8 a Catania.

Una settimana al sapore di cous cous



Successo per la prima edizione dell'iniziativa che si è svolta a Catania dal 1° al 7 settembre



Ha riportato un grande successo l'iniziativa della Fipe Confcommercio di Catania dedicata a uno dei piatti più tipici del Mediterraneo, il cous cous.

In collaborazione con la condotta provinciale di Slow Food, l'Associazione Italiana Cuochi, la Camera di Commercio di Catania, la Provincia regionale di Catania e l'assessorato alle Attività produttive del Comune di Catania, la prima edizione della "Settimana del Cous cous" si è svolta al centro storico catanese dal 1° al 7 settembre 2010 coinvolgendo una trentina di ristoranti.

Turisti e catanesi presi per la gola nell'incanto del Barocco del centro storico di Catania. Un modo per dare forza ed impulso al turismo e alle attività commerciali della città.

«Una sana competizione tra i ristoranti - spiega Dario Pistorio, presidente regionale Fipe Confcommercio - al fine di promuovere i prodotti tipici del nostro territorio, con grande attenzione all'alta qualità delle materie prime utilizzate e mettendo in primo piano il servizio di accoglienza».

Ad aprire la settimana dedicata al cous cous è stato il convegno sull'enogastronomia e i prodotti tipici del Mediterraneo, tenutosi al cortile Platamone il 31 agosto, al quale ha partecipato anche Edi Sommariva, direttore generale Fipe Nazionale, che ha



messo a confronto le maestranze e i ristoranti nella preparazione del piatto di tipica tradizione mediterranea.

«Abbiamo pensato a un percorso itinerante enogastronomico - afferma Giovanni Trimboli, presidente provinciale Fi-

pe Conals - che ha coinvolto i ristoranti del perimetro del centro storico catanese che hanno proposto alla propria clientela la pietanza cous cous. Una settimana all'insegna del gusto e della qualità espressa dai nostri ristoranti in un percorso che ha compreso i locali dalla via Umberto fino alla suggestiva pescheria. Il logo della manifestazione esposto all'esterno ha marcato l'appartenenza all'iniziativa».

Soddisfatto anche l'assessore alle Attività Produttive del Comune di Catania Franz Cannizzo, che ha creduto nell'iniziativa, tanto da inserirla nel cartellone dell'Estate Catanese. «Credevo che proposte come questa - sostiene l'assessore Cannizzo - in una cornice suggestiva come quella del nostro centro storico, siano un valore aggiunto per il rilancio del centro storico di Catania e per l'accoglienza turistica di questa città. Arrivederci alla prossima edizione».



CONFIDI DELLA CONFCOMMERCIO - IMPRESE PER L'ITALIA -



FINANZIAMENTI GARANTITI ALLE IMPRESE

- ➔ ELASTICITA' DI CASSA;
- ➔ ACQUISTO SCORTE;
- ➔ ACQUISTO ARREDI, ATTREZZATURE E BENI STRUMENTALI;
- ➔ ACQUISTO IMMOBILE PER ATTIVITA';
- ➔ ANTICIPO POS
- ➔ ANTICIPO APPUNTI E FATTURE SBF



Presso tutte le delegazioni Confcommercio
095/7310721 - info@confidiconfcommercio.it

a cura del dottor Antonino Barberi
Responsabile Area Legislativa Confcommercio

§ Pensioni, l'Inps concede l'accesso al conto assicurativo telematico

Sappiamo tutti quanti assicurati delle gestioni Inps hanno avuto la disavventura, al momento del pensionamento, di riscontrare inesattezze sulla propria posizione assicurativa.

Certo, si dirà, avrebbero potuto pensarci prima.

Avrebbero dovuto chiedere l'estratto della propria posizione contributiva e controllarlo, ma la prospettiva delle lunghe file agli sportelli scoraggia molti assicurati.

Ed ecco che interviene l'Inps con una importante iniziativa diretta a consentire a tutti l'accesso, questa volta in via telematica, alla propria posizione.

L'operazione è, visto l'enorme numero di assicurati, dilazionata nel tempo.

I primi soggetti destinatari dell'operazione sono:

- i lavoratori iscritti al Fondo Clero;
- i lavoratori iscritti all'assicurazione generale obbligatoria che raggiungono l'età pensionabile nell'anno 2010 o nel 2011;
- i lavoratori dipendenti che abbiano intrattenuto un rapporto di lavoro nel quinquennio 2005/2009;
- i lavoratori parasubordinati iscritti alla gestione separata i quali, successivamente al 31 dicembre 2004 (data di invio dell'emissione generalizzata degli estratti conto), abbiano: contribuzione accreditata, denuncia mensile non abbinata, iscrizione alla gestione in mancanza di denun-

ce, modifica di situazioni risalenti all'estratto conto della precedente emissione del 2004.

A predetti soggetti verrà recapitata una lettera personalizzata con le motivazioni che hanno dato luogo all'iniziativa e le relative istruzioni per l'accesso al "cassetto previdenziale" del cittadino, unitamente alle informazioni sul nuovo estratto conto elettronico ed al suo utilizzo mediante canale elettronico.

L'accesso all'estratto conto è consentito esclusivamente ai cittadini forniti di Pin rilasciato dall'Istituto o di Carta Nazionale/Regionale dei Servizi, pertanto, agli assicurati che non ne sono in possesso verrà, con tale lettera, inviata anche la prima metà del codice personale per l'accesso ai servizi personalizzati. Per il completamento delle ulteriori cifre del codice personale gli interessati dovranno rivolgersi telefonicamente al Contact Center dell'Inps.

L'assicurato, munito di Pin, che avrà l'accesso al proprio conto assicurativo ed al Cud previdenziale avrà anche la possibilità, ove riscontri delle anomalie, di effettuare le segnalazioni direttamente on line, attraverso l'applicazione "segnalazioni", allegando, se del caso, in formato digitale la documentazione utile per la definizione della richiesta. La comunicazione della richiesta di

variazione verrà protocollata automaticamente ed inoltrata alla Sede dell'Inps competente nella trattazione. Contemporaneamente il sistema rilascerà all'interessato la relativa ricevuta.

Analogamente a quanto avviene per l'estratto conto assicurativo, possono essere effettuate segnalazioni di anomalie anche per il Cud previdenziale in relazione ad errori di inquadramento, di retribuzione, di copertura settimanale parziale o totale di rapporto di lavoro.

Ovviamente il nostro consiglio è di farsi assistere dal Patronato Enasco, dove troverete la professionalità necessaria ad assistervi e tutelarvi nel migliore dei modi.

L'assistenza è gratuita.

§ Carta acquisti: più alto il limite dei redditi

E' stato adeguato al costo della vita il limite di reddito entro il quale i più bisognosi possono ottenere la carta acquisti per i beni di prima necessità e il pagamento delle bollette (luce e gas).

La carta acquisti - già prevista dal 2008 - è una normale carta di pagamento elettronico, uguale a quelle già in circolazione e largamente diffuse nel nostro Paese.

La differenza principale è che con la carta acquisti le spese, anziché essere addebitate al titolare della carta, sono addebitate direttamente allo Stato.

La carta può essere utilizzata per effettuare acquisti in tutti i negozi alimentari abilitati al circuito Mastercard. I negozi, poi, che espongono il simbolo qui a fianco, consentono di ottenere sconti aggiuntivi oltre alle normali promozioni.

A chi spetta

Possono beneficiare della carta acquisti:

- i cittadini italiani con più di 65 anni di età ed un reddito quest'anno non superiore a 6.235 euro;
- le famiglie in cui, con lo stesso livello di reddito, sia presente un bambino fino a tre anni di età;
- gli ultrasettantenni con reddito inferiore a 8.313 euro nel 2010.

L'Inps ha precisato che le carte già ottenute non hanno alcuna scadenza. Chi, invece, non ce l'ha, per ottenerla, deve compilare un apposito modulo reperibile presso gli uffici postali, allegando sia la fotocopia del documento di identità e sia l'attestazione



l'associazione


CONFCOMMERCIO
 IMPRESE PER L'ITALIA

GENTILE ASSOCIATO,
CI AIUTI A MIGLIORARE LA NOSTRA COMUNICAZIONE ED I NOSTRI SERVIZI DEDICATI ALLA SUA AZIENDA

La Confcommercio di Catania, al fine di ottimizzare le comunicazione ed i servizi verso le aziende associate, sfruttando la tecnologia informatica, oggi alla portata di tutti, che permette di avere notizie in **“tempo reale”**, sta predisponendo un servizio di invio lettere, circolari ed informazioni varie, utili nella gestione delle aziende, a mezzo **posta elettronica** e **messaggi sms** sui telefoni cellulari.

LA INVITIAMO A RESTITUIRCI LA SEGUENTE SCHEDA

 via e-mail a: segreteria@confcommercio.ct.it

via fax allo: 095 356211

via posta ordinaria a: Confcommercio - Via Mandrà, 8 Catania

Ragione sociale azienda

via città cap

e-mail tel. fisso tel. cell.

attività N° dipendenti

titolare/legale rappresentante

nato a il

CON LO STESSO MEZZO PUÒ ANCHE FARCI PERVENIRE:

- Problematiche legate alla sua attività ed al territorio in cui opera
- Suggerimenti su possibili iniziative di carattere Sindacale
- I servizi che per la Sua attività vorrebbe avere da Confcommercio

GRAZIE PER LA COLLABORAZIONE

CONFCOMMERCIO CATANIA CAMPAGNA ASSOCIATIVA 2010

**VIENI IN CONFCOMMERCIO AD ISCRIVERTI O A RINNOVARE
LA TUA ADESIONE PER L'ANNO 2010**



**ISCRIVERSI A CONFCOMMERCIO SIGNIFICA
RENDERE PIÙ FORTE E INCISIVA L'AZIONE
DI RAPPRESENTANZA E DI TUTELA DELLE
CATEGORIE ASSOCIATE NEI CONFRONTI
DELLE ISTITUZIONI COMUNALI,
REGIONALI E NAZIONALI**

**ISCRIVENDOTI A CONFCOMMERCIO
RICEVERAI LA TESSERA CHE TI
PERMETTERÀ DI USUFRUIRE DI TUTTI
I SERVIZI CHE L'ASSOCIAZIONE
OFFRE AI PROPRI SOCI.**

Ecco alcuni dei tanti servizi:

- Convenzioni bancarie che permettono di ridurre di oltre il 50% i costi di tenuta del c/c;
- Convenzioni per la telefonia con sconti fino al 25%;
- Convenzioni per il noleggio di auto e furgoni con sconti sino al 35%;
- Convenzioni con SIAE ed Assicurazioni;
- Finanziamenti bancari agevolati attraverso la Confidi COFIAC;
- Corsi sostitutivi dell'ex libretto sanitario;
- Corsi previsti dalla Legge 626 (sicurezza nei luoghi di lavoro);
- Corsi primo soccorso in azienda;
- Iniziative specifiche per i singoli settori.

ADERIRE A CONFCOMMERCIO NON COSTA, ANZI!

**CON I SERVIZI OFFERTI, AVRAI UN FORTE RISPARMIO
NELLA GESTIONE DELLA TUA IMPRESA**

L'associazione / le convenzioni

Servizi e agevolazioni per gli associati

Con le convenzioni bancarie si può risparmiare riducendo i costi del 50% sulla tenuta del conto corrente bancario.



. CONVENZIONI BANCARIE

Sconti sui costi di tenuta conto; Sconti su tutte le transazioni con carte di credito (circuiti Visa e Mastercard) con Federazione Moda Italia/Banca Sella;

. CONVENZIONI TELEFONICHE

Sconti sui costi fino al 35% con i gestori Tim, Vodafone, 3. Nuova convenzione con Geofonia.



geofonia La convenzione stretta con Teleunifonia offre agli associati un servizio di telefonia semplice, trasparente e vantaggioso, soprattutto per le chiamate internazionali. Il prodotto chiamato Geofonia, consente di chiamare, inviare sms e messaggi senza cambiare operatore telefonico.

. CONVENZIONI AUTONOLEGGIO

Sconti del 35% sul noleggio di auto e furgoni con le aziende Maggiore, Avis, Hertz, Leasys



. CONVENZIONI ALBERGHI

Grazie all'accordo siglato con Federalberghi Confcommercio viene riconosciuto agli associati uno sconto pari al 30% sul costo del pernottamento. Basta collegarsi al sito www.ospitalitasumisura.it.

. ACCORDO FEDERAZIONE MODA ITALIA-BANCA SELLA

Con la convenzione è prevista una scontistica interessante su tutte le transazioni con carte di credito del circuito Visa e Mastercard (commissioni 1,5%), PagoBancomat (commissioni 0,5%).

. CONVENZIONI SPETTACOLO

Grazie all'accordo Siae viene riconosciuto agli associati Confcommercio uno sconto fino al 20% sui diritti relativi alla diffusione musicale a mezzo strumenti meccanici o dal vivo, concertini o piano bar.

Grazie all'accordo Scf, Società Consortile Fonografici, viene riconosciuto agli associati Confcommercio dal 15% al 30% di sconto sulle tariffe sulle pratiche presentate con l'assistenza delle Associazioni provinciali di appartenenza.

. CONVENZIONI ASSICURATIVE



Ina Assitalia: Con l'iscrizione alla Confcommercio si ottiene la possibilità di accedere ad una speciale polizza assicurativa con sconti fino al 20%, che prevede: un piano previdenziale individuale per il titolare e per i dipendenti; copertura assicurativa agevolata per tutti i rischi connessi alla tutela della salute della persona (infortuni, malattia); coperture assicurative agevolate per tutti i rischi connessi alla proprietà e/o alla conduzione dell'azienda.



Vittoria Assicurazioni: L'accordo con Vittoria Assicurazioni S.p.A. offre coperture assicurative a condizioni economiche vantaggiose alle imprese associate, ai soci, ai dipendenti di Confcommercio Nazionale e delle sue Associazioni territoriali e di categoria. L'offerta spazia dai Rami Elementari all'Auto (R.C. e Rischi Diversi), con l'obiettivo di fornire la certezza di poter affrontare serenamente ogni inconveniente della vita privata e soprattutto professionale.

Tra i prodotti offerti in convenzione c'è la linea Persona e Famiglia. Con questa linea di prodotti, Vittoria Assicurazioni fornisce agli assicurati la certezza di affrontare serenamente ogni inconveniente legato all'ambito della vita privata, familiare, lavorativa grazie a coperture complete e modulari.

. CONVENZIONE ENERGIA

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

Asec Trade Catania: Con Asec Trade Catania è possibile ottenere la fornitura di gas naturale, di energia elettrica e di servizi alle aziende iscritte alla Confcommercio di Catania a costi vantaggiosi. Per quanto riguarda il gas, Asec Trade assicura agli associati che ne fanno richiesta la promozione "25 per mille". Asec Trade riconoscerà al termine dell'anno termico un premio pari al corrispettivo di 25 mc per ogni 1.000 mc consumati, sui quantitativi prelevati durante lo stesso periodo. Il premio sarà corrisposto in un'unica soluzione successivamente alla chiusura dell'anno termico e comparirà in bolletta con la dizione "premio Confcommercio". Per quanto riguarda l'energia elettrica, Asec Trade ha messo a punto offerte economiche dedicate alle aziende, che consentono un risparmio certo, da verificare caso per caso, rispetto alle tariffe applicate da Enel (www.asec.ct.it).



