



informa

Mensile di informazione - anno II numero XI agosto 2009 - € 2,00

Gli affari non vanno in vacanza



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 S/BA

MERCATI

Italiani promossi
nella spesa,
meno ai fornelli



TEMPESTA

"Fare l'agente
non è sempre
una fortuna"

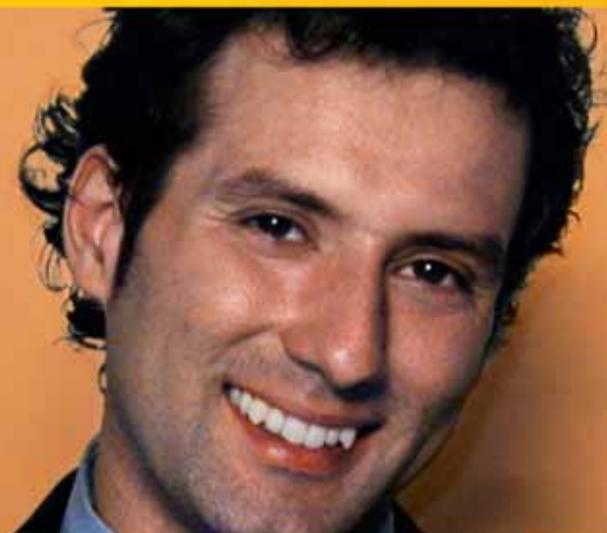
CRISPO

Un'azienda
dalla dolce
tradizione



MIGRO

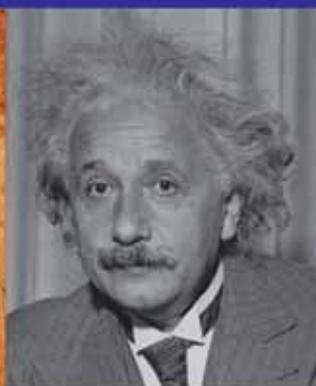
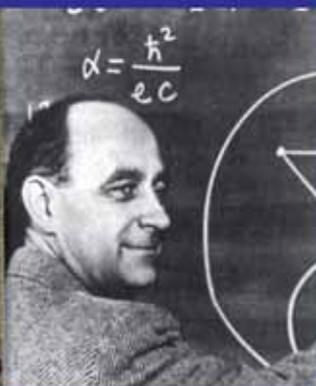
Prodotti a marchio:
la qualità
al giusto prezzo



il segreto di una

MEMORIA PRODIGIOSA

tecniche di memorizzazione rapida



MATTEO SALVO

BARI

DOMENICA 20 SETTEMBRE 2009

Hotel Excelsior - Via Giulio Petroni, 15

dalle 10:00 alle 12:30 - chek-in 9.30

Ingresso Libero

Cosa non tornerà più



Benedetta Maffia

Uno degli aspetti della crisi più pressanti per la GDO è sicuramente quello di capire come il proprio consumatore sta affrontando la crisi in atto e soprattutto che consumatore si troverà davanti tra qualche mese per poter definire le proprie strategie. Gli andamenti dei consumi nell'ultimo anno ormai li conosciamo tutti: -0,9% nel 2008 e con una prospettiva 2009 non certo più rosea; beni durevoli al -7%, beni non durevoli al -1% e alimentari -2,3%. L'onda della crisi ha iniziato a toccare il mondo retail. Occorre quindi chiederci quando ne usciremo, tra sei mesi, tra un anno, che tipo di consumatore ci troveremo davanti alla fine della crisi?

