



informa

Mensile di informazione - anno II numero IX settembre 2010 - € 2,00

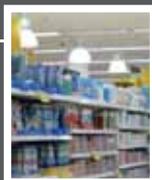
BENVENUTI A PESCARA



Poste Italiane S.p.A. - Spedizione in abbonamento postale - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n.46) art. 1, comma 1, DCB S1/BA

MERCATI

Antitrust: le norme ora sono più severe



NUOVA BOSCHI

Il prosciutto è un'opera d'arte



AREA PRODOTTI

Il boom dei prodotti ecosostenibili



The image features a large, stylized 'P' in a gold, cursive font. To its right is the 'Migro' logo, which consists of the word 'Migro' in a white, sans-serif font inside a red oval with a yellow border. Below the 'P' and 'Migro' logo, the word 'Premium' is written in a gold, cursive font. The background is a light blue sky with scattered, floating books of various colors (purple, green, orange, white, red) and sizes, some open and some closed. At the bottom of the image, a row of sharpened colored pencils in various colors (green, blue, pink, brown, black, red, yellow, orange, green, blue) is visible, with their tips pointing upwards.

P **Migro**
Premium

**...ne abbiamo
di tutti i colori**
www.migropremium.it

Gestire il cliente “trasversale”



Benedetta Maffia

Molti sono abituati a considerarlo un foglio pubblicitario di nessuna importanza. In realtà, soprattutto nell'ultimo periodo con la crescente attenzione ai prezzi, i volantini promozionali diffusi in grande distribuzione sono diventati uno strumento che accompagna sempre più persone nell'atto d'acquisto. Negli ultimi anni è il punto vendita che è diventato “strategico” come medium di comunicazione”. Il rapporto fra advertising classico e promozione si è oggi integrato in un processo che, senza soluzioni di continuità, accompagna il consumatore fino sul punto di vendita e ne orienta una notevole parte delle decisioni.

I clienti di un supermercato o ipermercato vi entrano per due terzi senza nota della spesa, di fronte ai banchi modificano il 40% delle proprie intenzioni di acquisto e quando arrivano alla cassa hanno speso il 20% in più di quanto programmato.

Le prospettive per il futuro sono dunque incoraggianti, anche se in Italia, a causa della restrittiva norma sulla privacy, è difficile lavorare come in paesi in cui il marketing diretto è una disciplina incoraggiata dal sistema pubblico e la gran parte dei volantini promozionali è inviata via posta. Nel prossimo futuro cresceranno anche da noi sempre di più le iniziative di micro marketing e il volantino promozionale non potrà che giovarsene, scandendo l'offerta in diverse combinazioni, mirate e personalizzate, in modo da far sentire il consumatore non solo un “cacciatore di sconti” ma anche una “persona” di cui le insegne conoscono e premiano le singole aspettative e bisogni.

Di pari passo con il volantino promozionale troviamo l'in store promotion. I venditori efficaci si formano per parlare con chiarezza al consumatore. Non c'è più spazio per l'improvvisazione: bisogna mettere al centro dell'esperienza di vendita l'uomo, formato in modo competente e preciso.

Per un'azienda, comprendere il valore dell'investimento nei propri collaboratori è foriero di longevità: l'organizzazione cresce perché condivide con le risorse obiettivi e percorso di sviluppo, comunicando al mercato uno stile coerente e riconoscibile. Non basta trasferisce solo know how, ma soprattutto know why, fornendo spiegazioni e motivando le persone per supportarle nel momento della vendita.

Obiettivo finale è gestire il “cliente trasversale” : lo stesso che entra in profumeria, in un market, si reca in banca o va a comprare un'auto. Adesso non mi resta che inviare a tutti Voi, cari lettori, un saluto affettuoso da parte mia e di tutto lo staff di redazione. Buona lettura.



PARTITA

IVA?



di sicuro è andata da

Bliz

SELF SERVICE ALL'INGROSSO

Massafra
S.S. 7 Appia
Km 632,300
Tel. 099 880 71 35

Corigliano D'Otranto
S.S. 16
Km 975,300
Tel. 0836 66 05 29

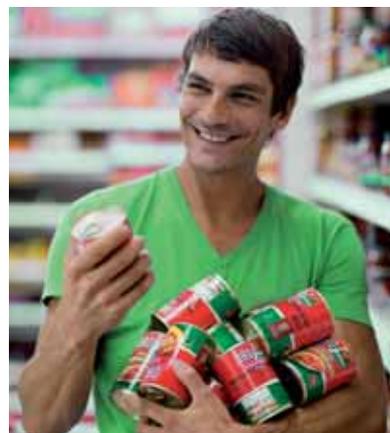
Modugno
s.s. 96
Km 118,400
Tel. 080 532 22 75

Frosinone
Zona ASI
Via le Lame, 13
Tel. 0775 29 28 83

Terlizzi
Contrada
Pozzo S. Giorgio
Tel. 080 351 88 29

Finestra sui mercati

- 6 La convenienza? Questione di percezione
- 7 Antitrust: le norme ora sono più severe
- 8 Distinti salumi
- 9 Sacrifici privati e pubbliche virtù
- 10 Le responsabilità dell'occidente nella crescita cinese
- 11 Troppi luoghi comuni sulla Cina



6

Marketing & Fornitori

- 12 Nuova Boschi: il prosciutto è un'opera d'arte
- 15 Il suo chiodo fisso? L'organizzazione del lavoro

Cash and Carry

- 16 La convenienza Migro arriva a Pescara
- 19 La parola ai clienti

Lavoro e carriera

- 21 Così l'America cambia per rimanere se stessa
- 23 I tre valori che fanno grande un marchio



24

Diritto e Fisco

- 24 Nuovo codice della strada: cosa cambia per gli automobilisti

Area prodotti

- 26 L'influenza del clima sui mercati dei cereali
- 27 Il boom dei prodotti ecosostenibili



28

Life style

- 28 Stress da rientro? Questione mentale
- 29 Torna la febbre del Fantacalcio



16

Che cosa significa conveniente? Vuol dire solo prodotto a buon mercato? C'è un modo diverso di concepire il concetto di convenienza a seconda che ci si sposti dal Settentrione al Meridione dell'Italia? A queste domande rispondono due ricerche effettuate da Marketing & Trade, società di consulenza e formazione alle aziende della distribuzione moderna e alle aziende produttrici di beni di largo consumo, di cui dà conto la Presidente della società Daniela Ostidich sul numero 3 del 2009 di Micro&Marketing, prestigiosa rivista della casa editrice il Mulino. Una ricerca, spiega la numero uno della Marketing & Trade, che nasce dall'impressione che «nella testa delle persone sia cambiato il significato di convenienza e che quindi la rincorsa alle promozioni e agli sconti delle insegne distributive spesso non riscuotano il successo previsto proprio perché parlano una lingua diversa da quella dei consumatori». E che lingua parlano? La risposta viene dalla prima ricerca eseguita mediante 800 interviste a responsabili di acquisto equamente divisi fra Milano e Napoli. Convenienza, spiega la Ostidich, non significa "spendere meno" o "spendere il meno possibile": la convenienza è infatti non un valore a sé, ma il risultato di un confronto, di un'opportunità. Lo studio della Marketing & Trade, in particolare, mette in rilievo sia atteggiamenti condivisi fra consumatori milanesi e napoletani che differenti percezioni del prezzo. Partendo da quest'ultime, l'autrice dell'intervento semplifica in questo modo: mentre al Nord in media prevale la concezione del "chi più spende meno spende", chi acquista un buon prodotto in realtà risparmia cioè, al Sud

La convenienza? Questione di percezione

Francesco De...



Al nord prevale la concezione che chi acquista un buon prodotto in realtà risparmia, al sud trova più consensi l'idea di convenienza d'acquisto a un prezzo inferiore

invece trova più consensi l'idea secondo cui "convenienza significa comprare le marche a un prezzo inferiore". L'impressione generale,

sintetizza la Presidente della società di consulenza, è che comunque per entrambe le città «la convenienza sia rapportata

alla ricerca della qualità dello shopping: a Milano prevalentemente garantita dalle formule di promozionalità (no agli sconti per vicina scadenza o sottocosto) e a Napoli da una più laboriosa attività di ricerca (ricerca al mercato dell'ingrosso, attenzione a volantini e a sconti quantità)». Ma che cosa valutano i consumatori quando si interrogano sul concetto di convenienza? Gli intervistati prendono in considerazione anche l'investimento di tempo di chi effettua le compere, cioè «la fatica di muoversi in una giungla di offerte, di non dare niente per acquisito e di valutare le alternative di prezzo con costanza e pazienza». Ma come cambia la gestione delle risorse fra Settentrione e Mezzogiorno? Mentre nel Nord il 63% degli intervistati non considera la carta di credito come una forma di debito, per l'84% dei meridionali lo è invece. E la differenza fra i due atteggiamenti non è certo cosa da poco. «Un acquisto effettuato con carta di credito si percepisce abbia effetti negativi sulle proprie future capacità di spesa», commenta la presidente di Marketing & Trade. Un altro aspetto interessante preso in esame riguarda l'atteggiamento di fronte agli acquisti costosi: «i napoletani sanno che prima o poi troveranno il prodotto agognato in promozione, o al limite si indebiteranno per averlo, i milanesi invece si daranno da fare per trovarlo ad un prezzo più basso (non necessariamente aspettando il miracolo del volantino) oppure vi rinunceranno». Differenti percezioni del prezzo, dunque, ma anche diversa capacità di misurarsi con la ricerca di un prodotto. Atteggiamenti diversi che dimostrano come le strategie di prezzo debbano conciliarsi con i comportamenti di acquisto dei consumatori.

Antitrust: le norme ora sono più severe

Michela Caiapich



Dal 1° giugno scorso, con l'entrata in vigore del Regolamento Ue n. 330/2010, la normativa europea antitrust in tema d'accordi verticali e di pratiche concordate fra industria e distribuzione s'è fatta ancor più stringente di prima.

Come è emerso nel corso del seminario dal titolo: «Le nuove regole dell'antitrust nelle relazioni verticali tra Industria e Distribuzione: conoscerle per minimizzarne il rischio», organizzato a Milano da Indicod-Ecr, il top management di aziende industriali e distributive con una quota di mercato superiore al 30% devono irrinunciabilmente avere un'approfondita conoscenza di questa normativa, non foss'altro per il fatto che, in caso di condanna da parte dell'Authority, la sanzione può

raggiungere il 10% del fatturato complessivo dell'azienda. Oltretutto le clausole che violano la normativa non si potranno far valere.

Se la normativa non si applica alle imprese con quote di mercato inferiori al 15%, quelle con uno share fra il 15 e il 30% è opportuno valutare la loro contrattualistica in un'ottica antitrust. Implementando alcuni

che il legislatore vuole invece garantire, per permettere ai consumatori di disporre di prodotti sempre migliori a prezzi competitivi.

Qualche indicazione operativa? Con il nuovo Regolamento Ue n. 330/2010 limitare la possibilità di un distributore di commercializzare prodotti on line sarà sempre più difficile. Il category management andrà poi implementato

con estrema cautela, soprattutto se si realizza in mercati concentrati e da parte dei leader/coleader di mercato con significativi share. Il legislatore è infatti deciso a evitare che il category captain, suggerendo l'offerta e relativo display del partner distributivo, estrometta dal mercato i suoi competitor o sfrutti le informazioni raccolte per rimodulare la propria politica prezzi.

Con il nuovo Regolamento Europeo limitare la possibilità di un distributore di commercializzare prodotti on line sarà sempre più difficile



accordi verticali, potrebbero infatti porre in essere turbative della libera concorrenza

o sfrutti le informazioni raccolte per rimodulare la propria politica prezzi.