Vantaggi Tradecom: bollette meno care e più convenienti per tutti gli associati. Tradecom la società di Confcommercio, ha il compito di acquistare l'energia elettrica al mercato libero alle migliori condizioni e riconosce agli associati sconti dal 7 al 10%:

- uno sconto di euro 0,55 su Kw/h;
- nessuna Commissione d'ingresso;
- nessuna detrazione sul risparmio;
- la restituzione del deposito cauzionale.

Per aderire basta presentare all'Ascom territorial-

le le fatture Enel dell'ultimo anno e compilare la scheda di rilevazione consumi.

. CONVENZIONI AUTO



Fiat Group Automobiles ha predisposto speciali condizioni commerciali riservate alle aziende associate a Confcommercio, valide per l'acquisto di veicoli commerciali nuovi del marchio Fiat Professional (Fiat Veicoli Commerciali) compresi nei vigenti listini nelle versioni attualmente commercializzate. Le condizioni di sconto della convenzione potranno essere cumulate con eventuali promozioni finanziarie mensili proposte dalla Marca Fiat Professional con comunicazioni specifiche. Per beneficiare della convenzione è necessario presentare al concessionario l'attestato d'iscrizione Confcommercio.



Dalla convenzione Confcommercio-**BMW** nascono interessanti offerte che riguardano l'allestimento di alcune versioni di modelli di punta del catalogo della casa bavarese: a essi vengono applicate condizioni di grande favore riservate a Confcommercio. I modelli che, almeno in questa fase iniziale, sono soggetti a trattamento di privilegio sono: BMW Serie 1, BMW Serie 3, BMW Serie 5 e BMW X3.

. CONVENZIONE TIRRENA NAVIGAZIONE

La convenzione tra la Tirrenia Navigazione e Confcommercio mette a disposizione degli associati e dei familiari agevolazioni per viaggi sulle unità di flotta durante tutto l'anno e prevede condizioni particolari per gruppi di 10 persone in su.

. CONVENZIONE SICURITALIA



Dalla partnership con Sicuritalia Group, leader della sicurezza in Italia, è nato il "Progetto Sicurezza", un insieme di prodotti e servizi di vigilanza che offre a tutti gli associati Confcommercio la messa in sicurezza dei propri esercizi commerciali associati, con un trattamento economico che garantisce un rapporto qualità/prezzo di grande favore con sconti per la fornitura in comodato gratuito degli impianti tecnologici del 20% sul costo complessivo.

. CONVENZIONE CARBURANTI



Dalla convenzione tra Shell EuroShell Card - a carta carburante, utilizzata per il pagamento dei rifornimenti degli autoveicoli aziendali un'offerta per le imprese associate a Confcommercio, anche a partire da un solo automezzo. L'associato può richiedere tante tessere quanti sono gli automezzi della sua flotta, con una notevole facilità di gestione (sconto garantito in qualsiasi momento, basta tenere la tessera nel cruscotto del mezzo). EuroShell Card prevede uno sconto di 2 centesimi al litro iva inclusa in fattura sui rifornimenti effettuati sulle reti Shell, Api, IP e Tamoil, applicabile anche per i rifornimenti "fai da te" o "self-service". La Carta euroShell è gratuita per un anno dalla richiesta della carta. Dal secondo anno la carta costa solo 10 euro + Iva l'anno sarà per sempre gratuita se abbinata alla Carta di Credito Confcommercio.

l'associazione / le sedi

ACI BONACCORSI

c/o delegazione di Viagrande*

ACICASTELLO

INDIRIZZO
Via Re Martino, 184
DELEGATO
Salvo Vitale
TELEFONO
348.2481429

ACICATENA

INDIRIZZO
Via Vittorio Emanuele, 9
DELEGATO
Orazio Quattrocchi
TELEFONO
095.802798
E-MAIL
o.quattrocchi@mail.gte.it

ACIREALE

INDIRIZZO
Via Marzulli, 20
RICEVIMENTO
Lun/Merc/Ven - ore 8.15-13.15
DELEGATO
Francesco Petit
TELEFONO
095.604622
E-MAIL
francesco.petit@tiscali.it

ADRANO

INDIRIZZO
Via Tagliamento, 58/a
RICEVIMENTO
Da Lun/Merc/Ven - ore 15.30-19
DELEGATO
Antonello Saitta
TELEFONO
095.7691889
E-MAIL
adrano@confcommercio.ct.it

ACI SANT'ANTONIO

c/o Delegazione Viagrande*

BELPASSO

INDIRIZZO
Via Roma, 91
DELEGATO
Valenti Orazio
TELEFONO
320.0475149
E-MAIL
orazio.valenti@confcommercio.ct.it

BIANCAVILLA

INDIRIZZO
Via Mongibello, 16
DELEGATO
Lanza Franco
TELEFONO
338.2574499 - 095.984794
E-MAIL
fralanza@libero.it

BRONTE

INDIRIZZO
Via Gabriele D'annunzio, 6
RICEVIMENTO
Lun/Merc/Gio: ore 9.10-13
Mart/Merc/Ven: ore 15.30-19
DELEGATO
Antonello Saitta
TELEFONO
095.7722402 - 337.630036
E-MAIL
confcommercio.bronte@tiscali.it

CALTAGIRONE

INDIRIZZO
Viale Milazzo, 53

DELEGATO
Michele Scaletta
TELEFONO
0933.27035
E-MAIL
caltagirone@confcommercio.ct.it

GIARRE

INDIRIZZO**
Via Don Tommaso Cannizzaro, 19
DELEGATO
Saretto Previtiera
TELEFONO
095.937709
E-MAIL
giarre@confcommercio.ct.it

GRAMMICHELE

INDIRIZZO
Via Crispi, 48
DELEGATO
Sergio La Spina
TELEFONO
333.7714477
E-MAIL
grammichele@confcommercio.ct.it

GRAVINA DI CATANIA

INDIRIZZO
Via Etnea, 303
RICEVIMENTO
Giovedì: ore 16-19
DELEGATO
Toscano Cesare
TELEFONO
095.397411
E-MAIL
cesare.toscano@confcommercio.ct.it

LINGUAGLOSSA

INDIRIZZO
via Viola, 2
RICEVIMENTO
Lunedì: 15.30-18
DELEGATO
Antonello Saitta
TELEFONO
337.630036
E-MAIL
confcommercio.bronte@tiscali.it

MANIACE

INDIRIZZO
Corso Maniace, 32/a
DELEGATO
Tommaso Di Bella
TELEFONO
095.690297 - 348.3410547
E-MAIL
rag.tommasodibella@virgilio.it

MAZZARRONE

INDIRIZZO
Via Principe Umberto, 159
DELEGATO
Sergio La Spina
TELEFONO
0933.29512 - 0933.29840
E-MAIL
sergiolaspina@tiscali.it

MILITELLO V.C.

INDIRIZZO
Via Caduti del XVI Marzo, 10
RICEVIMENTO
Martedì: 15.30-18.30
DELEGATO
Giuseppe Cusumano
TELEFONO
338.8277311
E-MAIL
gi.cusumano@tiscali.it

MINEO

INDIRIZZO
Vico delle Scuole, 2 - Via Niscima, 16
DELEGATO
Bafumi Salvo
TELEFONO
0933.983052 - 338.9402096
E-MAIL
bafumisalvo@tiscali.it

MISTERBIANCO

INDIRIZZO
Misterbianco piazza Indipendenza, 7
RICEVIMENTO
Martedì: ore 8-14; Venerdì ore 08-17
DELEGATO
Francesco Fazio
TELEFONO
340.4080206

NICOLOSI

INDIRIZZO
Via Dusmet, 16
RICEVIMENTO
Martedì
DELEGATO
Orazio Valenti
TELEFONO
320.0475149
E-MAIL
orazio.valenti@confcommercio.ct.it

PALAGONIA

INDIRIZZO
Via Vittorio Emanuele, 132
DELEGATO
Gaetano Ingo
TELEFONO
095.7955752 - 328.8655506
E-MAIL
confcommerciopalagonia@virgilio.it

PATERNÒ

INDIRIZZO
Piazza Regina Elena, 8
RICEVIMENTO
Lun e Merc: 8-14/15-17,30; Ven: 15-17.30
DELEGATO
Giuseppe Cusumano
TELEFONO
095.843107 - 338.8277311
E-MAIL
gi.cusumano@tiscali.it
paternò@confcommercio.ct.it

PEDARA

INDIRIZZO
Corso Ara di Giove, 220
RICEVIMENTO
Venerdì: 17-19
DELEGATO
Rapisarda Giuseppe
TELEFONO
328.4130454
E-MAIL
giusepperapisarda@expomediterraneo.it

RADDUSA

INDIRIZZO
Via Cavour, 130
DELEGATO
Ciurca
TELEFONO
095.662691

RAGALNA

INDIRIZZO
Via Mongibello 5
DELEGATO
Salvatore Di Stefano
TELEFONO
095.620315 - 335.1046289

E-MAIL
di.sa@videobank.it

RANDAZZO

INDIRIZZO
Via Carlo Levi, 22
RICEVIMENTO
Gio: ore 15.30-18 / Ven: ore 10-12.30
DELEGATO
Antonello Saitta
TELEFONO
095.7991433 - 337.630036
E-MAIL
ascom.randazzo@libero.it

RIPOSTO

INDIRIZZO
c/o Giarre**

S.M. DI LICODIA

INDIRIZZO
Via Verdi, 15
DELEGATO
Antonio Mazzaglia
TELEFONO
095.629147 - 349.0578539
E-MAIL
antonmazzaglia@msn.com

S. VENERINA

INDIRIZZO
Via Bongiaro, 78
DELEGATO
Barberi
TELEFONO
095.954075 - fax: 095.950525

SCORDIA

INDIRIZZO
Via Statuto, 196
RICEVIMENTO
Mar/Gio: ore 16-19
DELEGATO
Maria Pina Gambera
TELEFONO
095.650907 - 328.1188734
E-MAIL
mariapina@gambera.it

TRECASTAGNI

INDIRIZZO
Piazza Marconi, 15
RICEVIMENTO
Giovedì: ore 17-19
DELEGATO
Francesco Sorbello
TELEFONO
328.8632334
E-MAIL
francesco.sorbello@confcommercio.ct.it

VIAGRANDE

INDIRIZZO
Via della Regione, 7
DELEGATO
Francesco Sorbello
TELEFONO
328.8632334
E-MAIL
francesco.sorbello@confcommercio.ct.it

ZAFFERANA

INDIRIZZO
Via Rocca d'Api, 6
RICEVIMENTO
Mercoledì 16.30-19.30
DELEGATO
Nuccio Sapuppo
TELEFONO
339.3110902
E-MAIL
sapupponuccio@tiscali.it

segue da pag. 19

COME CAMBIANO I LIMITI DI REDDITO

ANNO	DA 65 A 69 ANNI DI ETÀ	DA 70 ANNI IN POI
2008	€ 6.000,00	€ 8.000,00
2009	€ 6.192,00	€ 8.256,00
2010	€ 6.235,35	€ 8.313,80

ISEE relativa al beneficiario.

Il modello ISEE, che già viene utilizzato per altre prestazioni sociali, serve ad autocertificare ogni anno la situazione reddituale dell'interessato e dal quale non devono emergere eventuali investimenti in titoli di stato o seconde case. In altre parole bisogna trovarsi in reali condizioni di disagio. Per ottenere detto modello il sistema più sicuro è quello di recarsi presso il CAF 50&Più più vicino. L'assistenza gratuita.

QUANTO SI PUÒ SPENDERE

La dotazione economica della carta è di 480 euro l'anno (40 euro al mese), somma cui si può arrivare con "sei ricariche" da 80 euro, cioè ogni due mesi.

Per caricare la carta basta recarsi all'ufficio postale più vicino.

Per coloro che la chiedono per la prima volta l'ufficio postale la consegna subito e può essere utilizzata già dal secondo giorno lavorativo successivo alla consegna.

Va detto, poi, che successivamente alla consegna e al primo accredito, il Ministero dell'Economia e delle Finanze continua a verificare, anche telematicamente, il possesso e il mantenimento dei requisiti, incrociando i dati rilevati dalle varie pubbliche amministrazioni.

a cura della Federazione
Nazionale Associazioni Agenti
e Rappresentanti di Commercio



§ Irap, istruzioni per la gestione del contenzioso pendente

L'Agenzia delle Entrate ha fornito ulteriori istruzioni operative per la gestione del contenzioso pendente in materia di Irap, a

seguito di recenti sentenze della Corte di Cassazione (sentenze Sezioni Unite 26 maggio 2009 nn. 12108, 12109, 12110, 12111).

Al riguardo, ricordiamo che già con la Circolare n. 45/E del 13 giugno 2008, l'Amministrazione finanziaria aveva fornito istruzioni per la gestione del contenzioso in materia di IRAP per i liberi professionisti, alla luce della sentenza della Corte Costituzionale del 21 maggio 2001, n. 156 e delle successive pronunce emesse dalla Corte di Cassazione nel 2007 e nel 2008.

1. Attività ausiliarie del commercio di cui all'art. 2195, primo comma, n. 5), del codice civile

Secondo i giudici di legittimità (sentenze SS.UU. 26 maggio 2009 nn. 12108, 12109, 12110, 12111), le "attività ausiliarie di cui all'art. 2195 c.c., pur essendo ai fini delle imposte sul reddito considerate produttive di reddito d'impresa, possono essere (e spesso sono) svolte dal soggetto senza organizzazione di capitali o lavoro di altri.

Se, infatti, si considerassero ai fini IRAP queste attività tout court 'attività di impresa', l'imposta non troverebbe corrispondenza nella sua ratio, e finirebbe per colpire una 'base fittizia, un 'fatto non reale', in contraddizione con una interpretazione costituzionalmente orientata del presupposto impositivo".

La Cassazione conclude affermando che "in tema di IRAP, (...) l'esercizio delle attività di agente di commercio, (...) e di promotore finanziario (...), è escluso dall'applicazione dell'imposta soltanto qualora si tratti di attività non autonomamente organizzata".

L'Agenzia delle Entrate prende atto che il principio affermato con riferimento agli agenti di commercio ed ai promotori finanziari è stato esteso dalla Suprema Corte a tutte le attività ausiliarie di cui all'art. 2195 del codice civile, considerato che i giudici di legittimità pongono a fondamento del proprio ragionamento la distinzione tra "l'attività d'impresa", nella quale l'elemento organizzativo sarebbe connaturato, e "le attività ausiliarie", che possono

essere svolte dal soggetto senza organizzazione di capitali o lavoro altrui. Di conseguenza, per l'Agenzia delle Entrate, le attività ausiliarie del commercio possono essere escluse dall'IRAP, ma tale esclusione deve essere valutata caso per caso, in virtù della dell'esistenza o meno di un'autonoma organizzazione.