La spesa degli italiani non sta cambiando da settembre 2008 ma da alcuni anni, precisamente si nota una ricerca del risparmio a partire dal 2004. E' un percorso che ha portato i consumatori ad essere molto più attenti al prezzo ed alle offerte promozionali. La crisi attuale ha acuito questo processo ed ha portato, per esempio, il 60% dei consumatori a rifare la lista della spesa in modo da evitare gli acquisti di impulso che inevitabilmente facevano lievitare il conto alla cassa. Altro comportamento nuovo dei consumatori è quello di fare scorta dei suoi prodotti preferiti quando sono in promozione, fino ad arrivare al recupero di tradizioni come farsi il pane e dolci in casa: e si parla di un 30% dei consumatori, non una quota irrisoria. Questo sta portando alla crescita in percentuali a due cifre categorie come farine, uova e paste semilavorate. Altro fronte è quello della quantità: si cerca di evitare lo spreco cercando di acquistare confezioni più piccole, si prediligono le confezioni a peso imposto al peso variabile per ridurre le grammature, e vi è una certa attenzione alle confezioni famiglia nei prodotti a lunga scadenza che portano un buon risparmio.

Un altro esempio che la dice lunga sulle nuove abitudini è il raddoppio della vendita di candeline per torte di compleanno. Alcuni di queste nuove

abitudini resteranno legate alla crisi e scompariranno con essa, i cosiddetti "consumi consolatori": sono consumi, per assurdo, di prodotti di alto prezzo (e qualità, come cioccolata e vino) che compensano la sensazione di aver risparmiato sulla quantità (e sulla qualità) del resto della spesa. C'è quindi una polarizzazione: da una parte si acquistano prodotti a basso prezzo, in promozione e di PL e dall'altra parte si acquistano pochi prodotti di fascia alta. La cosa più incredibile è che questo atteggiamento attraversa tutte le fasce di reddito indistintamente.

Più che un abbassamento di volumi d'acquisto è un cambio radicale nel mix dei prodotti, con una forte attenzione al rapporto qualità/prezzo. In questo panorama la PL è arrivata ad una quota del 14% assorbendo più dell'80% della crescita degli ultimi 12 mesi, pur restando, come si sa, una quota molto bassa se comparata con gli altri paesi europei, e quindi con un ampio margine di crescita. Il consumatore si è abituato moderarsi negli acquisti dettati dalle mode (abbigliamento, beni durevoli, vacanze), slegandosi da comportamenti consumistici oggi riconosciuti come inutili e superflui.

Si ravvisano quindi aspetti sociologicamente positivi negli effetti della crisi sul comportamento dei consumatori: l'arte di arrangiarsi ha fatto scoprire agli italiani un modo alternativo di consumare e all'uscita della crisi questa nuova consapevolezza non sparirà. Avremo un consumatore più selettivo, più esigente, più competente, più nomade negli acquisti, in ultima analisi più difficile da soddisfare. Si è accorto che pur disinvestendo in alcuni settori degli acquisti la sua qualità della vita non ha subito peggioramenti significativi. Il consumismo compulsivo degli anni 80-90 è al tramonto sostituito da un consumismo più consapevole e competente. La sfida della distribuzione e dell'industria ora diventa quella di capire ed interpretare questo nuovo consumatore, adattando il proprio lavoro ai nuovi profili di consumo che stanno cambiando profondamente le abitudini degli italiani.



Ducros
7 Saperi del Mondo
in Tavola
Eurofood



Bliz.eu

UN ASSORTIMENTO DI
OLTRE 45.000 ARTICOLI
A PORTATA DI

CLICK*

*CONSEGNA A DOMICILIO IN TUTTA ITALIA

www.bliz.eu

Finestra sui mercati

- 6 Il presidente Gatto: "Despar cresce ma occorre sistema Paese che funzioni"
- 7 Italiani promossi nella spesa, meno ai fornelli
- 8 La vera natura dello scudo fiscale
- 9 L'irresistibile seduzione degli sconti
- 10 Ottobre Rosso: Aspettando il default?
- 12 Dal G8 "nuovo" comandamento per la finanza mondiale: non rubare

Marketing & fornitori

- 13 Tempesta: "Fare l'agente non è sempre una fortuna"
- 14 Crispo: un'azienda dalla dolce tradizione