PROMOMEDIA
PUBBLICITÀ E MARKETING

**Target Centrato.
Sempre!**

RAI • MILANO • ROMA • PARMA • CATANIA • BUCAREST
www.promomedia.net.it • info@promomedia.net.it



Se ci fosse un modo per vendere allo scoperto l'Italia, non ci penserei un attimo. Per chi non è del mestiere con questa terminologia si denominano le operazioni finanziarie effettuate con l'intento di ottenere un profitto a seguito di un trend o movimento ribassista delle quotazioni di un qualsiasi bene quotato in una borsa valori. Fortunatamente, per voi che leggete, il valore delle vostre case, il valore della laurea di vostro figlio, il valore del comprensorio turistico in cui andate a fare le vacanze o il valore del benessere della città in cui vivete non sono oggetto di quotazione presso nessun mercato borsistico. Se così fosse infatti, avremmo assistito all'arrivo di migliaia di speculatori pronti a vendere allo scoperto un Paese che nel suo complesso è destinato progressivamente a perdere di valore.

Vi accorgete di quanto valiamo come Paese o come popolazione lavorando o interagendo con altre nazionalità (Stati Uniti a parte), in cui quello che è normale o consuetudinario negli altri stati, in Italia è straordinario oppure eccezionale. Da due anni si continua a parlare ormai di questa famigerata crisi finanziaria che ora è diventata crisi planetaria e che ha ripercussioni molto rilevanti anche in Italia: vi faccio una domanda. Pensate seriamente che le persone al momento al governo o all'opposizione, le quali sono state artefici di aver condotto il Paese alla sfida della globalizzazione, senza ipotizzare alcun tipo di difesa, siano adesso in grado di risolvere i problemi che quest'ultima ha procurato allo stesso Paese. Chi siede a Bruxelles o Roma a rappresentarci ha un'età media oltre i sessant'anni, lo stesso premier è ormai in prossimità degli ottanta anni: tutti loro sono ormai mentalmente obsoleti, incapaci di astrarsi intellettualmente per comprendere su cosa e come intervenire, capaci solo di aizzarsi per le solite beghe di partito. Non me la prendo più di tanto con Berlusconi, Fini, D'Alema, Bersani, Bossi o Casini, ma con chi li vota. Alla fine gli italiani hanno la classe politica che si merita e la stessa si dimostra

Distinti salumi

Eugenio Benetazzo



Massimo D'Alema e Silvio Berlusconi



Michela Vittoria Brambilla Ministro del Turismo

un fedele specchio del Paese.

Quei pochi vanti che avevamo nei confronti di altre nazioni non li abbiamo mai coltivati a sufficienza, lasciandoli appassire lentamente: qualcuno mi ricorda come in più occasioni abbia menzionato il mancato sfruttamento del potenziale turistico ed artistico italiano. Non rinnego questa mia constatazione, tuttavia soffermiamoci a riflettere su come è strutturato questo potenziale inesperto: migliaia di alberghi, pensioni, residence ormai fatiscenti, la maggior parte a conduzione familiare, risalenti, assieme all'arredamento, a oltre trent'anni fa. Per non parlare delle logiche campanilistiche di attrazione ed accoglienza turistica di enti locali, aziende di soggiorno ed associazioni di albergatori che competono una con l'altra. Piuttosto che fare sistema tra di loro preferiscono perdere il cliente: è la logica dell'orto di casa, quello che è mio non lo condivido con nessuno. Purtroppo manca un disegno di regia unitaria che dia l'imprimatur ad una svolta gestionale

e direzionale degna del Paese che "in teoria" vanta il maggior appeal turistico ed artistico del mondo. Per questo motivo a guidare il Ministero del Turismo ci dovrebbe essere un "dream team" costituito dai migliori marketing manager del mondo, e non una ex valletta di periferia dalle discutibili competenze professionali ed imprenditoriali.

Qualcuno mi scrive confidando molto presto in una rivoluzione, magari in una rivoluzione culturale per cambiare definitivamente il destino di lento e progressivo impoverimento del Paese, che ormai vive solo grazie alle montagne di risparmio accantonato e al mercato sommerso dell'evasione fiscale. Ma chi dovrebbe farla questa rivoluzione? Le forze giovanili attuali? Prima mi viene da piangere e dopo da ridere: intere generazioni di ragazzi italiani buoni purtroppo a nulla, senza spirito di sacrificio e con professionalità inesistente, tutto questo grazie a scuole superiori e laureifici (leggasi università di stato) attrezzati per elargire una

qualche sorta di riconoscimento accademico o suo surrogato. Le lauree italiane (al pari dei diplomi) non servono ormai più a nulla in quanto è cessata da quasi vent'anni la funzione sociale per cui sono state concepite ovvero fare selezione, individuare i più promettenti, scartare gli inetti e bocciare gli incapaci. Care mamme evitate di scrivermi dicendo che vostro figlio è un genio e che sono esagerato: fate così mandatelo a lavorare all'estero, vediamo chi ve lo assume per una mansione dirigenziale.

La formazione accademica italiana era tra le migliori (forse la migliore al mondo) fino a 20/25 anni fa, poi lentamente questo primato ci è stato sottratto per l'incapacità di aggiornare il modello scolastico e soprattutto per la lentezza di ammodernarsi dell'intero Paese. Sicuramente qualcuno che vale esiste (purtroppo sono veramente molto pochi), ma vale per un qualche dono di natura, non certo per quello che le istituzioni scolastiche ed accademiche gli hanno insegnato.

Tra vent'anni in Italia ci scontreremo con un'altra triste realtà, quella di non essere più a casa nostra: grazie infatti ad un liberismo sfrenato alle frontiere, saranno infatti in maggioranza numerica tutte le altre etnie che abbiamo fatto entrare senza tante riflessioni, con un aumento della conflittualità sociale che ora non immaginiamo nemmeno. Aumentano in continuazione invece i paesi occidentali che stanno facendo l'impossibile per far rimpatriare le ondate di immigrazione degli anni precedenti, proponendo addirittura bonus economici a chi se ne ritorna da dove è venuto. Ovunque (persino a Malta), tranne in Italia, ci si rende conto dei disagi e danni economici che hanno provocato gli extracomunitari (abbassamento dei livelli salariali, criminalità per le strade, intolleranza nei confronti della cultura ospitante, prostituzione, disagio e tensione sociale con gli autoctoni). Noi italiani invece per



Lorenzo de' Medici il Magnifico

evitare di offendere la sensibilità di qualche attivista per l'integrazione razziale stiamo serenamente lasciando che questa diventi la casa di qualcun'altro.

Per le conseguenze che ci aspettano, la gestione dei flussi migratori dovrebbe essere una priorità nazionale. In qualsiasi città italiana andiate vi rendete conto voi stessi di un dato oggettivo: queste persone non solo non si sono integrate, ma nemmeno lo vogliono, ogni etnia infatti si è autoghettizzata per conto proprio (dai cinesi ai nordafricani, ogni comunità vive con le sue regole, fregandosene del Paese che la ospita).

Datemi retta vendete tutto quello che ha senso vendere e accaparratevi quel poco di buono che ancora rimane dell'Italia: tra quindici anni ci chiederemo come sia potuto accadere, come sia stato possibile lasciar marcire il Paese fino a qualche anno fa inviati da tutti.

Se qualcuno di voi spera in qualcosa, allora deve sperare che arrivi, emerga o si imponga un nuovo Lorenzo Il Magnifico, una personalità giovane, visionaria, intraprendente, scomoda per l'attuale establishment industriale e politico, che abbia la capacità di rinnovare il Paese, e stravolgere la sua popolazione, proprio come fece allora Lorenzo De' Medici riformando completamente tutte le istituzioni statali dell'epoca e risolvendo le rivalità e le problematiche dei grandi gruppi di potere, assicurando al tempo stesso un periodo di equilibrio, crescita, stabilità e slancio per tutta la penisola. Tuttavia fin tanto che da quasi vent'anni in Italia continuano ad alternarsi a livello politico e mediatico sempre gli stessi attori (da Berlusconi a D'Alema, da Montezemolo a Tatò, da Pippo Baudo a Raffaella Carrà), il problema non sarà tanto come cambiare il Paese, ma come cambiare gli italiani, ormai assopiti ed addormentati proprio come recitava il poeta Ugo Foscolo: e mentre io guardo la tua pace, dorme quello spirito guerrier ch'entro mi rugge.

Le responsabilità dell'occidente nella crescita cinese

Canio Trione

La Cina sta per divenire la seconda potenza economica del pianeta.

A giudicare dall'andamento del Pil nel secondo trimestre e da quello prospettato dalle agenzie statistiche di tutto il mondo per l'anno in corso la cosa è incontrovertibile. Ma si tratta di un dato che, oltre ad essere meramente statistico, non esprime quello che la vulgata gli attribuisce. Per prima cosa va ribadito come si arriva alla crescita esponenziale del Pil cinese. Da quando le porte del WTO si sono spalancate (precisamente l'11 dicembre del 2001) si sono riversate in occidente alluvioni di prodotti di scarsa qualità a prezzi stracciati. Tutto a spese di quelli che rimangono in occidente. Quindi dietro la cifra del Pil che grandeggia sulle prime pagine dei giornali vi sono sacrifici umani, ambientali e illegittimità diffusa e permessa che ne ridimensionano grandemente la validità.

Come seconda cosa va ricordato che a fronte di queste inondazioni di prodotti cinesi si è verificato uguale trasferimento di danari occidentali verso la Cina; danari che hanno sostenuto e consentito la crescita di quel Pil. Ancora oggi l'intero circolante interno cinese trova sostegno e credibilità nelle immense riserve di dollari detenute dal governo. Riserve a loro volta investite in titoli obbligazionari occidentali che certamente non saranno onorati alla loro scadenza ma rinnovati. Quindi dietro quella cifra del Pil che grandeggia sulle prime pagine dei giornali v'è anche una grande fragilità finanziaria.

Come mai si è consentito un saccheggio dei diritti umani più elementari e dell'intero equilibrio ambientale planetario a spese di imprese e lavoratori occidentali?

Come mai si è consentita una elargizione così imponente di danari a fronte di inondazioni di prodotti di valore certamente infimo ma, oggi, sempre più perfezionati fino a minacciare la stessa sopravvivenza dell'industria occidentale? Certamente si tratta uno degli errori epocali della presidenza Bush. Ma anche di uno svarione dell'Europa come unicum e come somma di numerosi Stati. Lo scarso livello culturale della classe dirigente occidentale e l'abbaglio liberale hanno fatto confondere e ancora confondono le idee e gli interessi delle collettività nazionali e continentali con gli interessi di poche organizzazioni economiche che lucrano con la commercializzazione di prodotti low cost.

Il risultato di questo immenso errore è stato l'aver arricchito ulteriormente chi già lo era e aver spinto fuori dal circuito economico chi già era border line aggiungendosi ai milioni di disoccupati e sottoccupati che già esistevano.

Anche quest'anno la Cina crescerà (sempre statisticamente) a livelli proverbiali ma nessuno dice che quella crescita è una componente sostanziale della crisi dell'occidente. Infatti è la nostra scarsa crescita economica prodotta dalla ineguale concorrenza cinese che rende impossibile pagare il conto della finanza d'assalto dalla quale non ci riesce di liberarci. Come si farà a pagare il conto della crisi finanziaria se la crescita della domanda globale viene regalata interamente alla Cina? Come si pensa di uscire dalla crisi se non si risponde alla domanda di lavoro che cresce dalla base?

A giudicare dai governanti che ci siamo scelti, la vedo nera.