2. Autonoma organizzazione – Utilizzazione di beni e servizi di terzi

Con la citata circolare n. 45/E del 13 giugno 2008 era stato precisato che "l'affidamento a terzi, in modo non occasionale, di incombenze tipiche dell'attività artistica o professionale, normalmente svolte all'interno dello studio, deve essere valutata ai fini della sussistenza dell'autonoma organizzazione".

Inoltre, "ai fini della verifica dell'autonoma organizzazione rileva comunque la disponibilità di beni strumentali eccedenti il minimo indispensabile per lo svolgimento dell'attività, anche qualora non vengano acquisiti direttamente, ma siano forniti da terzi, a qualunque titolo".

Tale posizione è stata avvalorata dalla Corte di Cassazione con la sentenza del 25 maggio 2008, n. 12078.

3. Omessi versamenti

Il contribuente che, ritenendo illegittimo il prelievo per le condizioni oggettive dell'attività svolta, ha ommesso il versamento dell'IRAP indicato in dichiarazione può, in sede di impugnazione della cartella, ai sensi dell'art. 36-bis del D.P.R. 29 settembre 1973, n. 600, dedurre anche il difetto di autonoma organizzazione.

La Corte di Cassazione ha confermato, in tal senso, il suo precedente orientamento secondo il quale, "la liquidazione in base alla dichiarazione ... non preclude al contribuente, attraverso la impugnazione della relativa cartella, di rimettere in discussione la debenza del tributo" (si veda, in tal senso, la sentenza della Corte di Cassazione, SS.UU., n. 21749 del 14 ottobre 2009).

4. Le conclusioni dell'Agenzia delle Entrate

Alla luce di quanto sopra illustrato, l'Amministrazione finanziaria è dell'avviso che il contenzioso pendente deve essere, eventualmente, abbandonato, da parte dei suoi Uffici, solo se il ricorso del contribuente risulti fondato sia sui richiamati orientamenti giurisprudenziali sia sui presupposti di fatto (assenza di organizzazione autonoma) che legittimano l'esclusione dall'IRAP, sempre che non siano sostenibili altre questioni.

assofrantoi

Una lunga battaglia per valorizzare l'olio d'oliva siciliano di qualità

“

Carmelo Scalia rappresenta il meglio delle aziende olearie etnee, quelle con una solida fama internazionale: «Sulle etichette vogliamo la scritta Made in Sicily»

”

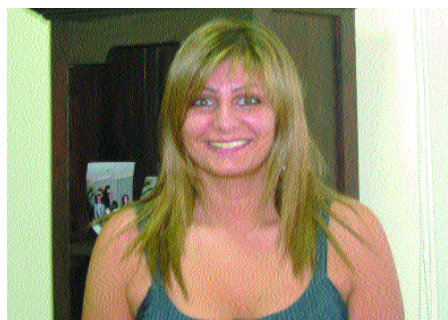
«Il nostro impegno è diretto a far pervenire al consumatore finale un prodotto di altissima qualità, tutto siciliano e con un'etichetta che non lasci il minimo dubbio sulla filiera che ha portato il nostro olio extravergine d'oliva siciliano sulla sua tavola». Carmelo Scalia presiede da circa 15 anni l'Assofrantoi etnea, associazione che raggruppa oggi 55 frantoi con lo scopo ulteriore di tutelare la produzione ulivicola locale, di grande pregio e qualità, nonché di valorizzazione nel mondo il prodotto finale, l'olio extravergine di oliva siciliano: «Raggruppiamo il fior fiore delle aziende del *catanese*, quelle presenti già sui mercati esteri e con riconoscimenti in campo internazionale. Adesso, stiamo lottando duramente - spiega Scalia - per avere finalmente etichette più chiare. Dal 16 gennaio 2010 è in vigore la norma sulla "tracciabilità certa" del prodotto. Noi vorremmo tracciare il prodotto come siciliano ma la Comunità al momento ce lo vieta, possiamo solo dire se è italiano. Oggi - prosegue il presidente di Assofrantoi - nelle etichette delle bottiglie di extravergine è consentito soltanto specificare se l'olio proviene genericamente dall'Italia, senza spe-



Il presidente dell'Assofrantoi di Catania Carmelo Scalia, sotto, Brenda Agen, giovane imprenditrice del settore ulivicolo e oleario

cificare la regione o le regioni di origine delle olive o dello stesso olio, da paesi della Comunità europea, ancora senza specificare quali, oppure da nazioni poste fuori dalla Comunità: in questo caso la dicitura, sempre troppo generica, è quella di "prodotto con oli provenienti da paesi extracomunitari". Il motivo della nostra lotta è molto semplice: in Sicilia, mi riferisco in particolare ai frantoi della nostra associazione, abbiamo una cultura dell'olio che segue l'intera filiera,

dalla coltivazione degli ulivi, la peculiarità della zona di Catania è quella del cultivar autoctono del Nocellara dell'Etna, alla raccolta delle olive; dalla spremitura, al periodo di decantazione, fino all'imbottigliamento finale. Le procedure che noi seguiamo in tutti questi passaggi sono determinate ad ottenere un prodotto di altissima qualità. Dunque più costoso. In altri paesi, come la Spagna ad esempio, si seguono in linea di massima procedure che privilegiano invece la quantità, con prodotti finali più a buon mercato. Ecco perché riteniamo fondamentale poter scrivere chiaramente che il nostro olio è prodotto completamente in Sicilia e non genericamente in Italia. Anche perché, con tutto il rispetto per la grande tradizione di tantissime altre regioni italiane, gli extravergine d'oliva siciliani si piazzano sistematicamente ai primissimi posti nelle principali manifestazioni e fiere del settore». «Per il momento - conclude Scalia - abbiamo creato alcune Dop ma abbiamo in essere un progetto per allargare la Dop Monte Etna: un progetto in tal senso sta per essere presentato al ministero che lo trasmetterà alla Comunità europea. La partita è appena iniziata».



Brenda Agen è il futuro dell'ulivicoltura e della produzione di olio extravergine siciliano. Ancora giovanissima, dirige l'azienda che la sua famiglia ha acquistato a Belpasso, la Reine et rose Srl. La passione per l'olio e le olive ha portato Brenda Agen a frequentare il corso di "Idoneità fisiologica all'assaggio dell'olio extra vergine d'oliva", con lo scopo di diventare un tecnico nazionale.

Largo ai giovani

“

Brenda Agen presiede una piccola Azienda olivicola «Privilegiamo la qualità rispetto alla quantità»

”

Ha già partecipato ad alcune manifestazioni nazionali e internazionali.

«Produciamo la qualità Nocellara dell'Etna, privilegiando in assoluto la qualità. Siamo consapevoli dei pregi dell'olio siciliano ma dobbiamo fare capire che alla qualità corrisponde un prezzo. E per ottenere qualità bisogna seguire tassativamente alcune procedure. Mi limito a spiegare, ad esempio, che le olive devono essere raccolte a mano, e non per caduta dalle reti intorno ai tronchi o peggio

da terra; che la spremitura deve avvenire entro 24/48 ore dalla raccolta; che il periodo di decantazione deve essere a temperature costante. Tutte procedure che comportano dei costi ma che portano alla produzione di extravergini d'oliva di qualità assoluta, pluripremiati nelle più importanti fiere internazionali».

«Visto le relativamente modeste quantità che produciamo - conclude la Agen - puntiamo soprattutto ai migliori ristoranti e albergatori».

www.ristorahotelsicilia.it

RIIS 2010

RISTORA HOTEL SICILIA

SALONE REGIONALE DELLA RISTORAZIONE

Il grande show delle attrezzature, prodotti e servizi per ristoranti, alberghi, bar, gelaterie, panetterie e pasticcerie.

16/19 ottobre 2010 | **Le Ciminiere** | **Catania**

SAB 16.00-20.00
DOM/LUN 10.00-20.00
MAR 10.00-18.00

special event
CAMPIONATO ITALIANO di CIOCCOLATERIA

moda expo' mediterranea

Salone specializzato dell'abbigliamento moda, intimo ed accessori
Collezione autunno - inverno 2011/2012
www.modaexpomediterranea.it

Centro Fieristico Le Ciminiere - Catania
Febbraio 2011

voce ai negozianti

Una “centralissima” periferia
a due passi dalla stazione

“

La zona di viale Libertà, con tutte le strade che lo intersecano da viale Africa fino a via Ventimiglia, è un dedalo di viuzze ricche di storie di vita e di grandi problemi

”

Viale della Libertà, conosciuto in tutta la città semplicemente come “viale Libertà”, è l’ennesima riga dritta che attraversa la pianta di Catania: è una delle direttrici nord-sud, posizionata a est di via Etna, della città ed è anche la prosecuzione di viale Vittorio Veneto che arriva fino alla Stazione Centrale. E già questo fa capire molto della situazione che si vive nella zona sud di viale Libertà; in ogni città importante la zona della stazione è un territorio di passaggio e per questo anche un po’ a rischio. Lo stesso vale per il dedalo di viuzze che contraddistingue la pianta della zona sino alla direttrice parallela di via Umberto.



Mariangela Minagro
articoli
da regalo
e liste nozze

Mariangela Minagro rappresenta in questa sede una delle ditte

più note in città nel settore degli articoli casalinghi, da regalo e liste nozze: «I negozi Merola - spiega la Minagro - sono presenti in città da oltre 40 anni e godono di una clientela radicalmente fidelizzata che si spende volentieri nel passa parola a parenti e amici. Il nostro punto vendita centrale, nella parte bassa di viale Libertà, immediatamente dopo piazza Jolanda, di fronte alla sede Inps, si trova in una zona di grande passaggio, specie a causa della presenza della stazione ferroviaria e soprattutto del terminal dei bus extraurbani. Ciò significa anche una cronica carenza di parcheggi che abbiamo in minima parte risolto con alcuni stalli interni al nostro deposito ma da usare, nel rispetto delle norme vigenti, solo per il carico di oggetti voluminosi. La vicinanza della stazione e del terminal - prosegue la signora Mariangela - ci porta anche ad avere un discreto numero di turisti in negozio; un po’ meno



Una veduta di viale della Libertà all’incrocio tra via Umberto e piazza Principessa Jolanda

“fortunata” la presenza degli uffici Inps che, al mattino, portano una quantità di auto enorme nella zona»

«Per quanto riguarda i problemi relativi alla sicurezza credo che in questa zona siano gli stessi della media cittadina anche se una maggiore presenza delle forze dell’ordine, a mio parere, non guasterebbe: negli ultimi tempi abbiamo registrato un certo aumento nel numero di mendicanti stranieri e in qualche caso, purtroppo, anche qualche reazione violenta al nostro invito a lasciare il negozio. Mi spiace dire che stiamo tornando indietro, ai tempi quando si aveva paura di uscire da casa per una semplice passeggiata, ma specie la sera, qui non è difficile imbattersi in qualche extracomunitario ubriaco. Devo constatare amaramente che quello degli zingari e degli extracomunitari sta diventando un problema». La nota dolente che porta tanti pensieri ai commercianti del centro storico è quella relativa all’incredibile numero di Centri commerciali che stanno proliferando nella prima cintura della periferia etnea: «La presenza invasiva dei centri commerciali - spiega Mariangela Minagro - si è sentita e continua a sentirsi. Molti piccoli

commercianti, qui nei dintorni, hanno chiuso bottega, ma anche le aziende più robuste, come la nostra ne hanno risentito. Mi consola il fatto che, almeno durante la settimana riusciamo a tenere botta, qualche problema lo avvertiamo il sabato. Ci propongono spesso l’idea di istituire un “Centro commerciale naturale” in città, ma davvero manca la mentalità: a Catania una strada chiusa al traffico viene vissuta molto male dai cittadini.

Note dolenti anche per quanto riguarda la pulizia: «Quella del marciapiedi ce la facciamo da noi, altrimenti... campa cavallo. Sottolineo invece con piacere che per quanto riguarda la raccolta dei cartoni, i mezzi e gli uomini del Comune sono efficienti, precisi e puntualissimi. Il resto della zona purtroppo è abbandonato, sia per pulizia che per manutenzione: da piazza Jolanda fino a oltre la via Conte di Torino, se guarda bene, c’è un solo cestino, la gente non è educata ma il Comune certo non aiuta. E poi Quando piove la strada diventa un fiume impaticabile». «Mi rammarica - conclude la Minagro - il mancato sfruttamento delle grandi potenzialità della zona, la cui rivalutazione sarebbe possibile effettuando pochi interventi mirati».



Olga Pellegrino
progettazione d'interni

Quello di Olga Pellegrino è un negozio prestigioso, a due passi dalla stazione centrale e proprio di fronte il terminal dei bus, nell'ultimo tratto di via D'Amico. Una location "difficile" ma nel contempo molto visibile perché, anche se frettolosamente, tutti quelli che devono prendere un autobus si imbattono nel negozio di Olga Pellegrino, ne ammirano le vetrine e, al momento del bisogno, magari se ne ricordano. Ma non tutto funziona alla perfezione: «Lo spostamento della stazione dei bus e soprattutto l'inspiegabile decisione di invertire il senso di marcia in questo tratto di via D'Amico - spiega la Pellegrino - ci ha tolto tanti passanti. Quello del senso di marcia di via D'Amico è un provvedimento inutile, preso esclusivamente per favorire le imprese dei pullman; basterebbe rimuovere i jersey e favorire la manovra dei bus, ripristinando il vecchio senso di marcia. A questo si aggiunge un problema comune a tutta la città, il parcheggio inesistente». L'ultimo tratto di via D'Amico, compreso tra viale Africa e viale Libertà è stato a lungo oppresso dalla presenza del cantiere della Circumetnea per la realizzazione della Metropolitana. «Chiuso il cantiere, sono stati abbandonati qui davanti numerosi "ingombri residui". Solo l'intervento, direi providenziale, dell'ing Roberto De Pietro della Circum è servito a sistemare la vicenda: da neanche tre mesi abbiamo nuovamente riacquisito la nostra visibilità». «Il Comune potrebbe però curare maggiormente la pulizia, alcuni commercianti stranieri potrebbero anche evitare di ridurre la zona in una casbah senza regole. La ronda passa soltanto la sera ma sembra efficace: prima eravamo costretti a chiamare la polizia perché la presenza dei jersey abbandonati dal cantiere fungeva da rifugio ed era divenuto un ricettacolo di vagabondi. Sempre grazie all'opera dell'ing. De Pietro stiamo spingendo il Comune e la Circum a realizzare un'aiuola per evitare che la piazzetta ricavata dalla rimozione dei rifiuti torni ad essere ricettacolo di immondizia. Anche perché qui, la sera, dopo le 8, la zona diventa abbastanza difficile: ci sono le "lucciole", ci sono quelli che vengono a lavarsi la macchina alla fontana, ci sono vagabondi e barboni che vengono a radersi, lavarsi. Di giorno, comunque, la vigilanza alla stazione dei bus è continua e severa, questo ci conforta e in qualche modo si riesce a lavorare».