Cash and Carry

- 16 Cresce in Italia il mercato delle privat label
- 17 Il successo dei prodotti a marchio Migro: la qualità al giusto prezzo

Speciale mercati

- 18 Brasile, crescita a ritmo di samba

Lavoro e carriere

- 20 La storia scritta nelle strade e sul web dalle ragazze e dai ragazzi di Teheran
- 21 La mente, meraviglioso strumento dalle risorse infinite
- 22 La conoscenza un vantaggio competitivo
- 23 In nero un lavoratore su dieci

Diritto e Fisco

- 24 La corruzione tassa "occulta e immorale" a carico degli italiani
- 25 Legislazione societaria negli USA

Area prodotti

- 27 Novità nei Cash and Carry Migro

Life style

- 28 Assumeremo i farmaci attraverso speciali lenti a contatto
- 29 Il miele da millenni il "cibo degli dei"

9



12



29



19

Il presidente Gatto: "Despar cresce ma occorre sistema Paese che funzioni"



Il Presidente di Despar Italia Antonio Gatto

Domenico Pesce

In una fase delicata per l'intero comparto della GDO c'è un gruppo che nell'ultimo anno ha fatto segnare una positiva crescita. Si tratta della Despar Italia il cui fatturato complessivo è stato di 4.561 milioni di euro, con un aumento del 4,5% rispetto all'anno

Convention Despar dal presidente Antonino Gatto: "Per continuare a crescere, in questa fase in cui nulla sarà come prima, dobbiamo tener conto che i consumatori comandano l'offerta, razionano la quota di reddito e stanno tagliando su tutto meno che sulla spesa alimentare.

di acquisto nazionale, operiamo sul multicanale, abbiamo un servizio di distribuzione capillare e efficiente, prodotti a marchio performanti e le capacità del management.

Abbiamo insomma tutto quello che ci serve ma è tuttavia necessario operare in un sistema Paese che funzioni".

E qui il quadro ottimistico del presidente si ferma, dipingendo un situazione non incoraggiante: "Occorre meno burocrazia, un sistema di riforme che ci tuteli in un quadro di certezza delle regole degli operatori e infine vorremmo avere riconosciuto il nostro ruolo nella crescita della collettività".

all'interno della Despar occorre sottolineare la rete distributiva fatta soprattutto di piccoli negozi. Nell'ultimo periodo l'azienda ha poi razionalizzato la rete, eliminando o ristrutturando i punti vendita meno profittevoli, in modo da ottimizzare la propria offerta, ma puntando anche sull'innovazione degli store format, per accontentare al meglio i nuovi stili di consumo.