Troppi luoghi comuni sulla Cina

Mariano Leone

La Cina è vicina? È il titolo di un vecchio film di Bellocchio. Io ho aggiunto il punto interrogativo. Sappiamo poco della Cina e quel poco che sappiamo è afflitto da pregiudizi e frasi fatte o si riferisce ad una Cina di molti anni fa. Tendiamo ad identificare la Cina con le magliette da pochi euro o con le scarpe usa e getta. In queste pagine abbiamo parlato in numeri precedenti del

Cerchiamo con un atteggiamento rilassato come sotto un ombrellone di parlare di alcuni luoghi comuni che riguardano la Cina e di analizzare alcuni accadimenti finanziari tenendo conto della Cina e della sue scelte. In un panorama che vede i paesi occidentali, tutti i paesi occidentali in crisi industriale ed economica la Cina procede in controtendenza. I salari occidentali vanno verso il basso, quelli cinesi verso l'alto. I paesi

spazzatura sulla base di valutazioni elaborate dai suoi computer.

Quando finirà la sequenza delle bolle finanziarie?

Se l'analisi è quella che vi ho descritto la soluzione potrà avvenire solo come per i vasi comunicanti, quando si pareggeranno i livelli. I paesi emergenti daranno spazio agli investimenti dirottando il risparmio e i paesi occidentali aumenteranno la loro quota di risparmio. Dove si sta realizzando uno sviluppo

Anche l'iscrizione al partito unico cinese non avviene per automatismo ma solo dopo un'istruttoria che dura due anni durante la quale vengono esaminati i meriti personali e quello che il candidato ha fatto per il paese e la collettività. Senza parlare dalla quantità di energie finanziarie spese per l'istruzione e l'università. Anche questo in controtendenza. Scontato con questi presupposti parlare del criterio meritocratico



sistema distributivo dei prodotti cinesi. Lo abbiamo definito il più innovativo degli ultimi decenni.

Ma continuiamo a ritenere la Cina capace di proporre i suoi prodotti a basso prezzo solo perché il costo della manodopera è più basso del nostro. Qualsiasi analista potrebbe dire che anche se a costo zero dei prodotti di partenza i costi della distribuzione sono quelli nostri. Ma continuiamo pigramente ad ignorare il sistema distributivo dei prodotti cinesi che svolgendosi in paesi occidentali ha necessariamente costi occidentali. La convenienza quindi andrebbe ricercata e studiata nell'innovativo sistema distributivo. Ma di questo ne abbiamo già parlato.

emergenti e soprattutto la Cina incrementano la loro ricchezza che a sua volta incrementa il risparmio. Il risparmio prodotto in queste economie emergenti non viene impiegato in questi stessi paesi ma viaggia trovando impieghi nelle società occidentali. Questa quantità di denaro che cerca impieghi nelle borse occidentali causa il paradosso di un profitto industriale che scende e degli indici di Wall Street che salgono. Questo fa dire a molti analisti e a molti politici ma soprattutto a quelli di casa nostra che la crisi è superata. Guardano da miopi solo gli indici di borsa. Questo permette a furbastri come Meriwether di vendere i suoi prodotti finanziari

che non passa attraverso l'indebitamento dei governi, l'aumento della disoccupazione, l'incremento della fiscalità, l'abbandono delle campagne, gli scompensi di una urbanizzazione selvaggia, l'esplosione sistematica di bolle finanziarie? In Cina. Qual'è la nazione che non ha adottato le teorie di Friedman come hanno fatto altri paesi innamorati della liberalizzazione finanziaria e ne hanno pagato lo scotto? La Cina.

Qual'è il paese che ha il più efficace programma di energia alternativa per i prossimi trenta anni? La Cina.

Qual'è il paese che ha messo la meritocrazia alla base dello sviluppo? La Cina.

applicato a docenti ed a studenti. Mentre avvengono questi eventi epocali la nostra italiotta resa tale da una classe politica provinciale parla di dazi sui prodotti cinesi come soluzione dei problemi. Come se il protezionismo non debba provocare reazioni di contrasto. Il nostro capitalismo italiota fatto di comparaggi e concessioni di stato non potrà competere con una realtà finanziaria ed economica fatta di merito e di superamento delle concezioni liberistiche. Dobbiamo cominciare a guardare fuori dalla nostra finestra e cominciare a credere che ci sono altre strade da percorrere per uno sviluppo che non sia limitato ad una casta di eletti e privilegiati.

Nuova Boschi: il prosciutto è un'opera d'arte

■ Michele de Sanctis



Una provocazione che si è rivelata un successo: prosciutti come opere d'arte. "Il prosciutto è presentato sottotono, la gente vuole solo il prezzo dunque, per richiamare l'attenzione del pubblico, abbiamo vestito i nostri prosciutti con le opere di Picasso, Mondrian, De Chirico. Perché il vero capolavoro è dentro". Ne è convinto **Enrico Delfini**, amministratore delegato della Nuova Boschi.

Al Cibus, il salone internazionale dell'alimentazione, lo stand dell'azienda con le originali opere non è passato inosservato ma questa non è stata la sola provocazione.

"Abbiamo anche partecipato alla fiera del lusso con prosciutti rivestiti d'oro. Ci sentiamo un po' degli artisti perché dopo anni di lavorazione con sale e paziente stagionatura riusciamo a tirar fuori un ottimo prosciutto. Per produrre qualsiasi cosa ci vuole estro e genuinità: così mentre per il pittore è fondamentale il colore, per noi lo è il sale".

Come si articola il processo produttivo?

"Abbiamo ereditato il meglio dell'arte italiana di

fare prosciutti. Per quanto riguarda il ciclo produttivo nei due stabilimenti, nelle zone di Parma e di San Daniele del Friuli, la Nuova Boschi è caratterizzata da una filiera integrata e completamente certificata che comprende allevamenti, macello e prosciuttificio tutti di proprietà. Non c'è passaggio che non sia a norma e non valorizzi tecnica, esperienza, rintracciabilità e sicurezza. Ogni anno si producono più di 450.000 pezzi e per adeguarci alla domanda del mercato abbiamo nella nostra linea prosciutto già

affettato".

Per la realizzazione di un'opera d'arte è fondamentale una buona mano.

"La nostra ricetta è in equilibrio ideale fra tradizione e tecnica. Nuovi impianti e tecnologie avanzate sono preziosi per il controllo costante dell'umidità e della temperatura, ma l'esperienza e la sensibilità dell'uomo restano comunque determinanti, specialmente in fasi delicate come la salatura. Tradizione e tecnica assieme garantiscono un perfetto

equilibrio fra dolcezza e morbidezza, per prodotti dal gusto unico e irripetibile".

Il San Daniele è un prodotto made in Italy da esportazione?

"La nostra azienda esporta i suoi prodotti in molti Paesi del mondo: dalla Francia e dalla Germania al Sud America e all'Estremo Oriente".

Lei è anche esponente di primo piano nel consorzio del prosciutto di San Daniele, com'è cambiato negli ultimi anni lo scenario del mercato?

"Il San Daniele, è stato fino a tempi recentissimi, un prodotto collocato al consumatore mediante il



Enrico Delfini, amministratore delegato



negozio tradizionale. In questi ultimi anni la Grande Distribuzione è divenuta invece il canale di vendita che nei volumi ha superato tutti gli altri. In questo senso, però, non è aumentata la domanda di prodotto bensì si è determinata una diversa modalità di acquisto del nostro cliente finale, il quale ha cambiato il modo di approvvigionarsi”.

Qual è stato l'atteggiamento della GDO nei confronti di questo prodotto?

“C'è anzitutto un'eccessiva quantità di coloro che si propongono quali fornitori alle catene della GDO. Ciò rende la vita più difficile per noi potenziali fornitori, offrendo il fianco ad una possibile 'guerra del prezzo'. Fortunatamente non tutta la GDO guarda esclusivamente in direzione del prezzo, bensì anche all'analisi ed alla valutazione delle caratteristiche qualitative dei prodotti tipici, agendo in questo caso sull'attenta selezione dei fornitori. In tutto questo, c'è poi qualcosa di strano, e cioè la ricorrente constatazione del fatto che vengano sovente posti in vendita due o più tipologie di San Daniele, con prezzi molto diversi tra loro, il che, a mio parere, può generare sorpresa e disorientamento tra i consumatori finali, i quali, “se non bene informati” e quindi in grado di cogliere e riconoscere le caratteristiche

organolettico-qualitative del prodotto, potrebbero arrivare a conclusioni tali da indurre una sorta di svalutazione del comparto”.

Alla luce di questo scenario la Nuova Boschi com'è posizionata nella grande distribuzione?

“Il rapporto con la grande distribuzione è positivo. Siamo partiti dal dettaglio



tradizionale per poi fare il salto. Oggi tuttavia non siamo presenti in tutta la Gd ma nei tre maggiori gruppi. Siamo contenti di quello che stiamo facendo. Siamo consapevoli che la nostra è una scelta di qualità con la quale non si può entrare ovunque. Coerentemente con

questa scelta produciamo un prodotto di valore di cui difendiamo la qualità e il prezzo, lavoreremo anche in futuro in questa direzione per mantenere la nostra mission”.

Storia: una rivincita tutta italiana

Molte cose sono cambiate quando negli anni cinquanta per iniziativa della famiglia Boschi, a un piccolo caseificio fu affiancato l'allevamento di casa per la produzione del prosciutto, entrato dopo qualche anno a far parte a pieno titolo del Consorzio del Parma.

Negli anni ottanta le quote societarie vennero tuttavia rilevate da una multinazionale francese, la Soparind Bongrain, che conservò Nuova Boschi come insegna commerciale, ma ne cambiò il nome in IFM Italia Spa. L'esperienza d'oltralpe finì comunque nel 2001 con la consegna dell'intero pacchetto nelle mani della società italiana San Dan Prosciutti Spa/Delfini, che mantenne inalterata la tipologia produttiva e riprese la ragione sociale di Nuova Boschi Spa. San Dan Prosciutti fa capo alla famiglia Aimaretti di Villafranca Piemonte, forte nell'allevamento suinicolo e all'avanguardia come macello, oggi prima fornitrice di cosce di grande qualità, e alla Delfini che apporta dal Veneto e da San Daniele la lunga esperienza tecnico-produttiva e commerciale.

Offertissima

Tu scegli il **prezzo**
noi facciamo il resto



Prenota il tuo kit completo
di cartelli, locandine e stopper
e la tua **convenienza** non passerà
inosservata



ti dà una mano

GIACOMO MAGARELLI, DA TREDICI ANNI AI VERTICI DEL CASH MIGRO DI TERLIZZI

Il suo chiodo fisso? L'organizzazione del lavoro

Lucrezia d'Ambrosio

“Organizzare il lavoro è qualcosa che ho nel sangue e il lavoro che svolgo da qualche anno è proprio quello che avrei voluto fare da piccolo. Sono soddisfatto”. Giacomo Magarelli, responsabile del Cash Migro di Terlizzi, va dritto al punto. “Sono dell’idea che se una persona ricopre un incarico che gli piace davvero lavora meglio. Personalmente mi sento parte di una famiglia grande ed è normale, naturale che si lavori tutti per raggiungere un obiettivo comune. Se l’azienda sta bene, sto bene io. Se l’azienda cresce mi sento, in parte, responsabile della crescita. Se l’azienda subisce contraccolpi è anche colpa mia”.

Giacomo lavora con la Ingross Levante da 16 anni, da 13 anni è responsabile del Cash di Terlizzi. “Di tempo libero ne rimane poco davvero. Mia moglie spesso dice che ho sposato l’azienda e questo è un po’ il commento di tutte le signore dei miei colleghi, ma a me e anche a lei sta bene così. Quando posso ascolto musica classica e, nei ritagli di tempo, seguo gli sport in genere e, qualche volta, li pratico pure”.

Il rapporto con i colleghi? “È davvero bello. Molti di loro mi considerano un anziano. E non mi riferisco all’età anagrafica. Con molti dei responsabili delle sedi dell’azienda in Italia abbiamo avuto modo di lavorare fianco a fianco. Alcuni si sono formati, se così si può dire, con me”.