Il parcheggio dei bus di viale Libertà, in alto, e la zona antistante la parte finale di via D'Amico che, si spera, possa diventare uno spazio verde.



Sergio Torrissi
profumeria

Sergio Torrissi è il titolare della profumeria situata nella parte bassa di viale Libertà, nei pressi dell'incrocio con via Conte di Torino. Lamenta per prima cosa il problema dei parcheggi: «Qual è - si chiede ad alta voce - la logica delle righe blu? Gli stalli a pagamento situati ovunque non seguono una logica di razionalizzazione della sosta in favore del commercio, come ce li avevano spacciati in origine. In realtà credo che servano solo a raccogliere soldi e della razionalizzazione della sosta se ne infischiano». «Forse - rincara la dose Torrissi - sono state messe per aiutare ancora di più i centri commerciali; non saprei ma potrebbe anche essere così». Le lamentele contro i Centri commerciali sono ormai un classico di questa rubrica: «I negozi dentro i Centri commerciali non offrono il servizio al cliente che possiamo offrire noi, questo è evidente, e poi anche l'apertura domenicale è un enorme sbaglio: distrugge i ritmi alle famiglie dei lavoratori. In particolare, poi, so-

no contrario anche ai contratti part-time a tempo determinato per i ragazzi che lavorano lì. Io mi vanto di avere sempre assunto tutti i miei dipendenti con giusto contratto, versando regolarmente i contributi e riconoscendo loro tutti i diritti. Ma credo di essere ormai una mosca bianca. C'è la corsa ai Centri commerciali e noi piccoli esercenti possiamo puntare solo sulla qualità del servizio che offriamo ai nostri clienti. Non è poco ma si fa una grande fatica». Anche la pulizia della zona appare a Torrissi piuttosto carente: «Qualcuno ogni tanto passa a pulire la strada ma francamente è deprimente vedere gli addetti alla pulizia lavorare con in mano uno scopino e una scatola di cartone. D'altro canto devo anche dire in tutta onestà che invece la raccolta dei cartoni degli esercizi commerciali della zona avviene a ritmo quotidiano ed è un servizio eccellente. E' la pulizia generale che lascia a desiderare. Mi chiedo: ma la pulizia strade e la raccolta cartoni sono servizi scollegati tra loro? Perché uno è eccellente, e mi fa piacere sottolinearlo, e l'altro fa pena?».



Emanuele Lo Drago
modellismo

Giovanissimo, Emanuele Lo Drago gestisce un negozio di modellismo assieme al fratello maggiore Giovanni, nella zona di nostro interesse più vicina a piazza Jolanda e via Umberto. Come tutti i giovani, Emanuele ha le idee molto chiare: «Traffico e parcheggi sono un problema enorme. Noi, in particolare, lavoriamo molto con i corrieri e non c'è la minima possibilità di avere un parcheggio, anche solo temporaneo, anche in orari "impossibili" dedicato allo scarico della merce. Di fatto, i corrieri sono costretti alla doppia fila e a temere le eventuali azioni dei vigili. Al Comune pagano fior di tecnici ma una soluzione così semplice non è mai stata neanche pensata: basterebbe secondo me imporre degli orari prestabiliti per le consegne e cercare di fare rispettare un po' di più l'ordine. Perché poi - aggiunge - ci sono pochissime righe bianche per i parcheggi delle moto e quando ci sono gli stalli-moto sono sistematicamente occupati dalle auto? Per quanto riguarda la sicurezza, devo dire che la ronda passa sistematicamente questo ci fa sentire abbastanza sicuri». «La pulizia - prosegue Lo Drago - potrebbe essere migliorata a livelli di efficienza pari a quelli della raccolta cartoni, un servizio tanto efficiente da apparire sorprendente». La chiosa, ovviamente, è sui Centri commerciali: «Noi siamo in centro, il problema dell'apertura domenicale francamente non ci riguarda».

interviste raccolte da Giuseppe Valerio

Primo piano/nazionale

«I tagli di Tremonti? Sono inevitabili ma, per il Sud, ci vuole più coraggio»

“

Il vice presidente nazionale di Confcommercio, Pietro Agen, analizza la manovra del Governo per risparmiare 24 miliardi in due anni, il ruolo delle banche e di come superare la “questione” meridionale

”

di Gennaro Giacobbe

Novità sulle pensioni, blocco dei rinnovi contrattuali e degli stipendi degli statali, tagli ai costi della politica, soprattutto agli enti locali. E ancora, poche in verità, le norme che riguardano la libertà d'impresa: basterà una segnalazione per avviare un'attività e i controlli saranno solo ex post. Sono questi alcuni dei principali punti contenuti nella manovra correttiva da 24 miliardi che ha avuto il via libera dalla Camera ma che non poche perplessità suscita al vice presidente nazionale di Confcommercio **Pietro Agen**: «Certo, la possibilità di compensare i crediti nei confronti della pubblica amministrazione con i debiti verso il fisco è una vittoria del mondo delle imprese così come non possiamo che essere contenti di una “sburocraizzazione” per l'apertura di nuove aziende (in un solo giorno) però, questo non può bastare».

Cosa c'è che non va?

«Sono cosciente del fatto che sono provvedimenti che definirei, giustamente “preoccupati”, perché nati in un contesto di debito pubblico spaventoso che hanno l'obiettivo di evitare ad ogni costo che si inneschino manovre speculative sulla nostra economia. Questo è merito della politica del rigore del ministro Tremonti che, di fatto, è in continuità con l'azione dei precedenti Governi e dei ministri Visco e Padua Schioppa. Adesso grazie al nostro ministro per l'economia, l'Europa, comincia a parlare di debito della nazione e non solo di debito pubblico comprendendo in questo anche le esposizioni dei privati. Per fortuna, gli italiani, sono stati e restano, un popolo di risparmiatori. Adesso bisogna insistere anche sulla linea che gli investimenti non devono entrare nel computo delle spese».

Che mi dice della lotta all'evasione?

«Logico, se tutti pagassero le tasse pagheremo meno ma, anche qui, atten-



A sinistra il vice presidente nazionale di Confcommercio Pietro Agen intervistato da Gennaro Giacobbe

“

«I risparmi devono essere commisurati

sui fatturati e non sull'anno altrimenti chi ha sprecato continua a scialacquare, chi è stato virtuoso non ha più soldi per andare avanti»

zione a non criminalizzare il piccolo commerciante che non fa uno scontrino quando in Italia entrano illegalmente milioni di pezzi in “nero” Dobbiamo colpire le fonti dell'evasione che spesso è internazionale».

Qual è la critica, quindi?

«Ripeto. Da questo punto di vista non ho nulla da dire, siamo in un periodo di crisi e bisogna con ogni mezzo scongiurare alle imprese italiane un fenomeno come quello irlandese, spagnolo o portoghese, per non parlare di quello greco, che è il più grave di tutti e cioè, una crescita dei costi dell'in-

debitamento bancario di due o tre punti. Il contenimento dei tassi significa, comunque, rilancio»

Cosa chiedete al Governo?

«Partiamo da un punto fermo, criticiamo, come Confcommercio, il ruolo e l'atteggiamento delle banche che si stanno letteralmente “blindando” dal punto di vista delle garanzie tendendo a non concedere finanziamenti. Capisco la preoccupazione ma, dobbiamo trovare il modo di osare di più. Gli istituti di credito devono essere più elastici e soprattutto non devono chiedere ai consorzi fidi di assumere rischi al posto delle banche perché, il pericolo è che, così come le banche hanno ricevuto aiuti dallo Stato, non vorrei che tra un anno ci si dovesse trovare nella stessa situazione con i Cofidi».

Però Agen, lei stesso dice che il rigore ha protetto la nostra economia?

«Sì, e lo confermo. Ma vede, la nostra è una realtà complessa, per certi versi contraddittoria che richiede misure estremamente precise: il Governo taglia la spesa al livello centrale ma non riesce a bloccare l'emorragia di danaro pubblico in periferia, stabilisce che in un giorno può nascere una nuova azienda ma noi di Confcommercio ci

confrontiamo, di fatto, con la continua moria di nuove imprese che, certamente non per scelta, piuttosto pagano il prezzo di una incapacità di giovani che senza una preparazione specifica si inventano imprenditori. Lo sa quante nuove imprese chiudono entro i primi tre anni? Questo crea danni all'economia delle aziende stabili.

Ma i tagli alla spesa sono sacrosanti.

«Certo, è un dilagare di uscite fuori controllo. Pensiamo a quanto spendiamo per auto blu, autisti... E' uno scandalo tutto italiano ma, lo Stato deve fare economia mirata e non in riferimento ad un anno ma in percentuale sul fatturato perché altrimenti ci troviamo davanti al paradosso che chi ha sperperato può continuare a sprecare ancora un pò di meno anno per anno. Chi è stato virtuoso non ha più soldi».

Qual è la soluzione allora?

«Spendere meno e meglio. Finalizzare agli investimenti, è questo il motivo per il quale sono molto critico anche per quanto riguarda la finanziaria regionale».

Parliamo del Sud?

«Il Meridione è penalizzato due volte perché in questi anni ha vissuto di sperperi e anche lo Stato, quando è intervenuto direttamente, non ha fatto meglio degli enti locali. Nel momento in cui si va al taglio generalizzato però, colpisce un'area strutturalmente già fragile. Guardi i buchi di bilancio degli Ato o le perdite incredibili della sanità siciliana: è questo il punto, al Sud bisognerebbe prima tappare i buchi e poi fare i tagli, altrimenti l'economia non si risolleverà mai».

Quali sono le idee di Confcommercio?

«Alla commissione Sud di Confcommercio, che presiedo, ho proposto che la manovra finanziaria sia accompagnata da un grande piano di investimenti per colmare il divario infrastrutturale Sud-Nord. Non è più accettabile la situazione della portualità, dei trasporti su strada, delle ferrovie. L'unico punto dove non siamo in situazioni di svantaggio, rispetto al Settentrione, riguarda gli aeroporti ma anche in questo caso se le aerostazioni non sono affiancate da vie di comunicazione interne non riescono a dare i risultati sperati. Siamo all'anno zero per quanto riguarda la logistica pubblica e anche il trasporto privato non va meglio. Non abbiamo un piano per il recupero dei centri storici e mi sarei aspettato che, dopo il terremoto dell'Abruzzo, aree a



Il recupero dei centri storici e la messa in sicurezza delle aree a rischio sismico, rappresenta per il vice presidente di Confcommercio un volano per l'intera economia meridionale

“ «Al Sud bisogna prima tappare i buchi e poi fare politiche di controllo e contenimento della spesa. I precari? Impieghiamoli nei cantieri lavoro per il recupero dei centri storici delle città a rischio sismico»

grande rischio sismico come Catania, Siracusa Messina o Ragusa fossero state messe in sicurezza ma non trovo niente né nella finanziaria nazionale e nemmeno in quella regionale. Evidentemente, qui, non si capisce il rischio». **E con la disoccupazione come la mettiamo?**

«Dal punto di vista umano mi immedesimo nella situazione degli insegnanti che temono di non essere richiamati. Sono solidale con gli operai stagionali che non avranno il rinnovo del contratto ma, a costo di sembrare impopolare, dico che non è creando sempre più nuovi precari e facendoli fare lavori inutili che si risolve il problema meridionale».

C'è chi sostiene che i precari assicurano servizi indispensabili?

«Allora mi domando come faccia il comune di Catania che ha tagliato il personale di oltre 1000 unità? La Camera

di Commercio di Catania ha poco meno di cento dipendenti, in passato è arrivata ad averne oltre duecento e al momento facciamo molto di più. Ciò significa una sola cosa: ci sarà una massa di lavoratori sottoutilizzati o peggio impiegati male».

In che modo si supera, allora, la questione?

«Facciamo nascere cantieri lavoro e di rilancio del territorio che a loro volta creano altre opportunità di sviluppo. Le faccio un esempio: se impiegassi migliaia di operai per il recupero dei centri storici, per la realizzazione del piano dei colori, per mettere in sicurezza i nostri palazzi d'epoca, otterremmo un doppio vantaggio: un'offerta turistica molto più credibile e una massa di denaro in circolo che farebbe da volano all'intera economia. Quando costruiremo la Catania Ragusa dovremo chiedere ai cantieri che lavorino 24 ore su 24 per produrre velocemente l'infrastruttura; in questo sono d'accordo con l'onorevole **Lino Leanza**, perché un'azione del genere creerebbe nuova ricchezza e risolverebbe il problema dei precari».

Il turismo, insomma, come la più potente industria da mettere, finalmente, in movimento?

«Parlo di infrastrutture pensando alla ricettività, a idee nuove: sfruttare, ad esempio, la dolcezza del nostro clima per ospitare gli anziani, come accade già da tempo in Liguria per la clientela piemontese o lombarda o, se volete, come succede per le Canarie con gli inglesi. Ma per fare ciò occorre incentivare, seriamente, la destagionalizzazione con il contributo gasolio, con l'apertura di tratte sociali. In una prima fase è necessario uno stimolo e, la Regione siciliana, se vuole davvero puntare sul turismo deve fare la sua parte. Non ho nulla contro l'assessore **Nino Strano** ma, i grandi eventi fanno immagine non portano turismo nel breve periodo».

Cosa chiede alla regione siciliana?

«Mi piacerebbe vedere il Governo regionale fare accordi con le compagnie *low cost* per portare turisti a Trapani ma soprattutto a Comiso. Pensi che indotto si genererebbe se riuscissimo a portare un milione di passeggeri a Comiso. Tre anni di incentivi sono permessi dall'Ue e rappresenterebbero soldi spesi bene, non quelli buttati via per sagre e feste di paese».

l'intervista



«La rinascita di Catania parte dal ripristino della normalità»

“

Contrasto all'abusivismo e “proposizione” di iniziative per lo sviluppo economico della città. Queste le linee guida dell'assessore alle Attività produttive Franz Cannizzo

”

di Irene Ali

L'obiettivo è chiaro e la strategia per ottenerlo è ben delineata: la rinascita della città di Catania passa attraverso il ripristino della normalità.

Ragiona da imprenditore l'assessore alle Attività produttive e allo sviluppo economico del Comune di Catania Franz



L'assessore Franz Cannizzo

Cannizzo, e la sua azione a 100 giorni dall'insediamento, è alimentata da un forte entusiasmo. Duplice la linea di intervento da lui tracciata: da una parte il contrasto ai fenomeni dell'abusivismo e della contraffazione, dall'altra la «proposizione» di iniziative che siano di impulso per lo sviluppo economico della città. Chiaro. Ma quali sono le azioni che l'Assessorato ha proposto e attuato fino ad adesso?