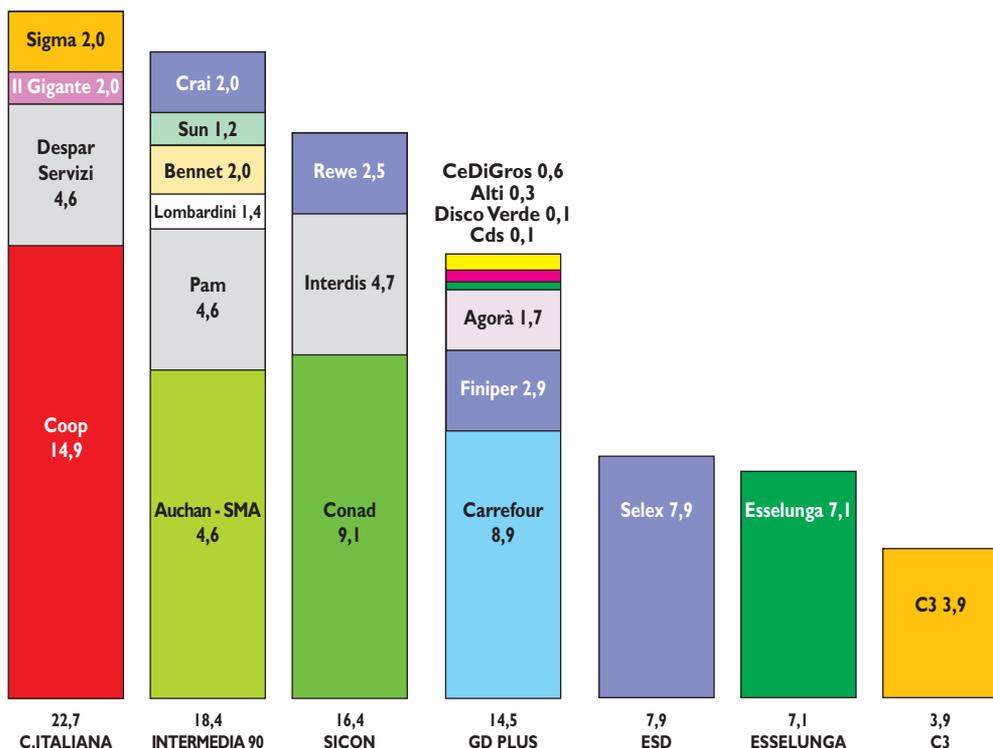
Ad esempio a Milano, nella Stazione Garibaldi, è nato "Despar Express": un negozio pieno di prodotti pronti da consumare, pensato per una clientela di passaggio. È un format innovativo per l'Italia, ma già sperimentato con successo nei paesi anglosassoni.

A Padova, in Galleria Ezzelino, ha aperto "Despar è facile"; un piccolo punto vendita studiato per la spesa veloce e semplice. Tre percorsi colorati indicano le diverse aree: il market, il take away, la zona regali. A queste si aggiunge lo snack bar per i pranzi veloci.

L'immagine Despar si è poi radicata ancora di più nell'immaginario degli italiani grazie ad una serie di sponsorizzazioni sportive, dal calcio al rugby, dalla pallanuoto al volley, fino al successo nella centesima edizione del Giro d'Italia.

CENTRALI DI ACQUISTO DELLA GDO

Quote su Totale Fatturato (I+S+Lis+Dis) - Nielsen GNLC ed. Gennaio 2009



precedente. Sono cresciuti il numero dei punti vendita, la superficie complessiva e il numero dei dipendenti, che sono ora più di 20.000.

La formula imprenditoriale di Despar si è dimostrata efficace e l'indice di copertura della popolazione ha raggiunto il 93%. I dati sono stati comunicati nel corso della

È cambiato, tuttavia, il loro approccio alla spesa. Le famiglie scelgono prodotti in promozione e hanno bisogno di autenticità e semplicità. In questo scenario la crisi può riservare delle opportunità".

La Despar, però, ha le carte in regola per continuare a crescere, secondo Gatto: "con Centrale Italiana siamo nel prima centrale

Italiani promossi nella spesa, meno ai fornelli

Michela Caiapic

Quanto si sentono competenti gli italiani in fatto di cibo e di cucina? Quanto tempo dedicano ai fornelli e cosa portano in tavola? E ancora. Mangiano più o meno spesso in compagnia di amici e parenti? E dove, in casa o fuori? A queste domande dà risposta un'indagine dell'istituto Axis Market Research (condotta interpellando un campione rappresentativo della popolazione, composto da 800 persone) per conto della Federazione italiana dei pubblici esercizi. E il ritratto degli italiani che emerge dall'indagine non è per nulla scontato se Lino Enrico Stoppani, presidente dell'associazione di categoria, si spinge sino a sostenere che la salvaguardia della tradizione eno-gastronomica è sempre più affidata ai ristoratori. "Se non fosse per loro", sostiene Stoppani, "il patrimonio della cucina italiana conosciuto, apprezzato e copiato in tutto il mondo sarebbe a rischio. Gli impegni esterni alla famiglia che interessano il mondo femminile e il cambiamento dei costumi, hanno modificato le abitudini alimentari domestiche, rendendo i pasti sempre più frettolosi, frugali e anonimi".