Il ricordo più brutto? “Senza dubbio il



Nome: Giacomo Magarelli

Età: quarantanove anni

Stato civile: coniugato con la signora Tonia

Hobby: sport in genere

Passione: musica classica

ricordo più brutto è legato a quello che è accaduto qualche anno fa quando siamo rimasti coinvolti in uno scandalo che non ci apparteneva. Io l’ho sempre saputo. Ma è stata dura perchè tutti esprimevano giudizi senza conoscere i fatti. Parlavano di

cose non conoscevano. E poi ce l’abbiamo fatta. Ne siamo usciti alla grande”.

Quello più bello? “È collegato direttamente a quella vicenda. Il fatto di essere qui, di essere addirittura cresciuti mi riempie di soddisfazione”.

Migro CediCash

Tel. +39 080 33 50 888

Fax +39 080 33 50 555

e-mail: info@migro.it

www.migro.it

Catania



La convenienza Migro arriva a Pescara

Il passaparola corre veloce a Pescara e dintorni: si è aperto un nuovo Cash and Carry. Un arrivo atteso dai tanti dettaglianti di una bellissima zona dell'Italia che si estende dal mare alle montagne. Ai supermercati si aggiungono alberghi, ristoranti e locali notturni che possono da agosto rifornirsi al Cash Migro a prezzi imbattibili e senza incontrare tra i corridoi i loro clienti finali. Senza alcun vincolo di insegna.

Il punto vendita all'ingrosso è facilissimo da raggiungere e non passa inosservato. Si trova, infatti, lungo il raccordo autostradale Chieti-Pescara, denominato anche asse attrezzato che collega il porto di Pescara, che si trova nel centro della città, all'aeroporto, all'area industriale della Val Pescara ed alle barriere autostradali.

Dunque il Cash and Carry è in una posizione centrale delle vie di comunicazione dell'intera area trovandosi lungo il collegamento viario tra le città di Pescara e di Chieti e i vari borghi dell'entroterra.

La struttura si estende su 6000 mq in cui troveranno posto presto a regime oltre 25mila prodotti tra food, extra food e articoli di bazar. A breve sarà attiva anche l'ampia cella frigorifera in cui, superate le difficoltà logistiche che da sempre accompagnano in Italia il



mele di agosto, ci saranno anche i prodotti freschi. Si avrà così un assortimento completo.

A Pescara c'è un modello di modernità e efficienza. Il Cash and Carry è gestito con un software di logistica di magazzino che, integrato con l'utilizzo di un sistema di radiofrequenza, velocizza e ottimizza tutte le fasi di movimentazione delle merci all'interno della struttura garantendo puntualità e precisione in ogni flusso logistico. E, come negli altri Cash, il sistema si integra con le etichette elettroniche che vanno ad annullare gli errori di prezzo tra scaffale e cassa.

Anche se è appena partita la campagna promozionale sono tantissimi i clienti che stanno

Il Cash è facile da raggiungere. Si trova, infatti, lungo l'asse attrezzato che collega Pescara a Chieti

scoprendo la convenienza Migro e che anche dalle provincie di Chieti, L'Aquila o Campobasso si spostano a fare acquisti. La convenienza del resto non ha bisogno di grandi spot. I migliori testimonial della Migro in tutta Italia sono i loro clienti. Provare per credere.

Centrone Mr. nuova apertura



È mister nuova apertura. Una sorta di pioniere di nuovi clienti. Quando c'è da avviare un nuovo Cash and Carry, infatti, tocca a Felice Centrone. "Terlizzi, Massafra, Tortona, Lecce e Pescara. Questo è la mia quinta nuova apertura", racconta il responsabile del Cash and Carry con un pizzico di orgoglio e nessuna nostalgia.

Lui infatti è un veterano dell'azienda: "tra poco farò le nozze d'argento..." scherza con i colleghi.

Si è spostato da sud a nord, ora il centro Italia. **Come adattarsi al cambiamento?** "Ho incontrato molte differenze sia dal punto di vista sociale che culturale. Ci vuole un buono spirito di adattamento e di sacrificio, ma non mi è mai pesato".

Qual è stata la sfida più grande che hai affrontato? "Per me ogni giorno è una sfida. Tortona in ogni caso è stata la scommessa più grande".

Come va la gestione del Cash? "Abbastanza bene, direi che per il momento stiamo rispettando le aspettative. Qui

c'è il terreno buono, sopravvive ancora il dettaglio tradizionale. Ci sono ancora market o minimarket di paese, ciò che per esempio manca ormai al nord".

E il rapporto con i clienti? "È positivo, sono molto cortesi e sono stati comprensivi anche quando nelle prime fasi mancava della merce. Direi che sono contenti di questa nuova realtà e apprezzano soprattutto il rapporto qualità/prezzo che offriamo su tutti i prodotti".

Ormai sarai abituato a formare nuovi dipendenti?

"Tutti hanno voglia di imparare e si impegnano. È lo spirito giusto che mi aspetto da loro per mettere su una bella squadra in grado di tenere sempre il punto vendita ordinato, pulito, assortito. Serve collaborazione tra noi e soprattutto nei confronti dei clienti".

A cosa puntate? "Ora dobbiamo far conoscere il più possibile questa nuova realtà, completare l'assortimento, ampliare il parco clienti e non deludere le aspettative di chi viene a farci visita. Ma direi che siamo sulla buona strada".



Calogero: da Agrigento a Pescara per un lavoro soddisfacente

Piacere, Calogero Marotta. Dalla presentazione il dubbio che il magazziniere del Cash and Carry di Pescara non sia abruzzese ti sorge spontaneo. Poi le prime parole ti confermano che è indubbiamente così. La curiosità giornalistica fa il resto. Siciliano?

"Sì, di Ribera in provincia di Agrigento".

Cosa ti ha mosso fin qui a Pescara?

"Il lavoro e l'amore".

Il primo da ricercare il secondo da vivere.

"Già, da noi non è facile trovare un impiego".

Un tempo ci si arruolava.

"Ho provato anche quella strada. Sono stato nell'esercito per alcuni anni, anche in missione in Kosovo poi ho mancato la ferma lunga e sono ripartito in cerca di lavoro".

Magazziniere alla Migro. Soddisfatto?

"Molto. Era il lavoro che cercavo e qui mi trovo bene a differenza che nella mia breve esperienza a Milano, dove mi sono sentito discriminato".

Ora guida un muletto tra le corsie.

"Sì, ci vuole occhio, attenzione. I terminali ci aiutano. Se manca qualcosa negli scaffali del Cash velocemente lo recuperiamo dal magazzino".

Senza distrazioni d'amore...

"Certo perché spero di rimanere qui, lavorare e costruirmi un futuro con la mia ragazza".



Migro

Migro
Olio
di S
di O
1 Litro

Migro
Olio
Extra Vergine
di Oliva
1 Litro €

Migro
Olio
di Oliva
Litro €



dai più sapore ai tuoi piatti

La parola ai clienti

L' arrivo di un nuovo Cash and Carry era quello che aspettavamo da tempo. La Metro non rispecchia la domanda della zona. Io ho un alimentari a Loreto Aprutino, un comune di settemila abitanti che ha ancora bisogno del dettaglio per far la spesa. Per aver aperto ad agosto c'è già tanto e spero continuerete ad arricchire l'assortimento con altri prodotti. Ma mi ha fatto già un'ottima impressione: mi trovo bene, è facile da raggiungere, i prezzi sono ottimi e a dirla tutta non ho ancora trovato un aspetto negativo.



Luigi Ruggeri

C ollepietro è un comune di 246 abitanti in provincia dell'Aquila che fa parte della comunità montana di Piana di Navelli e abbiamo bisogno anche noi di fare rifornimento. È la prima volta che sono venuto al Cash and Carry ma mi ha già conquistato. La nostra zona è priva di negozi all'ingrosso così dobbiamo scendere qui e finalmente sono contento di vedere una nuova realtà con cui possiamo lavorare. I prezzi sono davvero buoni, e non mi riferisco solo ai prodotti in offerta. Conosco bene la realtà commerciale nei dintorni, io e mia moglie ci alziamo alle tre per andare al banco della frutta e questa apertura fa ben sperare. Continuate così.



Tarcisio Ricci

P rezzi senza paragoni e lo dico da addetto ai lavori. Ho lavorato trentacinque anni in un ingrosso che ha chiuso i battenti tempo fa, ora aiuto mia moglie nella gestione del suo alimentari a Pescara e quanto ho visto qui non si può raffrontare con gli altri concorrenti in giro. Ci date una grande mano perché noi siamo assediati dagli ipermercati e per resistere dobbiamo offrire maggiore convenienza, grazie al Cash Migro da oggi sarà più facile. Anzi non vedo l'ora che arrivino i freschi così mi basterà venire qui per rifornire il mio negozio.



Domenico Nolletti



Migro informa

...racconta
la tua storia

scrivi a redazione@lacittaoggi.it ti verremo a trovare nel tuo punto vendita

Zona ZF Franca

l'informazione

che non paga il dazio



Visita il sito >
<http://www.zonafrancanews.it/>



Contattaci a >
info@zonafrancanews.it



Tempi duri anche per l'uomo che soltanto due anni fa infuocò le platee e i cuori di migliaia di americani con il suo trascinate "Yes, we can" e che oltreoceano fece innamorare la vecchia Europa lacerata da sogni impossibili di rivalsa e antiche paure.

Barack Hussein Obama cala nei sondaggi in una discesa a capofitto che rivela quanto costi, nei fatti, essere all'altezza delle proprie promesse quando la morsa della disoccupazione non molla e l'attualità incalza. L'esitazione per la questione BP e marea nera, poi la guerra "di necessità" in Afghanistan e Iraq, la pazienza infinita con il sempre più tracotante Iran di Ahmadinejad e infine lo scontro con l'Arizona sull'immigrazione.

L'uomo che tutti osannano e al quale hanno dedicato libri, opere d'arte, proflui di parole, il comandante in capo degli U.S.A. che sa che dovrà guadagnarsi quel Nobel per la Pace che gli è stato preventivamente assegnato, in realtà, paga l'entusiasmo che ha saputo creare intorno a sé e alla sua visione politica e che, per quanti passi egli faccia, non gli permetterà mai di essere il messia che d'un tratto scioglie i nodi dell'America e del mondo in una fase storica complessa: "non so camminare sull'acqua" disse scherzandosi all'indomani della sua elezione. La Grande Recessione, la guerra ad Al-Qaeda, la crisi israelo-palestinese, il disarmo nucleare, l'impegno contro i cambiamenti climatici, questi i temi bollenti della sua agenda politica.

Eppure, ha messo finora nel segno parecchi di quegli obiettivi preventivati in campagna elettorale, anzi, ha firmato leggi storiche come non se ne vedevano da anni e ha consegnato discorsi di enorme portata politica e culturale in luoghi "caldi" della terra. Cosa accade dunque? È tornata all'attacco dopo il pesante shock dello smacco elettorale la destra radicale, i think tank dei neoconservatori foraggiati dalle grandi lobby della finanza e dell'industria. Il loro canale mediatico è la Fox

News del tycoon Murdoch e i vari radio network della destra che amplificano le accuse di statalismo e alimentano una nuova caccia alle streghe. Numerosi i Tea Party della destra, le manifestazioni di protesta in piazza che ricordano la storica ribellione delle colonie americane a Boston nel 1773 contro l'oppressione inglese. Dopo il fallimento della cospirazione dei "birthers", ancora incaponiti tuttavia nel negare che Mr Obama abbia la cittadinanza americana sostenendo che sia nato in Kenya e non alle Hawaii, fioriscono movimenti inverosimili che teorizzano il complotto antiamericano

da parte di un afroamericano non "natural born citizen" e forse musulmano. Insomma, la creduloneria fa proseliti ovunque, anche al di là dell'oceano. La sfrenata campagna di delegittimazione del presidente sembra neutralizzare in parte le sue doti di esperto comunicatore, ma Obama, costituzionalista lucido e razionale, tiene duro e va avanti per la sua strada collezionando piccole ritirate e storiche vittorie. C'è di che far arrabbiare la destra repubblicana.