«Faccio un cenno alle principali: un'atti-

vità di repressione dei fenomeni illegali, coordinata a monte dalle forze di Polizia, e di prevenzione permanente». Sulla necessità del coordinamento con le diverse forze dell'ordine, l'assessore chiarisce: «Catania deve essere controllata senza soluzione di continuità per tutti i 365 giorni dell'anno. Un serio monitoraggio e controllo delle situazioni più a

rischio è il miglior deterrente e aiuta ad affrontare con cognizione di causa il fenomeno».

La conoscenza del fenomeno non manca di certo a Cannizzo, imprenditore, di estrazione Confcommercio, pertanto profondo conoscitore della problematica, che quest'estate ha anche partecipato personalmente ai controlli a campione effettuati in varie zone della città: «Significativo è l'esempio di Corso Sicilia, dove non si incontrano più commer-

cianti abusivi intenti a vendere merce contraffatta». Nel corso delle operazioni degli ultimi mesi (circa 700 controlli effettuati nel primo semestre del 2010), ad esempio, sono stati sequestrati oggetti pericolosi per la salute pubblica, come torce capaci di emettere scariche elettriche a 220 volts, un body scanner con dispositivo laser, ma anche orologi e penne stilografiche dotati di telecamera. «L'abusivismo commerciale in città – prosegue Cannizzo – ha raggiunto livelli preoccupanti che rischiano di mettere in pericolo l'economia legale. Abbiamo avviato una forte azione di contrasto, grazie al lavoro svolto dal comandante dei Vigili Urbani, Alessandro Mangani, e dal direttore del servizio Attività Produttive, Pietro Belfiore (già comandante *ad interim* dei Vigili Urbani), ma fondamentale è anche la *moral dissuasion* di cui è capace solo una società sana. L'abusivismo provoca un abbassamento del sentimento delle regole in città e lo scoraggiamento della pro-

mozione sociale, rendendo più vulnerabili le aziende e prestando il fianco ad attività estortive e a fenomeni di usura: un aumento della diffusione della criminalità con relativa diminuzione della reattività dei catanesi».

Per contrastare tutto questo è fondamentale il contributo delle associazioni di categoria. «Ancora una volta chiedo alla Confcommercio di continuare a collaborare com'è stato fatto finora, con azioni di costante informazione agli associati su autorizzazioni, regole per aprire e mantenere le attività commerciali. E lo stesso sostegno lo chiedo alle altre associazioni di categoria - Confesercenti, Confartigianato, Confindustria - con le quali l'assessorato mantiene un raccordo continuo».

Contrasto all'abusivismo commerciale, certo, ma anche modernizzazione dell'assessorato, proposizione di azioni atte a rilanciare le attività economiche e lo sviluppo del territorio. «Sono queste le basi su cui intendo proseguire - chiarisce -. Il nostro è un assessorato strategico per una città come Catania, abbiamo purtroppo trovato un ammanco consistente dovuto a una situazione disastrosa legata alla gestione dei mercati di quartiere (circa dieci, tra i mercati storici di piazza Carmine e della Pescheria, e quelli dei quartieri San Cristoforo, San Giovanni Galermo, Via De Gasperi, Librino, Pio X), che in alcuni casi - come nel mercato di Picanello - registravano il 100% di operatori abusivi (cioè senza autorizzazioni e dunque non in regola con il pagamento del suolo pubblico). Al mercato ittico, dopo avere riscontrato circa 100 mila euro di morosità, abbiamo agito con provvedimenti di chiusura. E la linea della fermezza sta funzionando: durante i mesi estivi circa il 40% degli abusivi ha provveduto a mettersi in regola». Non serve fare terrorismo dunque, ma far riabituarne la gente alle regole: «Puntare sul senso civico dei cittadini aiuta a contenere il fenomeno».

La seconda linea strategica di intervento si muove nella direzione della proposizione: «Il rilancio delle attività economiche e lo sviluppo del territorio - chiarisce Cannizzo - devono essere semplificati per incoraggiare gli investimenti e consolidare le attività esistenti». Si sta, ad esempio, avviando un processo di informatizzazione e snellimento delle proce-



La fermezza sta funzionando: durante i mesi estivi circa il 40% degli abusivi ha provveduto a mettersi in regola. Per contenere i fenomeni illegali bisogna anche puntare sul senso civico dei cittadini»

dure, che possa consentire agli utenti di scambiare più velocemente informazioni con la Pubblica amministrazione per via telematica. «Ho in mente - aggiunge - di rendere operativi in tempi celeri gli indirizzi della cosiddetta Direttiva Bolkestein (entrata in vigore lo scorso mese di maggio) sulla liberalizzazione delle attività imprenditoriali, e commerciali in particolare, che facilita l'avvio di nuove attività prevedendo, ad esempio, l'ampio utilizzo delle autocertificazioni. Di pari passo con questo deve però andare la linea ferma sui controlli, altrimenti sarà l'anarchia». Attraverso la liberalizzazione, l'assessore Cannizzo intende da una parte preservare alcune zone già molto sfruttate, come il centro storico («Diremo sì all'avvio di nuove attività solo se risponderanno a requisiti di alta qualità oggettiva»), e incoraggiare l'avvio di un sistema "poli-centrico", che valorizzi anche altre zone ("centri", appunto) della città, come la cosiddetta Casbah di Cibali o i quartieri di San Cristoforo e di San Berillo, «dove ci sono anche belle architetture da valorizzare».

L'assessorato intende inoltre mettere a disposizione di cooperative di giovani spazi pubblici, aree a verde e parchi (come la zona del Boschetto della Playa o del Parco Gioieni) per l'avvio di attività di ristorazione come chioschi e bar per valorizzare e "aprire" alla fruizione pubblica zone trascurate della città. Ancora sul piano dello sviluppo: Catania avrà presto a Bicocca («nei primi mesi del 2011», assicura l'assessore) il Maas (Mercati Agro-alimentari Sicilia) dove saranno trasferiti i mercati ittico e ortofruticolo. La rinascita di Catania passa anche dall'aumento di ricchezza della città, che si ottiene creando nuove opportunità di lavoro, e tra i settori sui quali puntare c'è di certo il turismo: «Per questo occorre incrementare lo sviluppo dei servizi mirati ad attirare i turisti in città, puntando sui settori agroindustriale e artigianale del nostro territorio».

In definitiva dunque, cosa può dare il Comune ai catanesi? «La mia nomina - dice l'assessore - è stata voluta per dare forza all'Amministrazione, siamo fiduciosi per il futuro, sappiamo che negli ultimi 10-15 anni Catania è stata trascurata, ma crediamo nella possibilità di recuperare il tempo perso. Ci vuole tenacia e un pizzico di creatività. Crediamo nella possibilità di rivitalizzare l'economia di Catania. Abbiamo idee concrete da attuare con un po' di ambizione. Oggi abbiamo inoltre a disposizione alcuni strumenti importanti, come la creazione della Zona Franca Urbana a Librino, per l'avvio della quale sarà stanziato nei primi sei mesi del 2011 un milione di euro. Librino si trova in un'area strategica, collegata com'è da infrastrutture importanti sia dal punto di vista della viabilità sia dei trasporti, pertanto il tipo di attività che abbiamo in mente di autorizzare riguarderanno i settori dell'artigianato e dell'industria, della logistica e del terziario avanzato». Obiettivo della nascita delle Zfu è infatti il rilancio di quartieri caratterizzati da "degrado socio-economico", stimolando la nascita di microimprese attraverso esenzioni fiscali e previdenziali, favorendo così la formazione di migliaia di posti di lavoro. «Per questo invitiamo gli imprenditori a informarsi, è un'opportunità che non va sprecata».

agricoltura

«Il comparto ha bisogno dei contributi»

“

Angelo Barone, rappresentante di Confcommercio nel distretto Arancia Rossa: «Chiediamo al Governo la proroga delle agevolazioni contributive per dare ossigeno agli operatori»

”

Non si fa attendere il grido d'allarme della Confcommercio - Imprese per l'Italia della provincia di Catania per la mancata proroga delle agevolazioni contributive per i datori di lavoro agricoli scaduta il 31 luglio. Un sostegno di vitale importanza per rendere competitivo il nostro sistema produttivo.

«Per sostenere i distretti produttivi spesso si parla di fiscalità di vantaggio e di riduzione dei costi in senso generale - spiega Angelo Barone, rappresentante di Confcommercio nel distretto Arancia Rossa e delegato nel Consiglio di Amministrazione dello stesso per la fiscalità di vantaggio -, obiettivi fondamentali per dare ossigeno agli operatori del comparto agricolo. Per questo ci sembra incomprensibile che, scaduto il termine del 31 luglio, non sia stata prorogata la possibilità di usufruire delle agevolazioni contributive per i datori di lavoro. Ciò vanifica i tentativi di riorganizzazione del settore ortofrutticolo siciliano, e nella nostra provincia avrà una pesante ricaduta sulle migliaia di operatori commerciali e lavoratori del settore ortofrutticolo».

La Confcommercio di Catania è impegnata a promuovere lo sviluppo del territorio e le sue eccellenze produttive agricole che si sono organizzate in distretti produttivi per migliorare la filiera; rendere competitive le aziende sul mercato nazionale e internazionale; fare sistema con tutte le istituzioni per promuovere lo sviluppo sociale ed economico. L'impegno e il dinamismo di molti operatori commerciali sono parte integrante ed essenziale di questi progetti.

In provincia di Catania sono stati riconosciuti due distretti produttivi: Arancia Rossa e Uva di Mazzarrone.

Il Distretto Arancia Rossa ha sottoscritto il Patto di Sviluppo con circa 200 principali aziende singole e associate della filiera agrumicola e 25 tra associazioni di categoria ed Enti pubblici (Università, Province regionali di Catania e Siracusa, Enti Locali) e privati (associazioni di categoria, Unioni nazionali).

Le province di Catania e Siracusa ad alta specializzazione agrumicola, attraverso il Distretto si danno finalmente una strategia unitaria per affermare il valore delle proprie produzioni e del proprio territorio.



In provincia di Catania ci sono i Distretti produttivi Arancia Rossa e Uva di Mazzarrone. Il loro obiettivo è creare una strategia unitaria per affermare il valore delle proprie produzioni

Otto gli obiettivi prioritari per filiera:

- 1) marketing associativo;
- 2) accesso al credito;
- 3) fiscalità di vantaggio;
- 4) internazionalizzazione;
- 5) presidio del mercato italiano;
- 6) attività di ricerca scientifica;
- 7) turismo relazionale integrato;
- 8) formazione.

Il Distretto Uva di Mazzarrone ha sottoscritto il Patto di Sviluppo con circa 160 imprese a rappresentare tutta la filiera e 12 Enti pubblici. Gli obiettivi prioritari sono l'internazionalizzazione delle imprese con la prospettiva di consolidare i mercati attuali e rivolgere l'attenzione verso nuovi sbocchi, l'aggregazione dell'offerta per aumentare il potere contrattuale del-



l'intero settore produttivo, innovazione e ricerca scientifica.

«Con forza - continua Barone - la Confcommercio chiede al Governo nazionale la proroga di tali agevolazioni contributive e sollecita un tavolo negoziale con tutte le parti sociali coinvolte compresi i lavoratori che rischiano il posto di lavoro, per individuare interventi finalizzati a ricondurre il costo del lavoro e degli oneri sociali in agricoltura compatibili con le possibilità delle imprese.

Questo deve essere uno dei grandi temi delle politiche del Governo nazionale per il Sud ed in modo particolare per la Sicilia dove il settore ortofrutticolo rappresenta uno delle principali produzioni che occupa migliaia di lavoratori».

La logistica dedicata ai commercianti

“

L'imprenditore Nunzio Tasca: «Dopo 30 anni di attività, di recente abbiamo deciso di trasformare l'azienda in un provider di servizi accessori innovativi per questo settore»

”

di Alfredo Inserra

Innovativi i servizi di logistica dedicati ai commercianti proposti dalla Simeto Logistic Solutions. A spiegarne i dettagli è il direttore tecnico della società Nunzio Tasca.

Dottor Tasca, che cos'è "Logistic 4 Shop", ce ne parla?

«Si tratta di un *panel* di servizi logistici "tailor made" per i negozianti, cioè una varietà di servizi che si adattano alle esigenze del punto vendita o del network di negozi. Siamo riusciti a configurare i nostri servizi orientandoli totalmente al negozio e, nel pieno rispetto delle esigenze del singolo punto vendita, migliorare la sua produttività e la sua visibilità. Noi facciamo logistica da 30 anni e dopo tantissimo tempo abbiamo deciso di trasformare la nostra azienda in un provider di servizi logistici che abbina alle attività tradizionali della logistica anche i servizi accessori che si incontrano lungo la filiera distributiva ma che non appartengono al dna tipico di chi fa logistica. Al momento ad esempio siamo gli unici operatori di logistica che, oltre ad occuparsi di deposito e distribuzione delle *spare-parts* (parti di ricambio) di computer, svolge servizi di *swapping* (sostituzione e installazione) di periferiche hardware. Questo modello consente ai nostri clienti di interfacciarsi con un solo fornitore, in quanto non vi è la necessità di rivolgersi ad un logistico o a un tecnico».

In cosa consiste Logistic 4 Shop?

«Il negoziante terziarizza la gestione delle sue scorte a professionisti che operano esclusivamente per far crescere e migliorare le sue performance».

Come?

«Riceviamo le merci al posto del negozio, effettuiamo il controllo di qualità, la corrispondenza fisico-contabile e informiamo nel caso di divergenze. Inoltre, codifichiamo le merci inserendo i movimenti sul nostro gestionale e, attraverso una messaggistica automatica di sms, avvisiamo il cliente che sono



arrivate nuove spedizioni o lo aggiorniamo sullo stato dei suoi ordini (il software è una nostra procedura sviluppata appositamente da una software house che opera in partnership con noi). Infine esportiamo i dati di magazzino sul web e, con un sistema protetto da password e chiavetta (come quello utilizzato dalle banche, per intenderci), mettiamo il cliente nelle condizioni di collegarsi tramite Internet al suo "magazzino on line" per verificare le disponibilità di magazzino e ordinare le merci per il rifornimento al suo negozio (o network se ne ha più di uno). Tutto questo, grazie ad un pc e ad una connessione a Internet può essere fatto da casa propria, dalla macchina o dal punto vendita».

Il software ha dunque un ruolo cardine nel progetto?

«Vero, ma non è il solo aspetto importante. Cominciamo dalle risorse umane: in azienda ho professionisti seri che costituiscono una squadra affiatata a cui piace fare questo mestiere, aspetto questo che, al giorno d'oggi, non è così facile da trovare. Poi ci sono le attrezzature hardware, in linea con le tecnologie più moderne: wi-fi in ma-

gazzino per gli scanner che leggono i codici a barre e a breve un sistema di "voice picking" per ottenere errori prossimi allo 0% in fase di composizione dell'ordine da evadere. Automezzi di tutte le dimensioni permettono di contenere i costi, migliorare la nostra competitività e consentire una grande flessibilità organizzativa. Pensi che se il cliente ha necessità consegniamo tra le 2 e le 12 ore lavorative dall'ordine - anche il sabato, la domenica e i festivi».