In effetti non è pensabile che gli italiani possano preparare un pasto elaborato in tre quarti d'ora o al massimo in un'ora. Tanto è il tempo che dedicano rispettivamente il 39,5% e 37% degli intervistati alla preparazione del pasto principale nei giorni feriali (ma anche durante la fine settimana il 52% non dedica a

quest'attività più di 45 minuti). Si giustifica così anche il fatto che gli italiani si attribuiscono voti appena superiori alla sufficienza quanto a capacità di preparare ricette della loro zona d'origine (il voto medio è di 6,6, con un 23,5% che non si ritiene all'altezza) o dell'area in cui vivono (voto 6,4, con un 25,5% che si rimanderebbe a settembre).

Quanto alla fonte delle conoscenze culinarie degli interpellati, la figura materna gioca un ruolo fondamentale per il 55% del campione. Un altro 14% si ritiene autodidatta. Un discreto ruolo formativo è riconosciuto alle riviste e ai libri di cucina, mentre molto limitato è quello attribuito alla Tv con buona pace dei tanti programmi, per non dire dei canali satellitari specializzati. Non meraviglia quindi che, rispetto ai propri genitori, gli intervistati si ritengano meno ferrati ai fornelli.

Per contro si credono migliori conoscitori delle caratteristiche nutrizionali e più bravi nel fare la spesa. Il 72% si dichiara esperto/molto esperto nello scegliere i cibi. La votazione media che ci attribuiamo a questo riguardo è di un bel 7 pieno. Voto coerente con la capacità dell'italiano medio

di valutare la freschezza di un pesce (tre acquirenti su quattro hanno le idee chiare al riguardo), ma di manica un po' larga in altri casi: solo il 40% del campione sa come verificare la freschezza di un uovo e il 50% che la farina di tipo doppio zero è di grano tenero.

Il 68,5% si dichiara esperto o molto esperto in fatto di caratteristiche nutrizionali degli alimenti (il voto medio che ci attribuiamo è di 6,45).

Al momento di fare la spesa, incombenza che ricade ancora oggi sulla donna nel 69% dei casi, il fattore prezzo si conferma la variabile tenuta in maggiore considerazione dagli intervistati (62% delle risposte). Supera anche l'effetto pubblicità (la marca conta per il 51,5%). Soltanto l'italiano su tre è d'altronde convinto che i prodotti migliori siano anche quelli che costano di più. In caso di dubbi sul prodotto da acquistare, il 70,5% delle donne e il 54,5% degli uomini finiscono per prendere una decisione senza ricorrere a consigli esterni. Solo l'11% si consulta col coniuge e il 9% con un addetto del punto vendita.



A tavola dove, con chi e perché

Axis Market Research ha scandagliato anche l'evoluzione delle abitudini conviviali degli italiani. Ed è emerso che, nel fine settimana precedente il sondaggio (risale a fine maggio scorso), il 46% aveva consumato almeno un pasto in compagnia. Più spesso in casa propria o di parenti e amici, che non al ristorante o in pizzeria. Il 45% ha infatti dichiarato di aver ridotto la frequentazione di ristoranti e pizzerie (c'è però un 9% che l'ha incrementata, il saldo negativo è quindi del 36%). Chi sceglie pranzare con amici e parenti in casa (propria o altri), lo fa innanzitutto per sentirsi più libero (50,5% delle risposte) o per il gusto di cucinare in compagnia (32,5%). Non manca comunque chi ha messo in conto la possibilità di mangiar bene risparmiando (29%). Complessivamente il 64,5% del campione non ha ridotto le occasioni di convivialità (in casa o fuori), contro il 25% che dall'inizio dell'anno ha mangiato in compagnia meno spesso e un 9% che lo ha fatto più di frequente.