A cominciare dalla nomina a giudice della Corte Suprema di Sonia Sotomayor, un magistrato portoricano, di umili origini nata nel Bronx e decisamente liberal. È il primo giudice ispanico della storia dell'alta corte Usa, la terza donna che accede al massimo scranno giuridico dell'ordinamento americano.

E che dire delle polemiche insulse sull'incarico come consigliere del presidente per le relazioni con i musulmani a Dalia Mogahed, la prima donna col velo ad essere entrata alla Casa Bianca? È lei che ha aiutato Obama a redigere il memorabile discorso del Cairo, in cui ha dato una sterzata alla retriva politica di Bush e con quel nome per niente imbarazzante, "Hussein", e la sua biografia da cittadino globale ha teso la mano all'Islam abbattendo gli stereotipi e rimarcando non le differenze ma i comuni valori universali. È l'America dei principi dei padri fondatori quella che con Barack Hussein Obama si affaccia in questo secolo, quella che include e non esclude, quella che stupisce e preoccupa Al-Qaeda per l'inasprirsi dell'offensiva verso l'"estremismo violento", perché i terroristi non sono l'Islam, l'America che non avalla le spregiudicatezze di Israele e che spinge al dialogo e al rispetto tra i popoli, che apre alla Cina, alla Russia, all'India, al Brasile, al mondo islamico, l'America che sa che naturalizzare 11 milioni di immigrati clandestini significa continuare a fare di quel paese la "land of opportunity", la nazione in cui anche un

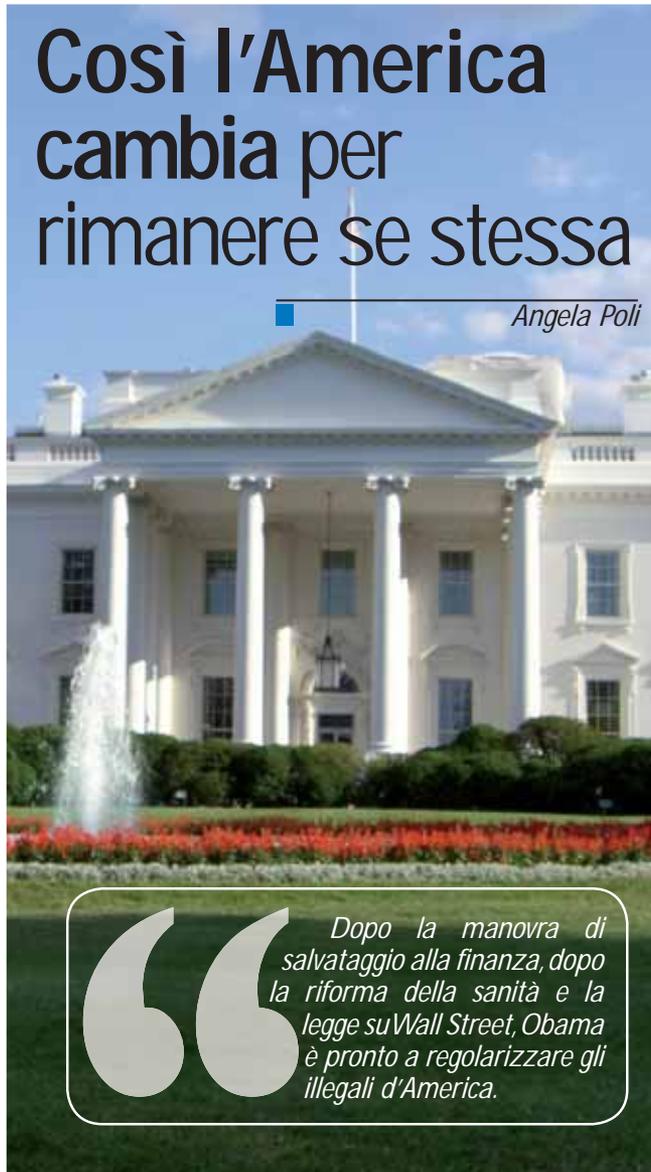
uomo nato alle Hawaii e cresciuto in Indonesia e a Honolulu con madre del Kansas e padre del Kenya, avvocato per i diritti civili nell'Illinois, può diventare Presidente. Forse è proprio questo che non gli viene perdonato.

Ma dopo la manovra di salvataggio alla finanza, dopo la riforma della sanità e la legge su Wall Street, eccolo pronto a regolarizzare gli illegali d'America. È questa la nuova sfida di Mr Obama.

Ce la farà. Perché, fuor di retorica, è in questa vitale, talvolta difficile mescolanza sostenuta dai valori democratici la combinazione prodigiosa della nazione a stelle e strisce da Jefferson in poi.

Così l'America cambia per rimanere se stessa

Angela Poli



Dopo la manovra di salvataggio alla finanza, dopo la riforma della sanità e la legge su Wall Street, Obama è pronto a regolarizzare gli illegali d'America.



~~9,90~~ 8,40



~~14,90~~ 12,65



~~24,15~~ 20,50



~~74,70~~ 63,50



~~24,15~~ 20,50



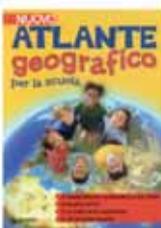
~~74,70~~ 63,50



~~24,15~~ 20,50



~~74,70~~ 63,50



~~14,95~~ 12,70



~~35,90~~ 30,50



~~6,50~~ 5,55



~~6,50~~ 5,55



~~12,00~~ 10,20



~~12,00~~ 10,20

Su tutti i libri
e dizionari
sconto del

15%

anche su
best seller
e novità



~~12,00~~ 10,20



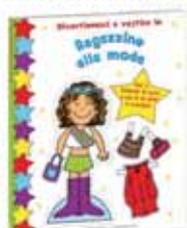
~~19,90~~ 16,90



~~4,52~~ 3,85



~~4,52~~ 3,85



~~4,95~~ 4,20



~~7,95~~ 6,75



~~4,52~~ 3,85



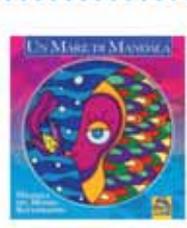
~~4,20~~ 3,55



~~4,85~~ 4,10



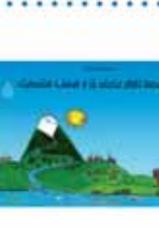
~~5,85~~ 4,95



~~5,90~~ 5,00



~~6,85~~ 5,55



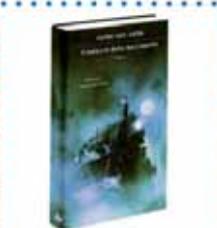
~~15,00~~ 12,75



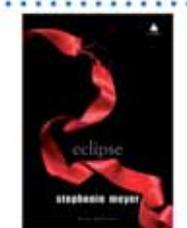
~~5,20~~ 4,40



~~12,95~~ 11,00



~~19,00~~ 16,15



~~19,45~~ 16,50



~~19,50~~ 16,60

I tre valori che fanno grande un marchio

Marco Fiorentino

Eistono tre proprietà che, se riconosciute, possono fidelizzare maggiormente i clienti e consolidare la leadership di un'azienda. Queste proprietà (credibilità, legittimità, affettività) non hanno alcun rapporto di causa-azione o di transitività tra di esse. Se una marca legittima è nella maggioranza dei casi anche credibile, l'opposto non è necessariamente vero così come, una marca può predisporre di un forte capitale di affettività, ma mancare di credibilità e/o di legittimità. Se invece una marca dispone delle tre proprietà in maniera congiunta, essa massimizza le possibilità di vedere la sua proposizione d'identità accettata.

Credibilità: Una marca è credibile quando propone un mondo associabile credibilmente al prodotto che essa deve mettere in valore e semantizzare. La parola chiave, in questo caso, è la coerenza. Un mondo coerente, per essere credibile, non deve essere necessariamente logico o senza contraddizioni. La coerenza è più una questione di legame naturale con il prodotto o la categoria di prodotto e di corretta prefigurazione dei gusti e delle attese dei target individuati.

La credibilità è facilmente definibile perché riguarda i contenuti dei discorsi della marca, il loro statuto di verità. Questa verità si iscrive in una logica vero-falso, nella comparazione tra mondo possibile e mondo reale.

Legittimità: Questa proprietà è più legata ai comportamenti dell'azienda che alle attese dei consumatori. Se la coerenza contribuisce ad ottenere credibilità, sono la continuità nel tempo e il suo dispiegamento nello spazio che creano la legittimità di una marca. Esistere da un tempo sufficiente per riuscire a far dimenticare il proprio atto di nascita e a situare la propria origine in un passato mitico. Tale è la condizione di base per essere legittimi.

Fenomeno dinamico per essenza, la legittimità è instabile. Essa si installa solo sulla base di un accordo

fra tutti gli attori coinvolti nel discorso di marca.

Si confonde spesso la credibilità di una marca con la sua legittimità. Come detto, una marca credibile non dev'essere necessariamente legittima ma se la marca aspira ad essere legittima, deve avere preliminarmente stabilito la propria credibilità.

La problematica della legittimità non trascura il contenuto del discorso della marca, ma si dedica principalmente ad analizzare la relazione tra quel contenuto e le condizioni della sua enunciazione.

La marca Gatorade, ad esempio, ha saputo utilizzare in modo appropriato la dimensione "enunciativa" per consolidare la propria legittimità nell'ambiente sportivo. Essa ha intrapreso un'attività di sponsoring sistematico di un gran numero di atleti, sia grandi campioni che giovani promesse.

La sponsorizzazione del campione affermato è accessibile a tutte quelle marche che dispongono del denaro necessario e si tratta decisamente di un investimento sicuro.

Investire su giovani promesse, implica invece, una quota d'incertezza ed il rischio di cattivi investimenti perché solo poche promesse sono destinate a diventare campioni di primo piano. Nel scegliere questa strategia, la marca diede prova di un'implicazione autentica nel mondo dello sport.

Affettività: La terza risorsa che una marca ha a disposizione per facilitare l'accettazione della sua identità è di caricare affettivamente la sua proposizione contrattuale.

Nella maggior parte dei casi, le marche che dispongono di un forte capitale d'affettività sono spesso delle marche che hanno saputo, a un momento o a un altro della loro storia, essere interpreti di un cambiamento culturale, sociale o di costume. È il caso di Sony, che con il suo walkman

ha messo la musica a portarsi d'orecchi di milioni di giovani.

Una marca fortemente credibile è meno vulnerabile dagli attacchi della concorrenza. Una marca legittima può differenziarsi o garantire più facilmente una gamma di prodotti o un'estensione della marca a nuovi territori. Una marca con una forte carica affettiva avrà come ricompensa una maggiore fedeltà dei suoi consumatori. Una marca che dispone di queste tre proprietà è decisamente sulla buona strada per diventare leader del suo segmento di mercato, se non lo è già.



Le regole sulle strade italiane sono cambiate nell'esodo per il weekend di Ferragosto. Un tempismo che ha provato ad arginare i rischi dei week end da bollino nero su strade e autostrade per il rientro dalla vacanza. Tra le principali novità per gli automobilisti il ritiro immediato della patente in caso di incidente stradale con feriti.