Chissà però quanto costa avere tutto questo?

«Sappiamo benissimo che oggi il negoziante soffre maledettamente flessioni delle vendite e noi abbiamo a cuore questo aspetto. I nostri servizi sono alla portata di tutti proprio perché si pagano solo nel caso in cui si chiedono e si configurano così come vuole il singolo cliente - una vera e propria logistica "pay per use"».

Per maggiori informazioni si può visitare il sito www.simetosrl.it oppure contattare la sede che si trova al blocco Palma 2 della zona industriale di Catania (tel. 095 291577 - 095 291589, cell. 393 9772797), referente è la dottoressa Valeria Castro.

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 organizzate 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 e 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 occorre 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 seconda 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.

FONDO FOR.TE

Al via i voucher individuali: grande successo per il nuovo strumento di formazione continua

In questa particolare fase la qualità, le competenze e "il saper fare" dei lavoratori sono la principale misura anticrisi. Su di loro scommettono le imprese del settore terziario, che negli ultimi mesi ha vissuto una forte dinamica del mercato del lavoro e rappresenta il settore ormai più importante, rispetto al numero di occupati nel mercato del lavoro italiano. Il Fondo For.Te, il principale Fondo paritetico per la formazione continua del settore Terziario, costituito da Confcommercio, Confetra e Cgil, Cisl e Uil ha dato il via in questi giorni ai voucher individuali. Si tratta di una delle iniziative più innovative e di successo per migliorare e diffondere la formazione continua in azienda. Uno strumento nuovo, studiato per rispondere ai bisogni di tutte le aziende,

con un' particolare attenzione alle piccole e piccolissime imprese, che costituiscono gran parte delle aziende del terziario e che hanno maggiori difficoltà di accesso alla formazione.

For.Te ha realizzato, attraverso un invito pubblico rivolto agli Enti di formazione, un catalogo nazionale attento ai fabbisogni ed alle richieste delle imprese, costituito da 233 Enti e da 3.274 iniziative selezionate, fruibili in modo capillare su tutto il territorio nazionale.

Con il via libera ai voucher, mercoledì trenta giugno, in meno di una giornata sono stati richiesti voucher per un valore complessivo di quasi 4.700.000 euro, da 1.453 aziende, per la formazione di 3.182 lavoratori. Le imprese e i lavoratori individuano quindi l'iniziativa formativa

dal catalogo ed il finanziamento viene erogato senza nessun impegno economico da parte dell'azienda.

La dimostrazione dell'efficacia della misura viene proprio dalle imprese con meno di cinquanta dipendenti, che in poche ore dall'apertura, hanno richiesto voucher per più di 2.022 lavoratori.

«Si tratta - sostiene il Presidente del Fondo For.te, Sergio Rebecca - di una iniziativa innovativa, studiata per incontrare le necessità delle imprese in un momento in cui i fondi paritetici devono operare come riferimento contro la crisi e per la ripresa dell'occupazione. Il successo di questo avviso dimostra come il Fondo stia operando in grande sintonia con le imprese aderenti e i lavoratori».

Università, come cambiano i corsi con il decreto 270/2004

“

Breve guida per orientarsi tra le novità della riforma. Salvo modifiche o nuove leggi, la riorganizzazione accademica dovrà essere completa entro il 2010-2011

”

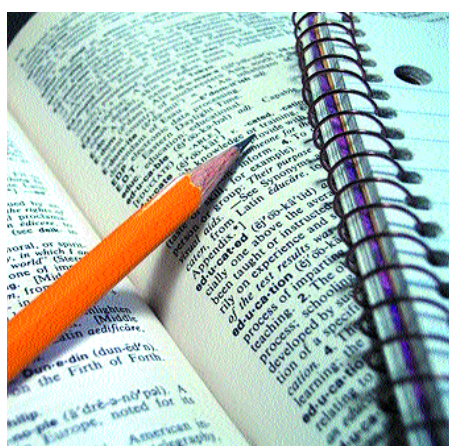
Cerchiamo di chiarire cosa cambia per gli studenti dopo l'ultima riforma universitaria entrata in vigore con il decreto 270/2004. La riorganizzazione accademica iniziata nell'anno accademico 2008/09 dovrà completarsi, salvo modifiche o nuove leggi, entro il 2010/11.

La riforma universitaria è orientata verso un sistema meno burocratizzato e mira a stimolare una maggiore autonomia e concorrenza tra le università. Con l'introduzione della riforma sono istituiti due cicli formativi: la laurea, che per non confonderci chiameremo **laurea di primo livello** (ex laurea triennale) e la **laurea magistrale** (ex specialistica) che dura due anni. Inoltre per alcuni corsi sono previsti corsi di laurea a **ciclo unico**.

Il corso di laurea di primo livello ha l'obiettivo di assicurare allo studente un'adeguata padronanza di metodi e contenuti scientifici generali e l'acquisizione di specifiche conoscenze professionali. Il corso di laurea magistrale ha l'obiettivo di fornire una formazione di livello avanzato per l'esercizio di attività di elevata qualificazione in ambiti specifici. Con il diploma di maturità è possibile iscriversi a qualunque corso di laurea dell'ateneo di Catania, dopo aver superato il test di accesso.

La riforma riguarda anche la **formazione post laurea**: i master universitari di primo e secondo livello della durata di un anno (cui è possibile iscriversi con il titolo, rispettivamente, della laurea di primo livello e della laurea magistrale) e il dottorato di ricerca della durata di tre anni (dopo il conseguimento della laurea magistrale). Per alcune professioni previste dalla legge (medico, avvocato, insegnante) l'abilitazione all'esercizio della professione si conseguirà frequentando, dopo la laurea di primo livello o magistrale, le specifiche scuole di specializzazione o praticantati, che durano in genere 1-2 anni e superando l'esame di stato.

Già con la precedente riforma universitaria era stato inserito in Italia il concetto di **Cfu**, il credito formativo universitario, che definisce quanta attività di studio e di lavoro di apprendimento è convenzionalmente richiesta a uno studente nell'unità di tempo fissata in 25 ore. Le università possono riconoscere come crediti anche conoscenze (ad



esempio di tipo linguistico o informatico) e competenze professionali, acquisite in ambiti extra-universitari, purché certificate. I crediti vengono adottati in tutto il sistema universitario italiano per facilitare agli studenti il trasferimento da un corso di studio a un altro oppure da un'università a un'altra, anche straniera (la valutazione dei crediti acquisiti spetta all'università di accoglienza). I crediti assegnati a ogni attività formativa vengono indicati nei regolamenti didattici d'ateneo e più in dettaglio nei regolamenti didattici dei singoli corsi di studio. I crediti non valutano il profitto, sono pertanto indipendenti dal voto conseguito con esami o prove di altro genere. Il **voto** continua ad essere espresso in trentesimi, 18 è la votazione minima. Le modalità per il superamento degli esami sono stabilite, in modo autonomo, da ogni ateneo e vengono specificate nel regolamento didattico del corso di studio: possono consistere in prove scritte o orali, o giudizi di idoneità. Tuttavia la riforma universitaria prevede che, al termine della laurea di primo livello, vi sia una prova finale che viene decisa da ogni ateneo; solo al termine della laurea magistrale è prevista la stesura della tesi di laurea e la presentazione alla commissione. Ai fini del superamento dell'esame di laurea e di laurea magistrale è necessario conseguire il punteggio minimo di 66 punti. Il punteggio massimo è di 110 punti e può prevedere l'attribuzione della lode.

Con la riforma universitaria del '99 era stato anche introdotto il concetto di **classe di**

laurea. Le classi sono contenitori di corsi di studio dello stesso livello: i corsi che vengono istituiti all'interno della medesima classe condividono gli stessi obiettivi formativi qualificanti e le stesse attività formative. Le classi di laurea sono state istituite per permettere alle università di creare percorsi di studio personalizzati secondo le esigenze di formazione del territorio di appartenenza. Ogni università, infatti, istituisce, all'interno di una certa classe, una serie di corsi di cui stabilisce i nomi e, in parte, i programmi: l'appartenenza di questi corsi ad una classe garantisce che essi abbiano un comune denominatore a livello nazionale. Tutti i corsi hanno obiettivi formativi qualificanti, tipici della classe di appartenenza, e obiettivi formativi specifici. Gli **obiettivi formativi qualificanti** di una classe sono fissati con provvedimenti ministeriali: sono quindi comuni a tutti gli atenei, indicano la preparazione, le conoscenze, le competenze e gli sbocchi professionali che contraddistinguono tutti i corsi istituiti all'interno di una classe, da qualunque ateneo siano istituiti e qualunque denominazione abbiano. Ogni corso avrà però anche caratteristiche proprie, stabilite dal singolo ateneo, che lo distinguono dagli altri corsi della stessa classe: questi sono gli **obiettivi formativi specifici**. Possono quindi esistere in diversi atenei corsi appartenenti alla stessa classe e con la stessa denominazione, che condividono gli stessi obiettivi formativi qualificanti, ma i cui obiettivi specifici possono non coincidere.

Lo studente che si è immatricolato in anni precedenti all'ultima riforma universitaria del 2004 rimarrà nella situazione del vecchio ordinamento; nel caso desideri passare al nuovo, dovrà sottoporre alla facoltà il proprio curriculum per una verifica sulle affinità dei corsi seguiti con quelli del nuovo ordinamento. Le facoltà hanno predisposto delle tabelle di corrispondenza in termini di crediti tra gli insegnamenti del vecchio ordinamento e gli insegnamenti delle lauree post-riforma. Il regolamento generale sulla riforma universitaria assicura, a chi è iscritto ai "vecchi" corsi di laurea e di diploma, la prosecuzione degli studi nel suo corso e il conseguimento del relativo titolo.

HR/organizzazione

Employer branding, come accrescere la "reputation" e attrarre i talenti

“

L'esigenza di reperire e mantenere in azienda i più capaci disponibili sul mercato, si identifica oggi con lo sviluppo di strategie innovative per la gestione delle risorse umane

”



di Rino Sardo

Sembra incredibile ma in un momento economico come quello attuale reperire e fidelizzare i migliori talenti è un'impresa alquanto ardua che richiede il

massimo impegno da parte delle aziende. L'esigenza di reperire e mantenere i migliori talenti disponibili sul mercato, valorizzando in tal modo il capitale intellettuale delle aziende, oggi si identifica nello sviluppo di strategie innovative mirate alla gestione delle risorse umane.

Se una volta erano le aziende a scegliere i migliori talenti, oggi la situazione è differente: in un mercato del lavoro caratterizzato da una carenza qualitativa dell'offerta, sono i talenti a scegliere l'azienda in cui lavorare, spesso attratti più da beni immateriali (cultura aziendale, valori, stile manageriale, opportunità di crescita e carriera, *work life balance*, responsabilità sociale di impresa) che da benefici materiali (benefit, stipendi elevati).

La natura di tali mutamenti ha cambiato l'atteggiamento di gran parte delle aziende e favorito l'acquisizione di nuovi approcci nella gestione del personale. L'elemento di cambiamento è rappresentato dall'introduzione di politiche di *branding* finalizzate alla creazione di relazioni durature tra azienda e dipendente; esse si fondano sulla condivisione dei valori associati al brand piuttosto che, come accadeva in passato, sul mero scambio retribuzione-lavoro.

La comunicazione dei valori diventa allora un elemento strategico per attrarre e fidelizzare. È necessario che le aziende costruiscano una forte *corporate brand reputation* per attirare risorse di talento con lo stesso impegno con cui lo fanno per i clienti. Quanto più il brand è chiaro, unico, speciale, vero, tanto più esso riuscirà a suscitare emozione, desiderio di appartenere a quell'azienda. *L'employer brand-*



“

In un mercato del lavoro sempre più caratterizzato da una carenza qualitativa dell'offerta, spesso sono i più talentuosi a scegliere l'azienda in cui lavorare

ding rappresenta l'insieme degli sforzi sostenuti da un'azienda volti a costruire e sviluppare la propria immagine aziendale sia sul mercato interno (*retention*: mantenimento dei dipendenti), sia sul mercato del lavoro (*recruiting*: reclutamento di nuove risorse), in modo che sia il brand a fidelizzare i soggetti che si riconoscono nella cultura aziendale.

L'espressione è stata coniata come variante del più tradizionale *customer branding*, che si riferisce all'insieme di valori che l'azienda riesce ad associare al proprio brand nella percezione del consumatore

attraverso la pubblicità e altri strumenti di comunicazione. Così come il customer branding ha lo scopo di conquistare e fidelizzare i clienti, l'employer branding ha lo scopo di acquisire come impiegati i candidati di maggior talento, sottraendoli alla concorrenza, e fidelizzare quelli già acquisiti. La strategia dell'employer branding si traduce in un processo di creazione dei valori aziendali e della loro giusta comunicazione al target di riferimento. *L'employer experience*, cioè cosa significa lavorare in quella determinata azienda, rappresenta la base su cui poggia questo processo di valorizzazione ed è costituita non soltanto da aspetti tangibili, quali retribuzione e benefit, ma in particolare da aspetti immateriali, come i valori nei quali l'azienda si identifica, la cultura aziendale, lo stile manageriale e la carriera. Sostanzialmente sono due le direttrici principali di questa nuova politica di immagine aziendale: all'interno dell'azienda ridurre il più possibile la conflittualità tra colleghi e massimizzare il senso di appartenenza all'azienda, mentre all'esterno presentare l'azienda come un brand appetibile e allettante agli occhi della forza lavoro. Con la coscienza che si può per-



dere un cliente per una promessa non mantenuta e allo stesso modo si può rischiare di perdere la fiducia dei propri dipendenti attuali e potenziali, deludendo le aspettative di un'efficiente attività di employer branding.

L'employer branding si colloca quindi come funzione strategica nell'area delle risorse umane ma è al tempo stesso direttamente legata al marketing e alla comunicazione poiché utilizza strumenti e metodologie, media e new media, proprie di queste funzioni.

Fare employer branding oggi significa pianificare e realizzare delle attività di marketing legate ai processi *human resources* finalizzate ad attrarre nuove e brillanti risorse e a trattenere il personale di talento inserito in azienda.