La vera natura dello scudo fiscale

Mariano Leone

C'era un tempo nel quale i Ministri del Tesoro ed i politici in genere curavano le loro esternazioni per la paura di potere essere smentiti. Forse erano eccessivamente prudenti, forse pensavano che le loro esternazioni potessero influenzare un mondo per il quale loro dovevano intervenire non con le esternazioni ma con provvedimenti legislativi.

Ora i Ministri ed i Capi di governo da essere considerati addirittura reticenti nelle loro affermazioni sono diventati inesorabilmente queruli.

Possono licenziare provvedimenti legislativi di un segno e dire l'opposto nelle

piccolo problema, trascurabile vista la garanzia dell'immunità, ma sempre presente per animi sensibili.

Il rientro dei capitali avrebbe lasciato tracce nella contabilità. Sì, è vero si trattava solo di un problema estetico. Ma si vedeva, sembrava brutto. Allora il nostro sensibile Ministro ha provveduto ad eliminare l'obbligo borbonico di vidimare il giornale contabile. Così chiunque poteva presentarsi come una verginella al nuovo cimento gestionale nella prospettiva di un futuro senza più condoni.

Manovra finanziaria

Ricordavamo che la manovra finanziaria ed il suo Dpef come i documenti

per circa 27,3 Miliardi di Euro. Caspita, un notevole impegno finanziario.

Ma continuando a leggere, questa dichiarata risorsa dovrà essere spalmata in 4 anni.

2,7 Miliardi nel 2008. 11,4 Miliardi nel 2009. 7,5 Miliardi nel 2010. 5,8 Miliardi nel 2011.

La crisi l'abbiamo oggi ed ora, i provvedimenti li facciamo fra qualche anno. Però una bella sommetta, sono sempre 27,3 Miliardi.

Ma i dati in assoluto non dicono abbastanza. Se li relativizziamo rispetto a parametri significativi come il PIL (Prodotto



dichiarazioni all'opinione pubblica. Tanto non ci sono filtri alle loro esternazioni.

Condoni

L'idea dei condoni non ci scandalizza, non è una caratteristica solo italiana e solo del nostro Ministro. Quando ci si trova in una situazione insanabile e nelle more di un processo nuovo che dovrebbe mettere ordine è consentito condonare il passato.

Un po' meno dovrebbe essere consentito ad un Ministro dopo aver appena fatto dichiarazioni tipo:

"mai più condoni". Mai più, fino al prossimo. Che cosa è lo scudo fiscale se non un condono. Nel precedente scudo fiscale abbiamo apprezzato la particolare delicatezza posta alla procedura di rientro dei capitali. Il costo di rientro dei capitali uguale a quello dei trasferimenti finanziari internazionali, in modo da non penalizzare coloro che reimportavano capitali. Poi l'immunità penale e fiscale per i figliol prodighi della finanza nostrana. Tuttavia pur con l'immunità sanzionatoria rimaneva un

fondamentali della politica economica del paese. Ora sembrano diventati il paravento mediatico del sostanziale immobilismo. Far finta di far qualcosa.

Vorremo almeno che si tenesse presente un elemento pratico, trascurato e volutamente ignorato dalla nostra classe dirigente. I Comuni che dovrebbero provvedere a darsi un apparato locale di controllo per la finanza locale, non solo non hanno fatto niente ma non lo faranno mai. Il motivo è semplice. L'abolizione dell'ICI che è la principale fonte di entrate per i Comuni non rende conveniente dotarsi di una struttura di riscossione della finanza locale. Ritornando alla manovra finanziaria se scartiamo le esternazioni verbali del nostro querulo Ministro ed andiamo ai numeri possiamo avere idea della inconsistenza della manovra.

Risorse contro la crisi

Il Dpef afferma nella narrativa di aver stanziato per il superamento della crisi risorse lorde

Interno Lordo) abbiamo lo 0,44% annuale del PIL Italiano.