Arrivano le targhe personali: una innovazione stile stati uniti per le targhe di autoveicoli, motoveicoli e rimorchi diventano personali e sono trattenute dal titolare in caso di trasferimento di proprietà. Ma attenti alle targhe non ben sistemate: sarà sottoposto a fermo amministrativo per 3 mesi il veicolo la cui targa non è sistemata correttamente.

Guida assistita per i diciassetenni: coloro che hanno compiuto 17 anni ed hanno la patente A, possono ottenere uno speciale foglio rosa che li abilita ad esercitarsi alla guida per un anno, ma se l'autorizzato commette gravi violazioni, il foglio rosa è ritirato e deve aspettare 18 anni per prenderne un altro.

Anziani alla guida: è innalzata da 65 a 68 anni l'età massima dei conducenti di mezzi pubblici, autocarri, autotreni ed autoarticolati di massa superiore a 20 tonnellate. Chi ha compiuto 80 anni, per continuare a guidare, deve sottoporsi ogni 2 anni ad una visita medica specialistica ed avere un certificato di idoneità alla guida.

Pratica di guida obbligatoria per microcar e moto: viene introdotta la prova pratica di guida per ciclomotori e microcar e ci sono nuovi limiti per la guida dei neopatentati. I titolari di patente di categorie B da meno di un anno possono condurre soltanto veicoli aventi rapporto potenza tara non superiore a 55 Kw/t, con il limite assoluto di 70 Kw/t. (era previsto un limite di 50 Kw/t).

Norme più restrittive per le autoscuole: per l'apertura e per lo svolgimento della relativa attività che non può essere iniziata prima che la provincia abbia verificato la presenza dei requisiti e delle attrezzature dell'autoscuola.

Nuove procedure anche per sostenere gli esami di guida: La prova pratica non può essere sostenuta prima di 1 mese dal rilascio del foglio rosa e non può essere sostenuta per più di 2 volte per ogni foglio rosa.

Prova d'esame per recuperare i punti: Il recupero dei punti persi sulla patente avviene al termine di una prova d'esame da effettuarsi secondo le modalità stabilite da un decreto da emanare entro 180 giorni dall'entrata in vigore della legge. La tabella dei punteggi della patente è stata aggiornata e rimodulata per dare maggiore gradualità alla decurtazione prevista per le violazioni. I corsi di guida sicura possono fare recuperare punti (al massimo 5) a chi li ha persi per alcune violazioni individuate dal ministero



Nuovo codice della strada: cosa cambia per gli automobilisti



autotreni, autobus, ecc), del Cfp (merci pericolose) e del Ka o Kb (taxi e noleggio con conducente).

Nuove regole anche per la revisione della patente che, in alcuni casi, diventa obbligatoria: per esempio, è sempre disposta la revisione patente (deve fare una visita di controllo) nei casi di coma di durata superiore a 48 ore e nei confronti del conducente coinvolto in un incidente stradale che ha determinato lesioni gravi alle persone quando, in tale occasione, sia stata disposta la sospensione della patente per una violazione che prevede tale

delle Infrastrutture e dei Trasporti.

Stretta sugli autisti di professione: Per il rilascio di patenti o di certificati di abilitazione professionale, l'interessato deve esibire apposita certificazione da cui risulti che non abusa di sostanze alcoliche e il non uso di sostanze stupefacenti o psicotrope, rilasciata sulla base di accertamenti clinico-tossicologici le cui modalità sono individuate con decreto del Ministero della salute, di concerto con il ministero delle Infrastrutture e dei trasporti. La certificazione deve essere esibita anche in occasione del rinnovo delle patenti C, CE, D, DE (autocarri,

sanzione amministrativa accessoria.

Limiti di velocità ed accertamento eccessi: per poter elevare i limiti di velocità sulle autostrade da 130 km/h a 150 occorre la presenza sul tratto del Tutor; dopo l'esame al Senato è tramontata l'ipotesi di elevarlo a 150 km/h su tutte le autostrade. Rimane il limite a 130 Km/h con la possibilità delle società autostradali di consentire i 150 Km/h nei tratti a tre corsie in cui tutor installati e con favorevoli condizioni meteorologiche. Per chi corre di oltre 40 Km ma fino a 60 Km/h oltre il limite, sono state riviste le sanzioni pecuniarie incrementandone il



valore (nel minimo passa euro 370 a euro 500) ma riducendo la durata della sospensione della patente di guida (a 3 mesi) e la decurtazione dei punti (da 10 a 6).

Scompare la previsione del divieto di guida notturna per 3 mesi. È stata aumentata la sanzione pecuniaria per chi supera di oltre 60 km/h il limite (nel minimo passa da 500 a 779 euro). Ridotta da 5 a 3 la decurtazione dei punti per chi supera di oltre 10 ma di non oltre 40 Km/h il limite massimo di velocità.

I proventi per gli eccessi di velocità saranno destinati alla manutenzione stradale ed è



previsto l'obbligo di allacciare la cintura di sicurezza anche per chi guida una minicar.

Arrivano ambulanze con sirena anche per gli animali: quelli domestici in pericolo di vita possono essere trasportati con veicoli dotati di dispositivi supplementari di allarme che, quando sono in funzione, danno la priorità su tutti gli altri veicoli.

Notifica dei verbali: i verbali di contestazione delle violazioni al codice della strada devono essere notificati entro 90 giorni (e non più entro gli attuali 150 giorni).

Sono previsti, invece, 100 giorni per la notifica dei verbali ai proprietari dei veicoli quando sono già stati consegnati al trasgressore al momento dell'accertamento della violazione su strada.

Rateizzazione delle multe: per coloro che versino in disagiate condizioni economiche, c'è la possibilità di effettuare il pagamento della sanzione pecuniaria in rate mensili, con applicazione degli interessi. È possibile pagare a rate le sanzioni di ammontare almeno di 200 euro. Ne potrà beneficiare chi ha un reddito fino a 15 mila euro.

Veicoli confiscati: i veicoli confiscati per

guida in stato di ebbrezza o sotto l'effetto di stupefacenti possono essere assegnati, a loro richiesta, agli organi di polizia stradale che hanno effettuato l'accertamento. È previsto un permesso di guida a ore in caso di sospensione patente, ma per una sola volta, al massimo di 3 ore giornaliere, per documentate ragioni di lavoro o per motivi sociali. Il periodo di sospensione della patente viene però aumentato delle ore, pari al doppio, nelle quali è stata consentita la guida.

Sospensione della patente più pesante per i neopatentati: i neopatentati (patente B da meno di 3 anni) che commettono violazioni per le quali è prevista la sospensione della patente, sono sottoposti ad un periodo più lungo di sospensione (1/3 in più alla prima violazione e la metà per le successive) e la condizione di neopatentato (con gli effetti sopraindicati) è prolungata di diritto a 5 anni qualora il neopatentato commetta violazioni gravi nei primi 3 anni.

Licenziamento autisti ubriachi o tossicodipendenti: costituisce giusta causa di licenziamento dei conducenti la revoca della patente disposta a seguito di guida sotto l'influsso di alcool o per effetto di stupefacenti.

Somministrazione e vendita di alcolici: i locali che effettuano attività somministrazione di alcolici o superalcolici devono cessare la somministrazione o la vendita dopo le 3 e non possono riprenderla fino alle 6; il divieto non vale nella notte di capodanno e tra il 15 e il 16 agosto. Se i locali sono aperti dopo le 24, devono mettere a disposizione un apparecchio di rilevamento del tasso alcolemico per verificare volontariamente il proprio stato di idoneità alla guida. Non occorre un etilometro omologato, ma basta un precursore chimico, anche monouso. Per alcuni locali tale previsione entra in vigore tra tre mesi. Per i trasgressori sono previste gravi sanzioni (da 5.000 a 20.000 euro e sospensione della licenza o dell'autorizzazione in caso di recidiva biennale).

Divieto di vendita di alcolici in autostrada la notte. In autostrada è sempre vietata la somministrazione di superalcolici, mentre la somministrazione delle bevande alcoliche è vietata dalle 2 alle 6; nelle stesse aree di servizio è altresì vietata la vendita per asporto dei superalcolici dalle 22 alle 6; gravi sanzioni per i trasgressori (da euro 2.500 a 7.000 nel caso di vendita per asporto, da euro 3.500 a euro 10.500 nell'ipotesi di somministrazione). È inoltre prevista la sospensione della licenza da parte del Prefetto nel caso di reiterazione delle violazioni in questione in un biennio. Infine, sul fronte dei prodotti farmaceutici pericolosi per la guida: i farmaci che hanno effetti negativi sulla guida devono recare chiare indicazioni sulle confezioni anche con l'uso di pittogrammi specifici.

L'influenza del clima sui mercati dei cereali

Massimiliano Sassoli

Il clima condiziona i raccolti e a farne le spese saranno i mercati. Per la Russia è stata un'estate rovinosa: il 60% delle superfici coltivate in meno e risultati ben al di sotto delle stime primaverili. Doveva essere l'anno del ritorno ai campi e invece a causa del caldo, degli incendi e della siccità si è registrato un notevole calo del raccolto: cereali e leguminose per 43 milioni di tonnellate su una superficie ben esigua - 21,2 milioni di ettari - rispetto all'estensione del più grande paese del mondo.

Secondo il ministero dell'Agricoltura la resa è di 20,3 quintali per ettaro contro 26,1 quintali per ettaro dell'anno precedente. Per quanto concerne il grano in tutto il paese sono stati raccolti 29,8 milioni di tonnellate da 13,3 milioni di ettari, la resa è stata 22,4 quintali per ettaro contro 28,4 quintali per ettaro nel 2009. Il governo di Mosca ha quindi bloccato le esportazioni di cereali dal 15 agosto fino al primo dicembre e aleggia il timore che il prossimo anno sia costretto a importare una quantità stimata in 5 milioni di tonnellate, che è addirittura superiore all'intero raccolto italiano.

In particolare il ritmo di raccolta di grano saraceno è notevolmente prolungato in Russia durante l'estate, tuttavia, il rendimento di quest'anno è di 2 - 6 volte inferiore rispetto allo scorso anno, rende noto il ministero dell'Agricoltura. E si teme un nuovo picco della febbre del grano saraceno: ad agosto i venditori hanno cominciato ad alzare i prezzi e i prezzi sono aumentati del 30-60%.

Per non parlare della situazione



Rialzi sui mercati agricoli

Sui mercati agricoli spicca il balzo del 4,1% del riso grezzo, ai massimi da inizio giugno al Cbot, sostenuto probabilmente anche dai danni subiti dalle coltivazioni pakistane. A Chicago anche il grano è salito (+2%) per il timore che la Russia sia costretta ad importare, mentre il mais - che era ai massimi da 7 mesi venerdì - ha corretto dell'1%. Lo zucchero grezzo ha aggiornato il massimo da 5 mesi, salendo oltre quota 20 cents per libbra. Segno negativo, invece, per il caffè.

del Pakistan che a causa delle violente inondazioni non potrà mantenere le stime di esportare 2 milioni di tonnellate di frumento, coltura di cui è il terzo produttore in Asia.

La notizia ha contribuito a far risalire le quotazioni al Chicago Board of Trade a 662,50 cents per bushel (+0,9%) - un livello ancora lontano dal record biennale raggiunto all'inizio di agosto (785,75 USc/bu), ma comunque superiore di oltre il 50% rispetto a un paio di mesi fa.

Si rischia ora l'onda lunga sui mercati. Nel mondo interconnesso che conosciamo, gli incendi in Russia e le inondazioni in Pakistan ci ricordano che il cambiamento climatico non è solo un generatore di eventi catastrofici naturali, ma anche di sconvolgimenti geo-economici e geo-politici.

Il boom dei prodotti ecosostenibili

Francesco Dente

Chi sale e chi scende fra i prodotti alimentari eco-brand? Quali sono, cioè, le referenze cosiddette "sostenibili" che guadagnano o perdono spazio sugli scaffali? Un interessante e complessa ricerca effettuata da Iri e Scuola di direzione aziendale (Sda) dell'Università Bocconi, e resa nota dal mensile Business, prova a far luce su questa fetta di mercato.