Le aziende affrontano oggi le strategie di employer branding in modo più sistematico e proattivo rispetto al passato, con una visione a lungo termine. Si parte quasi sempre da una serie di analisi dettagliate sia interne sia esterne per capire com'è percepita l'immagine aziendale sul mercato del lavoro e conoscere il suo posizionamento. La parte creativa del processo, che ne rappresenta un po' il cuore, è quella successiva in cui si definisce l'*employer brand promise* o *employer value proposition* (Evp), l'essenza di ciò che l'azienda può offrire al suo target di riferimento. In questa fase l'azienda costruisce la propria immagine differenziando la propria offerta da quella degli altri concorrenti e comunicando in modo "appealing" cultura, valori e opportunità che più la distinguono in quel momento. Una volta creato il piano di comunicazione, si attivano gli strumenti e, infine, si misurano i risultati per valutare l'efficacia delle azioni approntate. Per quanto riguarda le modalità di comunicazione e gli strumenti maggiormente utilizzati, quanto più si va a precisare il target che si vuole colpire,

“ **Realizzare attività di marketing finalizzate ad attrarre nuove e brillanti risorse serve anche a trattenere il personale più preparato** ”

tanto più diventa essenziale centrare gli strumenti: e allora, ben vengano la carta stampata e le riviste patinate se il target è di nicchia, ma largo spazio ai canali non convenzionali (Youtube, blog, forum, intranet, recruiting site) accanto a quelli tradizionali (università, stampa) quando vogliamo avere un impatto forte a livello di emozioni. Senza dimenticare poi che i potenti mezzi messi a disposizione dalla tecnologia consentono di abbattere notevolmente i costi della comunicazione tradizionale, con un vantaggio non indifferente quando il budget è ristretto.

Tra gli strumenti di supporto a disposizione dell'azienda per lo svolgimento di attività di recruiting citiamo le giornate di incontro con i neolaureati, le pagine di presentazione sui *career book*, i programmi integrati di inserzioni sui giornali nazionali, il sito internet dell'azienda, in particolare la sezione risorse umane. Per quanto riguarda il *retaining*, le attività sono concentrate sulla soddisfazione relativa all'ambiente lavorativo, sulle politiche retributive, sulle possibilità di crescita messe a disposizione attraverso corsi formativi e sull'insieme dei programmi di benefit offerti ai propri dipendenti.

È evidente l'importanza dell'interazione tra le diverse funzioni aziendali, in special modo *human resources*, formazione,

IT, marketing e comunicazione, nello sviluppo delle politiche di *attraction* e *retention*. Non solo per meglio sfruttare le sinergie e le competenze interne di marketing, ma anche per evitare qualsiasi soluzione di discontinuità tra i messaggi trasmessi all'esterno e la comunicazione interna. Verità e coerenza, infatti, devono sempre essere costanti da rispettare perché l'employer branding abbia successo. L'importanza che ha acquisito l'employer branding all'interno delle aziende è testimoniata, inoltre, da realtà come il Crf Institute, un'azienda indipendente che grazie all'uso di standard internazionali, identifica i *top performer* nella gestione *human resource*. Condotta annualmente da Crf Italia, il progetto "Top Employers" presenta un'immagine vivida e incisiva dell'ambiente lavorativo offerto dalle aziende più innovative e interessanti del Paese. I risultati del progetto, basati sui profili aziendali completi e indipendenti redatti da giornalisti di grande fama e sulle ricerche approfondite condotte dal Crf, mettono in evidenza quello che fa di un'azienda un *top employer*. Lo scopo dei progetti *top employer* è evidenziare le migliori pratiche nel settore delle risorse umane. I partecipanti sono stati giudicati sulla base dei punteggi ottenuti su diverse tematiche: condizioni di lavoro; remunerazione e benefit; formazione e sviluppo; opportunità di carriera; cultura aziendale.

Nell'attuale panorama economico, il capitale umano acquisisce importanza fondamentale e le aziende se vogliono mantenere il vantaggio competitivo sul mercato globale, devono saper attrarre le migliori risorse disponibili sul mercato, formarle e trattenerle in azienda. I talenti sono i soli in grado di garantire quel vantaggio che le aziende devono mantenere per vincere le sfide competitive globali.

delegazioni

“Stelle sfilanti” prenota la prossima edizione

IMPRENDITORIA ROSA

Terziario Donna, un successo

Continua, all'interno della Confcommercio di Misterbianco, l'attività di Terziario Donna. Grande riscontro ha avuto l'interessante seminario sulle agevolazioni alle imprese commerciali Po-Fesr 2007-2013 linea di attività 5.1.3.1 “aiuti agli investimenti per le micro e piccole imprese commerciali” nella Gurs n. 27 del 11/06/2010, organizzato dalle socie lo scorso luglio presso la Sala matrimoni del Comune di Misterbianco. All'incontro hanno partecipato il segretario della Confcommercio di Misterbianco Francesco Fazio, il presidente Serafino Caruso e i due vice presidenti Giovanna Giuffrida e Gaetano Musumeci.

Ad illustrare i contenuti del bando, le agevolazioni e le opportunità di accesso al credito, è stato il dott. Giuseppe Cusumano vice direttore della Confcommercio di Catania Imprese per l'Italia. «Il Bando pubblicato dalla Regione Siciliana, assessorato regionale alla Cooperazione - ha spiegato Cusumano - è rivolto alle piccole e medie imprese commerciali in forma fissa ed ambulante, ai pubblici esercizi (ristoranti, bar, ecc.) ed alle imprese al femminile». Al termine dell'intervento, diverse sono state le domande poste al relatore da parte della platea partecipante. La Confcommercio provinciale, visto l'interesse suscitato dal tema, ha voluto organizzare una serie di incontri anche a Caltagirone, Giarre, Acireale, Paternò, Scordia, Adrano e Misterbianco. Come richiede l'attività sindacale e di informazione che l'organizzazione rivolge al tessuto produttivo. Obiettivo è stato quello di far conoscere al mondo dell'imprenditoria commerciale della provincia le possibilità di accesso al credito (con il 50% a fondo perduto per l'acquisto di attrezzature, macchinari, arredi, impianti di videosorveglianza e di allarme, per le ristrutturazioni aziendali).

«L'incontro di Misterbianco - ha sottolineato il vice direttore Cusumano - è stato particolarmente significativo perché si è avuto modo di registrare l'attenzione e la consistente partecipazione degli imprenditori, soprattutto donne. Di recente l'assessorato regionale alla Cooperazione ha pubblicato la graduatoria provvisoria delle domande ammesse al finanziamento e le imprese di Misterbianco sono risultate le più numerose».

“

La rassegna misterbianchese valorizza molte aziende locali e combatte la concorrenza dei Centri commerciali

”

Ruggero Sardo, conduttore dell'edizione 2010, la terza dal 2008, di “Stelle Sfilanti” ha già fissato l'appuntamento per la quarta edizione: un augurio che i componenti di Confcommercio Misterbianco e le ditte che hanno partecipato alla serata hanno accolto con entusiasmo.

La storia di “Stelle Sfilanti” è strettamente connessa con le vicende che nel luglio del 2008 portarono alla nascita della sezione Confcommercio di Misterbianco, grazie all'impegno di Francesco Fazio.

Dopo l'insediamento del Presidente e del Direttivo, nacque immediata l'esigenza di far capire alla cittadinanza e all'amministrazione la volontà che i commercianti misterbianchesi avevano di valorizzare il proprio lavoro, coinvolgendo la cittadinanza nei propri punti vendita. Senza nascondere il fine di combattere anche la spietata concorrenza dei numerosi Centri commerciali presenti nelle vicinanze.

Così, la prima edizione di “Stelle Sfilanti 2008”, manifestazione ideata per coniugare moda, spettacolo, musica e danza (insieme alle modelle, si susseguono infatti sul palco anche le diverse scuole locali di danza e canto) consentì di vedere in passerella le creazioni e i nomi di diverse ditte del centro storico e della zona commerciale, coinvolgendo per la prima volta queste due realtà del territorio misterbianchese che sembravano dover rimanere per sempre entità distinte e separate.

A sigillare questa iniziativa provvide “Stelle Sfilanti 2009” che lanciò anche la novità della consegna di un riconoscimento (“Imprenditoria Confcommercio Misterbianco”) a quelle famiglie che hanno segnato un'epoca, che



Un momento di “Stelle Sfilanti 2010”

hanno fatto storia e che vanno avanti nella forza delle tradizioni. Il primo premio fu assegnato al Conte Wladimiro della Porta, pioniere della realtà commerciale di Misterbianco con “Sidep”, e alla signora Geve, in memoria di Rosa Batticani, per aver portato a Misterbianco il culto artigianale nelle confezioni.

Si arriva così all'edizione 2010 che, ed è un altro importante riconoscimento, è stata inserita dall'amministrazione comunale nel cartellone della rassegna estiva “MisterFest”. Curata da Giovanna Giuffrida, vice Presidente di Confcommercio Misterbianco, la manifestazione ha sapientemente miscelato i suoi momenti più eterogenei, rendendo lo spettacolo fruibile e gradevole per le tremila persone che hanno affollato piazza Pertini. Numerose e qualificate le ditte che hanno sfilato: Le spose di Nicotra, Indako, Scaringi, Iudicello fashion, Moda Italia, Ninà, Bonny boutique, Sicily de luxe, Musumeci gioielli. Il Premio imprenditoria ha avuto due vincitori: la famiglia Arena, per Misterbianco centro, con un negozio di calzature aperto più di sessant'anni fa, e la famiglia Bruno con Euronics e Interni, per la zona commerciale.

MISTERBIANCO

Famiglie e imprese: rilanciamo l'economia

Al fine di contrastare gli effetti della crisi - riduzione occupazionale e diminuzione dei consumi - e allo scopo di sostenere l'economia delle famiglie e dei soggetti più deboli presenti nella comunità locale, Confcommercio e Cisl Misterbianco intendono mettere in campo azioni che favoriscano l'incremento e permettano di affrontare con più agio le spese correnti e allo stesso tempo favoriscano l'incremento dei consumi, utili agli esercizi commerciali presenti sul territorio per ri-

avviare un processo virtuoso di rilancio dell'economia. Tra l'associazione commercianti di Misterbianco e la Cisl è stata firmata una convenzione, con validità annuale, che prevede per i soggetti imprenditoriali aderenti l'applicazione di prezzi scontati e/o l'effettuazione di promozioni durante tutto il periodo concordato su beni e servizi. Per informazioni rivolgersi al segretario della Confcommercio di Misterbianco Francesco Fazio, tel. 340 4080206.

«Gli obiettivi del nostro programma sono comunicazione e confronto»

“

Il neo presidente di Confcommercio Giarre, Armando Castorina, lancia la nuova sfida dell'associazione: divenire un punto di riferimento per la categoria e per la città

”

Dopo quasi due anni di vuoto dirigenziale, la Confcommercio di Giarre ha un nuovo direttivo presieduto da Armando Castorina e costituito da Gaetano Bonanno e Gaetano Finocchiaro, che rivestono la carica di vicepresidente, e da Salvatore Cantarella, Carmelo Crisafulli, Andrea Parisi, Giuseppe Patané, Veronica Verderame, Alfina Torrisi Rosario Emanuele Salantri e Gianluca Sangrigoli.

«Non sentendo la pressione politica di un soggetto come la nostra associazione - afferma il neo presidente di Confcommercio Giarre Armando Castorina - anche le istituzioni hanno rallentato il loro impegno nei confronti della categoria. Abbiamo ritenuto che questo stato di cose dovesse risolversi al più presto, ma non è stato facile trovare operatori disposti a mettere il loro impegno e le loro energie gratuitamente a disposizione del bene comune».

Quali sono i motivi della riluttanza degli operatori a impegnarsi?

«Credo sia da attribuire alle problematiche e all'atmosfera che regna oggi attorno alle attività commerciali e produttive in genere. Al difficile momento di crisi finanziaria, si aggiunge la mancanza di protezione da parte delle istituzioni e delle associazioni e il clima generale di rassegnazione».

Esiste una via di uscita?

«Noi di Confcommercio siamo convinti che esista una via di uscita. Questa però deve essere percorsa insieme, unendo gli sforzi di tutti. Nulla potrà mai cambiare se si rimane da soli».



Il nuovo direttivo di Confcommercio Giarre

È questo lo spirito che anima il direttivo, una formazione giovane con competenze ed esperienze imprenditoriali diverse che sente l'obbligo di privilegiare la classe del futuro, senza dimenticare la storia e l'esperienza di chi l'ha preceduta.

«Partiamo con la consapevolezza che il percorso davanti a noi è molto difficile - continua Castorina - Sarebbe sciocco negare la gravità della realtà attuale, ma noi non vogliamo accettarla con rassegnazione, bensì tentare una reazione che è di altrettanta drammatica urgenza».

Sono molte le attività di cui la dirigenza Confcommercio Giarre intende farsi carico nel corso del proprio mandato. Tra queste: migliorare la cultura d'impresa per accrescere le capacità gestionali e il confronto culturale con la città attraverso seminari anche gratuiti; stipulare convenzioni per abbassare i costi di gestione; potenziare i ser-

vizi offerti dalla Confcommercio; comunicare ai soci le convenzioni, i servizi offerti dall'associazione e i bandi per l'accesso ai finanziamenti pubblici; incentivare l'accesso al credito promuovendo il Consorzio Fidi; realizzare iniziative promozionali per il commercio e il turismo giarrese collaborando con il Ccn; creare nuove sinergie con le altre associazioni presenti sul territorio.

«Un importante obiettivo - prosegue Castorina - è stabilire un dialogo con le istituzioni per ottenere un maggior impegno a favore della realtà produttiva giarrese, chiedendo la destinazione di somme in bilancio a favore delle imprese, appoggi per iniziative promozionali, convegni e conferenze che mirano a promuovere Giarre. Lavorando in sinergia con le istituzioni potremo inoltre proporre soluzioni a problemi come viabilità e parcheggi, raccolta differenziata, arredo urbano, spostamento degli sportelli finanziari, e richiedere il potenziamento della rete museale, dell'ospedale e il completamento delle opere incompiute».

«Ci impegneremo nel promuovere la legalità e la sicurezza per le nostre imprese e per la cittadinanza attraverso la collaborazione con le associazioni anti-racket e con le Forze dell'ordine; pubblicheremo le attività svolte dall'associazione e miglioreremo comunicazione e condivisione delle informazioni tra le imprese commerciali socie».

«Lavorando in questa direzione - conclude Castorina - potremmo accrescere la nostra base associativa per divenire un punto di riferimento per la categoria e per la città».

RIPOSTO

Maria Aprile, incoronata "Miss Confcommercio 2010"

Maria Aprile, 24 anni, di Gravina è Miss Confcommercio 2010. L'elezione è arrivata nel mese di luglio, nel corso della serata organizzata dalla Confcommercio di Riposto, guidata dal presidente Daniele Trombetta, con il patrocinio della Provincia regionale di Catania e del Comune di Riposto e ospitata nel Porto Turistico "Marina di Riposto". Presentata da Patrizia Tirendi e Maurizio Caruso, la manifestazione è stata l'appuntamento clou del programma "Expo Eventi Estate 2010", curata dalla Confcommercio di Riposto.

La serata ha visto la sfilata di 32 concorrenti, tra le quali la giuria ha scelto la vincitrice e le altre Miss: Santina Bonaccorsi (Miss Eleganza), Monica Di Gioia (Miss Rassegna Cinema), Giulia Ventura (Miss Artero), Ornella Cintorino (Miss Gioielleria Consoli) e

Nelly Torrisi (Miss Confcommercio Facebook).