Praticamente il resto di niente. Ma non è finita. Il Ministro ha dovuto dire che non sono soldi freschi, denaro vero, ma riprogrammazione di fondi. Si torna al gioco delle tre carte. Per dare quei numeri bisognerà prenderli da altre parti.

A questo niente si aggiungerebbero i soliti 16 Miliardi di finanziamento alle infrastrutture.

Anche su questo si propone il gioco delle tre carte. Sono sempre i soliti fondi e sempre quelli che sembrano diventati il pozzo di San Patrizio o come ha detto qualcuno il contenitore dell'aspersorio per le benedizioni. Sempre quello da distribuire a tutti come una benedizione.

Intanto rimpiangiamo come appassionati della materia, visto che come cittadini ci siamo assuefatti, i provvedimenti di tale Carlo Azeglio Ciampi, quello che ha portato l'Italia a superare la crisi del 1992 con scelte chiare, nette e trasparenti.



L'irresistibile seduzione degli sconti

Francesco Dente

Alzi la mano chi non ha mai chiesto uno sconto. Almeno una volta, sarà pure in vacanza, più o meno tutti hanno fatto appello alla "clemenza" del commerciante. Certo, come vedremo, c'è chi non batte ciglio e tira fuori la somma chiesta. Non mancano, però, i veri e propri esperti in materia. Cultori dello sconto che, fra bluff, smorfie, sorrisi e il più delle volte promesse, riescono a spuntare l'aiutino. Veri e propri psicologi, vien da dire, che sanno cogliere il momento opportuno per azzannare il negoziante o la commessa di turno e strappare un prezzo più conveniente. Ma gli italiani che atteggiamento e quale percezione hanno degli sconti? All'argomento ha dedicato un approfondimento il quotidiano economico Sole 24 Ore che ha commissionato all'istituto di ricerca Ipr Marketing un sondaggio eseguito mediante contatti telefonici su un panel di mille persone. Sotto la lente dei ricercatori sono finiti, in particolare, gli acquirenti di tre categorie di beni: abbigliamento, calzature ed elettronica. I risultati, tuttavia, hanno una portata più ampia e consentono di cogliere spunti interessanti sul comportamento di fronte alla cassa. Gli italiani, questo in breve l'esito del sondaggio, si dividono in sfrontati e timidi. Soprattutto quando devono comprare indumenti o scarpe. Nel primo

caso, infatti, il 52% degli intervistati ammette di chiedere lo sconto. Nel secondo, l'acquisto delle scarpe, la percentuale scende al 42%. Solo un avventore su tre, infine, va all'attacco quando si rifornisce di strumenti e apparecchi elettronici. Non è escluso, argomenta il Sole 24 Ore, che dietro quest'ultimo atteggiamento si nasconda la difficoltà da parte del cliente nell'intavolare



una discussione sulla qualità dei prodotti. Quanti, infatti, sanno controbattere a un esercente di telefonini con la stessa abilità con cui sono in grado di rimettere in discussione le virtù di una stoffa decantate da un commerciante di camicie? Il secondo filone di ricerca preso in esame dai sondaggisti della Ipr Marketing è l'appel degli sconti su prodotti che il consumatore