Complesso, lo studio compiuto, per la semplice ragione che manca innanzitutto una definizione di alimenti sostenibili. Gli autori del lavoro, ecco il primo passo, hanno deciso di prendere in esame gli alimenti che hanno una certificazione che possa essere ricondotta alla sostenibilità. E quindi: al biologico, al commercio equo e solidale, ai prodotti senza glutine e ai prodotti alimentari che vantano altri tipi di certificazione ambientale riconosciuta. Che cosa vien fuori dalla ricerca che ha valutato il trend degli ultimi due anni? Si registrano, detto in estrema sintesi, buoni riscontri fra i prodotti di marca

e risultati meno brillanti fra i private label biologici, i prodotti cioè firmati direttamente dal distributore. Partendo da questi ultimi, quelli "firmati dalla ditta", segnano una flessione fra il 2008 e il 2009 dell'1,09% passando da 175,7 milioni di euro di vendite a valore a 173,8. Entrando nel dettaglio, scendono gli acquisti di verdure di quarta gamma e dell'olio

extravergine mentre salgono le uova e i nettari di frutta. Vanno meglio le cose, come anticipato, fra i prodotti di marca. Nel carrello esaminato dai ricercatori ci sono nomi, per citarne solo una minima parte, come: Amadori, Colussi, Conserve Italia, De Cecco, Del verde, Findus, Galbusera, Granarolo, Illy Caffè, Motta, Riso Gallo, Riso Scotti. Lo scaffale del biologico registra, infatti, un'impennata

frullati freschi biologici (-38,5%) e gli yogurt (-17,5%). Riduzioni più contenute, invece, per confetture e marmellate (-4,8%) e latte fresco (-0,8%). Bene anche i prodotti "gluten free", senza glutine cioè. Gli alimenti per celiaci registrano un incremento medio delle vendite del 10,5% (totale di 168 referenze). Bene, anche in questo ambito, la pasta di semola secca che mette a segno un +21%, i sostituti

del pane (+17%) e il riso paraboiled (+7,2%). In calo, invece, i gelati senza glutine (-15%) e il riso bianco (-5,4%). Nel biennio in esame, tuttavia, il vero balzo in avanti lo ha registrato lo scaffale bio-fair trade, i prodotti cioè del commercio equo e solidale. La media del paniere di 63 referenze analizzato da Iri e Sda Bocconi è cresciuta del 43,5%. I sostituti del pane, che occupano tuttavia una ridottissima fetta del mercato fair, volano del 216%, seguiti a distanza dalle farine (+35,9%), biscotti e pasticceria (+22,4%), pasta di semola secca (+21%). L'unico dato in flessione è quello delle vendite di cioccolato (-1%).

L'ultima categoria considerata, i prodotti con certificazione ambientale, segna un calo del 2,1% calcolato su un paniere di 307 referenze. In particolare, sono in calo le vendite sia di caffè tostato (-5,6%) che di besciamella (-2,3%). Hanno il segno più, invece, la panna (+4,5%), il latte a lunga conservazione (+2,8%) e il latte fresco (+2,7%).



del 23,5% su un totale di 693 referenze alimentari. Si tratta della media del paniere. Se si prova a frugare nella cesta si scoprono differenze interessanti. La pasta di semola secca cresce del 14,5%, seguita dai sostituti del pane (+9,8%), dalle uova (+8,8%), dal latte a lunga conservazione (+8,5%), dalle farine (+1,3%). Crollano, invece, le vendite di succhi di frutta e

Stress da rientro? Questione mentale

Angelo Lo Verme

“Lo stress, in un sistema in equilibrio, è il sale della vita, la carica che ci permette di andare avanti e di risolvere le continue sfide che ci propone la quotidianità e la vita in generale”. Parola di Hans Selye, biologo viennese nel 1936 all'università di Montreal (Canada), introdusse il termine di stress, che in inglese significa pressione, sollecitazione, sforzo, per indicare la risposta degli organismi agli stimoli interni o esterni che tendevano a modificarne lo stato di equilibrio, od omeostasi.

Lo stress è, dunque, la condizione aspecifica e sempre uguale in cui si trova l'organismo quando deve adattarsi a qualunque novità. La reazione allo stress coinvolge tre sistemi: quello endocrino, quello neurovegetativo e quello immunologico.

Il sistema endocrino od ormonale è costituito dalle ghiandole a secrezione interna di specifici ormoni.

Quello neurovegetativo comprende le due sezioni, ortosimpatico e parasimpatico, che hanno funzioni opposte. La prima, detta anche sistema adrenergico in quanto il suo mediatore chimico è l'adrenalina, eccita l'organismo, comportando l'aumento della frequenza cardiaca, la dilatazione dei bronchi e l'aumento degli atti respiratori per introdurre più ossigeno, l'accelerazione del metabolismo, l'aumento della temperatura interna e il rialzo della pressione. Insomma, il sistema adrenergico prepara l'organismo alla reazione, alla resistenza, alla lotta, oppure alla fuga qualora si rendesse necessario. La

seconda sezione invece, detta anche sistema colinergico in quanto il suo mediatore chimico è l'acetilcolina, ha funzioni opposte che riconducono l'organismo

dimostrato che nell'ipotalamo vi sono due zone distinte: una è chiamata ergotropica (ergon = lavoro + tropos = orientato), la cui stimolazione determina la comparsa di fenomeni regolati

e al necessario riposo.

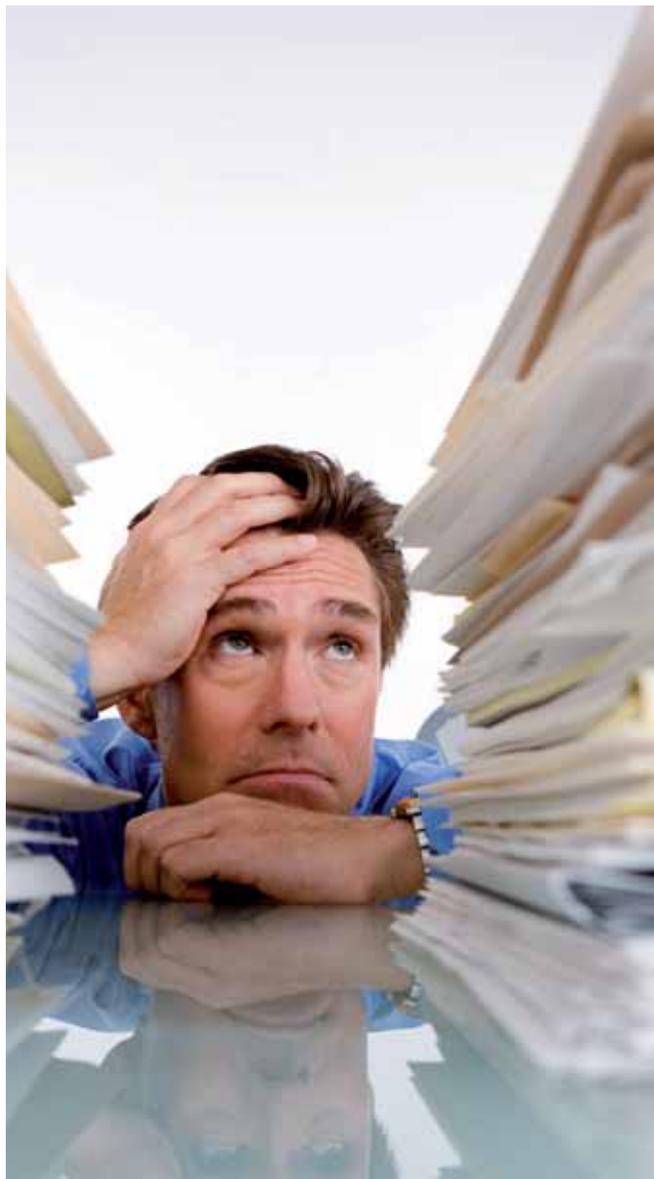
Lo stress entro certi limiti è indispensabile. D'altronde, se esso non esistesse, l'organismo resterebbe inerme nei confronti delle aggressioni, esterne ma anche interne (va ricordato che possono agire da stressori anche gli stimoli di natura psicologica, emotiva e sociale).

Per contro, è ugualmente importante che dopo uno stress più o meno prolungato arrivi anche la fase di rilassamento, di riposo, affinché le cellule dell'organismo abbiano la possibilità di ricaricarsi. Uno stato di buona salute ruota anche attorno alla complementarità di queste due sezioni, altrimenti si va incontro a uno squilibrio neurovegetativo.

Il terzo sistema, quello immunologico, deputato alla difesa dell'organismo da sostanze estranee (batteri, virus, ecc.), secondo recenti studi, è fortemente influenzato dagli altri due, tanto da adoperarsi ora un termine che indica l'indissolubilità e la reciprocità dei tre sistemi: il sistema euroendocrinoimmunologico.

Oggi si sa che durante uno stress prolungato il sistema immunitario viene naturalmente depresso, probabilmente perché è in corso una priorità nell'impiego delle energie volte alla reazione a uno stressore, esterno o interno che sia.

Oggi capita spesso però che in una cultura sempre più separata dalla natura, una società competitiva e materialista non si riesca più a raggiungere il giusto e naturale equilibrio tra i due sistemi, e conseguentemente nemmeno ad avere la sufficiente ricarica dell'organismo.



al riposo, al recupero, al rinnovamento organico.

Riguardo alla naturale alternanza tra i due sistemi c'è da dire che lo svizzero Walter R. Hesse, premio Nobel per la medicina e la fisiologia, ha

dal sistema ortosimpatico; l'altra è chiamata trofotropica (dal greco trophe = nutrimento). L'alternanza tra i due sistemi costituisce la naturale predisposizione dell'organismo all'attività

Torna la febbre del Fantacalcio

A settembre termina l'astinenza estiva degli appassionati di calcio, temperata quest'anno dai deludenti mondiali, e si infiamma la febbre per il campionato. Una passione sempre più legata a quella per il Fantacalcio. Il più popolare gioco fanta-manageriale sul calcio consiste nell'organizzare e gestire squadre virtuali formate da calciatori reali. A dieci anni di distanza da quando Riccardo Albini lo sviluppò in Italia è ormai diventato un cult.

Il fantacalcio è diffusissimo sul web in tutte le sue varianti. È un marchio registrato del gruppo editoriale Espresso e con il nome originale è legittimato solo sui siti di questo gruppo editoriale (quello ufficiale è www.fantacalcio.it). La Gazzetta dello Sport organizza invece la Magic Cup, una variante famosa e pubblicizzata fantacalcio di

cui non possiede i diritti, potendo fra l'altro mettere in palio, anche grazie al costo di partecipazione, premi di valore. Analoga operazione viene portata avanti dal Corriere dello Sport, col suo Mister Calcio e l'ultima a buttarsi in questo business è stata Sky, la paytv di Murdoch. Ma la sfida più divertente la si lancia agli amici: organizzandosi in leghe, coniando nomi di fantasia come MarcoGalaCticos, Onofrio Pintu, Serignho, Marcello Nottingham, Real Carlino, Ultras Corrado, AmauRiz, El Vincipe, Carfaghao e mettendo in piedi vere e proprie aste per aggiudicarsi i migliori giocatori o scoprire nuovi talenti. Poi non resta che fare la squadra ogni domenica e aspettare con il fiato sospeso per scoprire chi ha battuto tutti e far partire gli immancabili sfottò. Almeno fino alla successiva giornata. Così, durante il campionato, tutti possono sognare di essere allenatori consolandosi magari più con la vittoria della propria fantasquadra che con i risultati deludenti della proprio club.