«L'elezione di Miss Confcommercio 2010 - ha sottolineato il presidente Daniele Trombetta, è stato un momento di alta promozione per il territorio, coniugando bellezza, spettacolo, cultura, arte e imprenditoria, in una formula dinamica che ha dimostrato tutta la sua validità. Si tratta di un momento che va oltre i confini territoriali della Confcommercio di Riposto, a dimostrazione che una promozione delle attività imprenditoriali, commerciali ed economiche raggruppa più soggetti e non si ferma a singole entità a se stanti. Questo è il nostro impegno, nell'ambito dei prossimi appuntamenti, e nella nostra attività di soggetto attivo e fortemente propositivo sul territorio».



Confnotizie

RHS, la vetrina dell'accoglienza



“

Si terrà, dal 16 al 19 ottobre al Centro fieristico Le Ciminiere di Catania, l'ottava edizione del Salone Ristora Hotel Sicilia. Tante novità per gli operatori dell'ospitalità

”

Ritorna Rhs, l'evento promosso dalla Fipe - Confcommercio (Federazione italiana pubblici esercizi) che, giunto all'VIII edizione, coniuga al futuro il valore dell'ospitalità, offrendo professionalità, tecnologia e sicurezza. L'appuntamento è, dal 16 al 19 ottobre al Centro Fieristico Le Ciminiere di Catania, dove si potrà trovare un panorama completo di prodotti e servizi per qualificare il proprio business. A visitare il salone sono state invitate oltre 30 mila aziende siciliane. Rhs - Ristora Hotel Sicilia è un salone specializzato che risponde alle richieste di innovazione e aggiornamento da parte di un'ampia tipologia di aziende in crescita: attività alberghiere, ristoranti, pizzerie, gelaterie, pub, ma anche esercizi commerciali impegnati nella panificazione e nella pasticceria. La missione di Rhs - Ristora Hotel Sicilia, è quella di promuovere l'ospitalità, la ristorazione, il turismo, attraverso iniziative professionali di vasto interesse, capaci di coinvolgere tutti gli operatori dei rispettivi settori di attività. L'evento si svolgerà all'interno del padiglione F1 del quartiere fieristico Le Ciminiere, su una superficie espositiva di oltre 10.000 mq. divisa su più aree, articolata fra attrezzature, prodotti e servizi; insomma un richiamo imperdibile dove si possono esplorare proposte e innovazioni per un business sempre in decollo. Anche questa ottava edizione sarà ric-



ca di momenti dimostrativi: forum di panetteria e prodotti da forno, pasticceria, caffetteria, degustazione vini, acque minerali, oli, liquori, distillati e formaggi.

A questa edizione del Salone, parteciperà il team Categoria con il suo testimonial Giorgio Mastrota per promuovere la sigaretta elettronica.

Ma ci saranno tante altre novità a Rhs 2010. Speciale forum di panetteria e prodotti da forno: a cura dell'Ass.I.Pan- Confcommercio regionale (Associazione italiana panificatori) in collaborazione con l'Unicef di Catania.

Speciale forum di tecniche di cottura: a cura del gruppo Zanussi - Electrolux.

Selezioni Nazionali per il Campionato di Cioccolateria: a cura del gruppo Perugia
Mini corso di degustazione di formaggi tipici siciliani: a cura dell'Onaf (Organizzazione nazionale assaggiatori di formaggi).

Mini corso di degustazione di vino dell'Etna: a cura della società WHE per conto delle cantine Patria.

Mini corsi di degustazione oli extravergine d'oliva e distillati: a cura dell'Associazione EtnaE20.

RHS coinvolge circa 500 marchi di prodotti di diversi settori: macchine, attrezzature, arredi da interno ed esterno per hotel, ristoranti, pizzerie; bar, gelaterie, gastronomie, panifici ed attività ricettive; forniture per catering e hotellerie; imballaggi e confezioni; prodotti alimentari freschi, conservati, semilavorati e lavorati; vini, liquori, birre, bevande ed acque minerali; attrezzature professionali per la pulizia; abbigliamento da lavoro; prodotti e servizi di informatica, telefonia e gestione amministrativa; sistemi di sicurezza; climatizzazione e condizionamento; decori e vetrinistica.

Per maggiori informazioni, visitare il sito internet www.ristorahotelsicilia.it. Oppure contattare Expo Mediterraneo - Sistema Confcommercio Catania Imprese per l'Italia (tel 095 7310776 - 095 7310777 - fax 095 356211; info@expomediterraneo.it)

RICONOSCIMENTI

“Stelle al merito del lavoro”, istruzioni per la presentazione della proposta

Il conferimento delle decorazioni “Stelle al merito del lavoro” avviene il 1° Maggio di ogni anno. I proponenti devono avere i seguenti requisiti:

- lavoratori di ambo i sessi: operai, impiegati, quadri e dirigenti;
- cittadinanza italiana;
- 50 anni di età, compiuti entro il 31 ottobre;
- occupazione per un periodo minimo di 25 anni alle dipendenze di una o più aziende.

Le domande, complete di tutti i dati anagrafici dell'aspirante, unitamente ad un recapito telefonico, dovranno pervenire entro e non oltre il 31 ottobre all'assessorato regionale del Lavoro - Dipartimento Lavoro - Servizio XV Ispettorato regionale del lavoro

Irl 1 - Via Maggiore Toselli 30/34 - 90143 Palermo.

Le stesse vanno altresì corredate dai seguenti documenti in carta semplice:

1. Certificato di nascita o autocertificazione (Legge 127/97).
2. Certificato di cittadinanza italiana o autocertificazione (Legge 127/97).
3. Attestato di servizio o dei servizi prestati presso una o più aziende fino alla data della proposta o del pensionamento.
4. Attestato di perizia, laboriosità e condotta morale in azienda.

5. Curriculum vitae.
6. Copia documento di identità in corso di validità.

7. Autorizzazione da parte dell'interessato al trattamento dei dati personali (D.Lgs 196/2003).

Le attestazioni di cui ai punti 3 e 4 ed eventualmente il curriculum vitae potranno essere contenute in un unico documento rilasciato dalla ditta presso la quale il lavoratore presta (o ha prestato) servizio (se il lavoratore ha prestato servizio presso più aziende, occorre presentare più attestati) e dovranno contenere l'indicazione della residenza dei candidati con il corrispondente codice di avviamento postale.

Le proposte già avanzate per gli anni precedenti devono ritenersi comunque decadute e, per un eventuale conferimento, dovranno essere ripresentate entro i termini stabiliti.

Le istanze di coloro che non possiedono i summenzionati requisiti previsti dalla normativa vigente e quelle incomplete verranno escluse.



Il convegno organizzato dalla Fnaarc, il Sindacato provinciale Agenti e Rappresentanti di Commercio, per celebrare il Trentennale della Fondazione è stato un grande successo. Il 26 giugno, al centro fieristico Le Ciminiere di Catania, si sono riuniti per l'importante occasione i vertici della Fnaarc di Catania insieme a quelli della Federazione nazionale, le massime autorità cittadine, i rappresentanti di Provincia e Regione.

A ripercorrere le tappe più significative del sindacato, fondato il 23 giugno del 1980 nei locali della Confcommercio di Catania, e fare un bilancio della fervida attività sostenuta in questi 30 anni sono stati l'attuale presidente provinciale Domenico Ambra, il presidente nazionale e il vice presidente nazionale della Fnaarc, Adalberto Corsi e Antonio Franceschi. E ancora, Brunetto Boco, presidente nazionale dell'Enasarco (ente di previdenza degli agenti di commercio), Luigi Strazzella, responsabile del settore fiscale e sindacale della Fnaarc, i quali hanno dato luogo a una tavola rotonda sui temi rilevanti per la categoria: formazione, sviluppo sul territorio, novità sull'accordo economico collettivo del settore commercio. Al convegno hanno partecipato autorità politiche come l'assessore regionale al Turismo Nino Strano e l'assessore provinciale allo Sviluppo Economico Massimo Pesce. Sono, inoltre, intervenuti il presidente della Camera di Commercio di Catania Pietro Agen e il presidente della Confcommercio di Catania Riccardo Galimberti. Per celebrare il trentennale



Fnnarc, da trent'anni al servizio dei soci

“

Fondato il 23 giugno 1980, il sindacato provinciale Fnaarc sostiene gli agenti di commercio. Un convegno per celebrare l'anniversario

”



della Fondazione, sono state assegnate targhe ai presidenti che si sono succeduti in questi 30 anni: Rosario Claudio Maravigna (Presidente Fnaarc Catania, dal 1980 al 1987), Angelo Mangia-

meli (Presidente Fnaarc Catania dal 1988 al 1998), Domenico Ambra (Presidente Fnaarc Catania dal 1998, tutt'ora in carica) e Giuseppe Cunsolo (Segretario Provinciale Catania dal 1980) e all'Ufficio interprovinciale dell'Enasarco di Catania per la costruttiva e sincera collaborazione col sindacato.

Bomboniere, regali, artigianato in mostra. Torina, dal 16 al 18 ottobre nel complesso fieristico Le Ciminiere, la Catania Gift Fair. L'XI edizione raccoglierà oltre 150 espositori, tra aziende produttrici e distributori, da tutto il territorio nazionale ed europeo.

Organizzata dalla Tutto Fiere, la manifestazione si svolge con il patrocinio della Fibr-Confcommercio (la Federazione italiana operatori regali, bomboniere, tessuti e complementi d'arredo), della Provincia regionale di Catania, del Comitato Fiere Terziario, e con il sostegno degli agenti, che hanno contribuito sin dalla nascita di questa fiera al suo successo. Impossibile non citare anche la collaborazione con la stampa specializzata.

Novità per l'accoglienza, a partire dal servizio di ristorazione: all'interno della struttura quest'anno ci sarà anche un ristorante selfservice a prezzo fisso, oltre al bar con l'ottima gastronomia. Inoltre, sono state concluse, nuove convenzioni alberghiere attraverso l'Etna Convention Bureau, la Fibr-Confcommercio e prevedono varie agevolazioni per gli espositori e gli operatori in visita. L'organizzazione della Tutto Fiere ha anche ampliato le offerte di accoglienza per i buyer. È prevista l'ospitalità alberghiera per cento clienti vip provenienti da Sicilia occidentale, Calabria e Malta, nella notte di venerdì, e il rimborso delle spese di viaggio per due persone (provenienti in treno o bus), oppure l'invito a pranzo, per i clienti nei giorni di sabato e lunedì. Omaggi editoriali e riviste per tutti i visitatori. Particolarmente nutrito quest'anno il pacchetto dei seminari di formazione professionale, organizzati

Gift fair, "Dove il mercato c'è"

“

Il 16 ottobre alle Ciminiere arriva l'XI edizione della fiera dedicata a bomboniere, regali, artigianato, complementi e accessori

”



dalla Fibr-Confcommercio con la Ediemme e altre organizzazioni consorelle, come la Assogiocattoli e la Federfiori-Confcommercio. Le novità più importanti riguarderanno l'imminente applicazione delle nuove normative in materia di sicurezza giocattoli, che coinvolgono direttamente anche gli operatori del settore bomboniere, il punto vendita sostenibile, in linea con la crescente sensibilità sociale ai tempi ecologici e "verdi" e il negozio della festa, per trasformare l'offerta commerciale dei dettaglianti in linea con i trend più attuali.

I seminari, tenuti da docenti qualificati, tutti pro-

fessionisti delle diverse materie, rappresentano per i negozianti una preziosa occasione di crescita e di sviluppo della loro attività. Gli operatori in visita potranno contare inoltre sui numerosi servizi offerti all'interno della struttura fieristica. Fra questi, il Business centre, che metterà a disposizione fax, fotocopie, internet, la nursery per i piccoli al di sotto dei dodici anni, il guardaroba.

E ovviamente non mancheranno i settori bomboniere, regali, artigianato d'arte, complemento d'arredo e tavola, con quest'ultima che avrà ancora più spazio grazie alla presenza di importantissime aziende. Fra le iniziative collaterali della rassegna, vi saranno come ormai consuetudine, la sezione Bijoux fashion, dedicata alla bigiotteria e agli accessori moda.

"La fiera dove il mercato c'è" non è solo uno slogan pubblicitario. La Gift Fair si rivolge agli operatori di Sicilia, Calabria e Malta: territori che rappresentano circa nove milioni di consumatori che sono tra i più attenti acquirenti dei beni di consumo esposti nella rassegna. Dopo i numeri dello scorso anno e con le tante novità annunciate, si attende un'edizione da record della manifestazione, la più importante nel settore che si sia mai tenuta a sud di Napoli.

SIAMO ARRIVATI SULLA PIU' ALTA VETTA D'EUROPA....

MA SIAMO DA 30 ANNI, OGNI GIORNO VICINO A COMMERCianti, OPERATORI TURISTICI, ARTIGIANI, IMPRESE DI SERVIZI E PICCOLE E MEDIE AZIENDE.

IL CONFIDI COFIAC Soc.Coop.p.azioni

E' IL PRIMO CONFIDI NATO IN SICILIA L'08 MAGGIO 1979, IN QUESTI ANNI ABBIAMO GARANTITO OLTRE 10.000 FINANZIAMENTI AIUTANDO LE IMPRESE SICILIANE A CRESCERE .

IL SEGRETO DEL NOSTRO SUCCESSO E': CORTESIA, RAPIDITA', CORRETTEZZA, ECONOMICITA'!
LA NOSTRA PUBBLICITA' NON PROMETTE SOGNI MA CONCRETA REALTA'!

FINANZIAMO:

LIQUIDITA';
ACQUISTO SCORTE;
ACQUISTO ATTREZZATURE E BENI STRUMENTALI;
ACQUISTO IMMOBILI AZIENDALI

CON IMPORTI DA 5.000,00 A 1.500.000,00 EURO
(FINO A 500.000,00 CON ABBATTIMENTO TASSI REGIONE SICILIA)

PER OTTENERE DAL CIRCUITO BANCARIO CONVENZIONATO:

SCOPERTURE DI CONTO CORRENTE;
A) ANTICIPI SALVO BUON FINE, P.O.S. E SU APPUNTI;
B) PRESTITI CHIROGRAFARI FINO A 7 ANNI
C) MUTUI FINO A 15 ANNI;
D) LEASING

PUOI RIVOLGERTI DIRETTAMENTE A NOI TELEFONANDO AI NUMERI:

095/ 7310721, 7310722, 7310734

O PRESSO UNA DELLE SEDI CONFCOMMERCIO CT OPERANTI NELLA PROVINCIA DI CATANIA.

IL CONFIDI COFIAC SOC. COOP. P.A.

E' RICONOSCIUTO DALLA REGIONE SICILIANA CON D.D.G. N. 261 DEL 07.08.2006
E GODE DELL'ABBATTIMENTO TASSI IN FAVORE DELLE AZIENDE ADERENTI

PRESSO IL CONFIDI COFIAC SOC. COOP. P.A. E' ATTIVO IL FONDO PER LA PREVENZIONE DELL'USURA DI CUI ALLA LEGGE 108/96



MONTE ELBRUS MT. 5.642 S.I.M.