Microsoft insegue Google anche sulle mappe

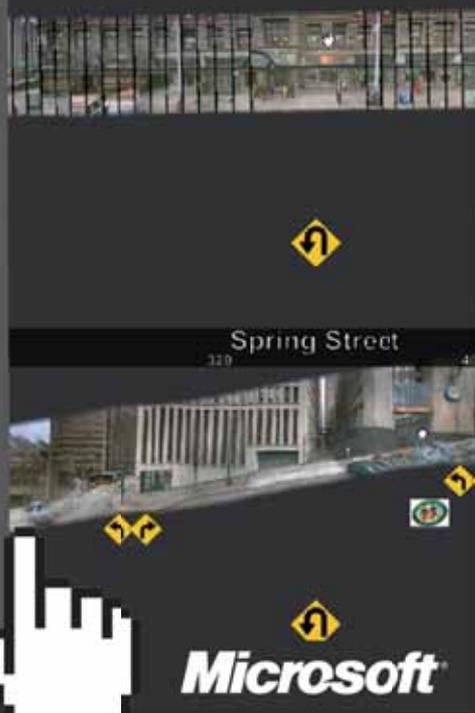
La guerra tra Google e Microsoft è ormai a tutto campo. Il colosso di Bill Gates ha infatti appena presentato Street Slide, il nuovo servizio per tentare di farsi breccia nel settore delle mappe interattive dove per ora a trionfare è Street View di Google.

Il neonato Bing Street Slide, funziona in maniera leggermente diversa poiché offre una panoramica della zona ripresa (a differenza del servizio offerto da Google che immedesima l'utente nel viaggiatore diretto), fornendo in due barre orizzontali dei menu interattivi in cui si specificano le tipologie

dei locali pubblici inquadrati o si offrono ulteriori indicazioni.

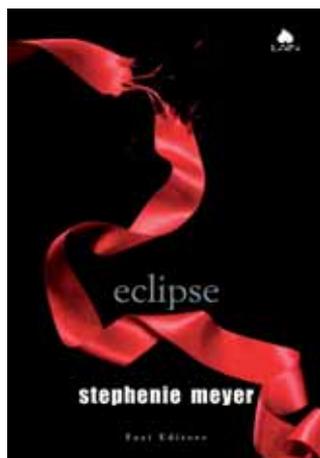
Al momento le 2400 foto utilizzate per creare questa prima versione di mappe stradali, copre solo 4 km di strada. Microsoft non ha ancora precisato se e quando la tecnologia sarà integrata in Bing Maps e ha anticipato le caratteristiche di Street Slide durante Siggraph 2010, la conferenza internazionale di computer grafica e tecniche interattive in corso a Los Angeles.

Si tratta pertanto di un prototipo mentre google continua a fotografare e archiviare tutte le strade del mondo. Provare per credere.



Eclipse

Meyer Stephenie Editore Fazi

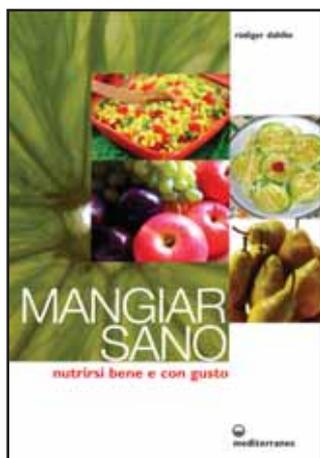


È il terzo titolo della saga di Stephenie Meyer sulla storia d'amore tra la giovane Bella e il vampiro buono Edward, dopo "Twilight" e "New moon". Mentre Seattle è funestata da una serie di strani omicidi e una vampira spietata continua a darle la caccia, Bella si trova ancora una volta in serio pericolo. È arrivato per lei il momento delle decisioni e

dei sacrifici: basterà il fidanzato Edward a farle dimenticare il migliore amico Jacob? Troverà il coraggio necessario a diventare una Cullen? Obbligata a scegliere fra l'amore e l'amicizia, è consapevole che la sua decisione rischia di riaccendere la millenaria lotta fra vampiri e licantropi. Nel frattempo l'esame di maturità è alle porte e per Bella il momento della verità si avvicina...

Mangiar sano. Nutrirsi bene e con gusto

Dahlke Rüdiger Edizioni Mediterranee



In questo libro, frutto di trent'anni di esperienza nel campo dell'alimentazione sana, Dahlke illustra con chiarezza come ci si possa nutrire in maniera corretta, equilibrata e al tempo stesso ricca di gusto, per migliorare la propria salute e il proprio benessere. Mangiare, infatti, non è soltanto nutrirsi: non si può separare il nutrimento dal piacere. Grazie a una alimentazione corretta ci si può mantenere sani ma nello stesso tempo avere anche un atteggiamento positivo nei confronti della vita. Per Dahlke è sufficiente costruire la propria dieta sui quattro pilastri della sana alimentazione

che sono: equilibrio tra i diversi tipi di nutrienti, cioè un giusto rapporto tra proteine, grassi e carboidrati; cibo biologico, integrale, non trattato, senza additivi chimici né conservanti; giusto rapporto, equilibrato, tra componenti acide e basiche degli alimenti; regime alimentare in armonia con la propria costituzione fisica e le proprie necessità. Non poteva mancare un epilogo culinario che mette in pratica quanto detto nel corso del libro, una sezione, quindi, dedicata alle ricette che consentirà a tutti di organizzare un menù settimanale sano e gustoso, adatto a ogni particolare esigenza e caratteristica.

**inserisci gratuitamente
il tuo annuncio su
www.migro.it**

VENDO
Annunci di vendita
online gratuiti

Migro informa

la Città s.r.l.

via Carlo Alberto, 23 - 70056 Molfetta (Ba)

Direttore responsabile:
Benedetta Maffia

Capo redattore:
Michele de Sanctis

Grafica e impaginazione:
Marisa Tammacco

Hanno collaborato:

Eugenio Benetazzo
Michela Caiapich
Lucrezia d'Ambrosio
Francesco Dente
Marco Fiorentino
Mariano Leone
Angelo Lo Verme
Angela Poli
Massimiliano Sassoli
Canio Trione

Stampa:

Incentive Promomedia s.r.l. - Bari

REGISTRAZIONE TRIBUNALE DI TRANI N° 8/08 DEL
29/07/08

ISCRIZIONE AL R.O.C. 11645

© TUTTI I DIRITTI RISERVATI

Tutti i diritti di riproduzione, adattamento totale o parziale con qualsiasi mezzo, nonché i diritti di traduzione sono riservati per tutti i paesi. Ogni riproduzione, totale o parziale, sotto qualsiasi forma, anche a uso interno o didattico, se non espressamente autorizzata dall'editore, è vietata a norma di legge.

L'editore non si assume alcuna responsabilità per l'utilizzo dei marchi o slogan usati dagli inserzionisti e per eventuali errori presenti nella pubblicazione; testi e foto sono puramente indicativi.

L'editore garantisce la massima riservatezza dei dati forniti e la possibilità di richiedere gratuitamente la rettifica o la cancellazione scrivendo a:
La città s.r.l., Via Carlo Alberto, 23 - 70056 Molfetta (Ba).

Inviato tutti i gentili lettori di Migro Informa a scrivervi:
via Carlo Alberto 23, 70056 Molfetta (Ba)

E-mail: info@lacittaoggi.it
www.lacittaoggi.it
Tel./Fax 080 33 82 112

Il nostro periodico è aperto a tutti coloro che desiderano collaborare gratuitamente nel rispetto dell'articolo 21 della costituzione che così recita: "tutti hanno diritto di manifestare il proprio pensiero con la parola, lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione", non costituendo pertanto tale collaborazione gratuita alcun rapporto di lavoro dipendente o di collaborazione autonoma.

Per le tue lettere a
Migro informa
scrivi a:
redazione@lacittaoggi.it
oppure
redazione Migro informa
casella postale 151
70056 - Molfetta (Ba)



Salve, da diversi mesi sono cliente del punto vendita Migro di Collesalveti. Io e mio fratello con un totale di 25 dipendenti siamo titolari di 2 attività, un bar gelateria e un ristorante in provincia di Pisa. Le scrivo perchè volevo fare presente alcune questioni.

Innanzitutto trovo il vostro punto vendita dove mi servo ben fornito e il personale è molto disponibile! I prezzi sono ottimi!!! Fare la spesa da voi è un piacere sotto questi punti di vista! La pecca arriva alle casse! Di solito 1 ora serve da quando arriviamo alle casse per essere fuori a caricare la spesa! Purtroppo spesso avendo il tempo contato devo far a meno di venire da voi ed andare alla Metro di Pisa, dove si i prezzi sono un po' più alti ma si fa molto molto prima! Allora dico io non si potrebbe trovare la maniera di velocizzare la fatturazione alle casse?! Con questo concludo e vi invio distinti saluti.

Nico Ribechini

Preg.mo Sig. Sibechini.

la ringraziamo per la gentile mail, per la preferenza accordataci ed ancora di più per la sua sensibilità nel suggerirci elementi di miglioramento.

Abbiamo preso buona nota di quanto indicatoci e le garantiamo che faremo tutto il possibile affinché si riesca a ridurre i tempi di fatturazione e controllo. Consideri comunque che a differenza di molte aziende nostre concorrenti, noi prevediamo sempre il doppio controllo della merce: il primo al momento della fatturazione ed il secondo con spunta della fattura. Questo garantisce il rilevamento di possibili errori sia a vantaggio che a danno del Cliente, pur a favore di una riduzione dei tempi e di notevoli costi di personale non riteniamo opportuno evitare il doppio controllo.

Avete fatto bene a sottolineare sul numero di Migro informa di agosto la stretta sul lavoro nero ma come facciamo noi piccoli commercianti a sopravvivere sostenendo gli oneri fiscali e previdenziali per un dipendente di cui abbiamo bisogno per un breve periodo, magari in estate?

Vito Sciscio

Gentile cliente, ha ragione il costo del lavoro in Italia è tra gli oneri più rilevanti per una impresa piccola o grande che sia. Tuttavia negli ultimi anni sono state introdotte forme molto flessibili come il contratto a chiamata ma c'è sempre il classico stage o contratto di apprendistato. Per questo motivo è sempre bene scegliere un contratto regolare: può stare più tranquillo il datore di lavoro e offre le giuste garanzie al lavoratore.

Saluti

Massimiliano Sassoli



TROVA IL CASH PIÙ VICINO A TE

**guida
Cash
2010**

Molfetta (Ba)

Via Pansini Legnami, Lotto B7/S
Tel. 080 33 50 888
Fax 080 33 50 555

Terlizzi (Ba)

Via Mariotto, 51
Tel. 080 351 56 65
Fax 080 351 46 55

Modugno (Ba)

S.S. 96 Km 118,400
Tel 080 532 22 22
Fax 080 537 15 20

Massafra (Ta)

S.S. 7 Appia Km 636
Tel. 099 880 46 22
Fax 099 880 81 70

Frosinone (Fr)

Via Le Lame, 5 Zona Asi
Tel. 0775 88 00 02
Fax 0775 29 25 66

Corigliano D'Otranto (Le)

S.S. 16 Maglie-Lecce Km 975,300
Tel. 0836 66 05 16
Fax 0836 66 09 28

Tortona (Al)

S.S. 211 Tortona - Novi Ligure Km 11
Tel. 0131 86 05 61
Fax 0131 87 29 05

Collesalvetti (Li)

Via Milano, 22
Tel. 0586 97 29 02
Fax 0586 96 35 52

Pescara (Pe)

Via Raiale, 295/297
Tel. 085 43 08 524
Fax 085 43 15 437

**SCOPRI
I VANTAGGI
NEI NOSTRI
CASH AND CARRY**
info@migro.it - www.migro.it