non aveva preventivato di acquistare. Insomma, quel taglio al prezzo che il negoziante espone in bella mostra in vetrina riesce a far cambiare idea a chi non aveva messo in conto di comprare il prodotto? Ebbene sì, questa la risposta, in 4 casi su 5 lo sconto compie il miracolo. Il 79% degli intervistati ammette, infatti, di essere incentivata all'acquisto dalla presenza della riduzione del costo della merce. Una propensione che diminuisce, di poco, con l'aumentare dell'età. I più propensi a lasciarsi sedurre dagli sconti sono infatti i clienti che hanno un'età fra i 18 e i 34 anni con l'83%, segue la fascia 35-54 con il 78%. I più granitici di fronte alle lusinghe dei saldi sono, invece, gli over 54 anni che comprano nel 77% dei casi. Terzo e ultimo spunto di ricerca: la percentuale di sconto che fa scattare la molla dell'acquisto non preventivato. Nessuno compra se l'offerta è sotto il 10%. Sette su 100, invece, se lo sconto è dal 10 al 20%. Una quota che sale decisamente se l'affare è fra il 20 e il 30%. In questo caso, infatti, ben 30 persone su 100 comprano anche se l'acquisto non era in programma. Una propensione che tende a ridursi, anche se di poco, quando lo sconto aumenta oltre il 30%. Più è alto lo sconto, insomma, più l'acquirente è diffidente. Teme, insomma, che il "regalo" nasconda il bidone.

Ottobre Rosso: Aspettando il default?

Eugenio Benetazzo

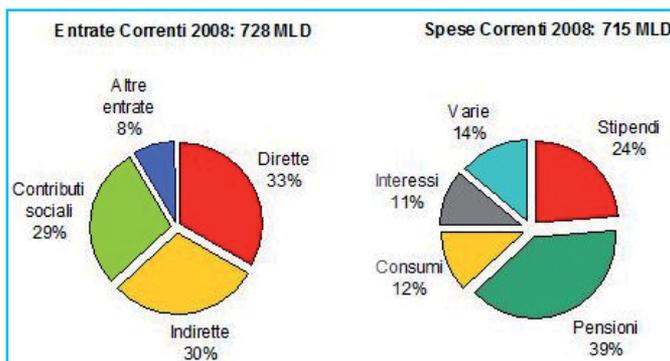
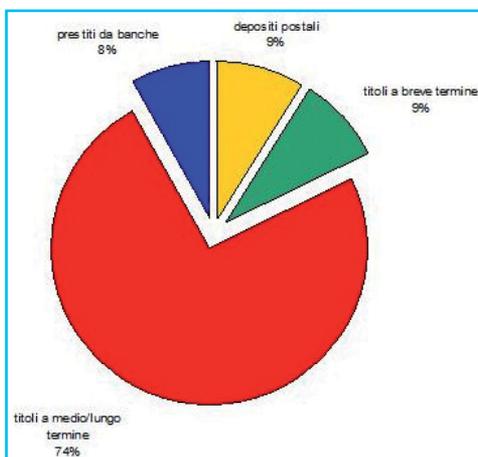
Riceviamo ogni giorno bombardanti rassicurazioni da portavoce di organi istituzionali che il peggio sembra sia passato e che per rilanciare l'economia bisogna solo iniziare a spendere e consumare. Tutto questo in evidente contraddizione con quanto si sta paventando invece negli States, innanzi alla più grande crisi occupazionale della loro storia, forse peggiore di quella degli Anni Trenta. Più che affermare che il crollo è terminato mi sento di dire che siamo innanzi ad un rallentamento della caduta. La mia personale view vede infatti un sostanziale miglioramento del climax finanziario a livello interbancario dovuto soprattutto agli interventi di stato ed a un ridimensionamento degli impieghi. Su quest'ultima voce ritengo che abbiano molto da raccontarci tutti i piccoli e medi imprenditori che in questi ultimi mesi oltre ad una contrazione violenta dei loro fatturati, adesso si vedono negato o revocato l'accesso al credito: inutile dire di come tutto questo avrà spiacevoli conseguenze sulla fiscalità diffusa. Qui sta il vero pericolo in questo momento di mercato, ovvero come gestire nei prossimi trimestri il crollo dei fatturati che in prima battuta si riversa in conteziosi occupazionali e successivamente va a ledere la vita intrinseca dell'apparato statale. Vedo infatti che nonostante si possano reperire dati agghiaccianti sulla dimensione della crisi, nessuna forza (o forse bisognerebbe dire farsa) politica si sta preoccupando di come gestire, o tamponare, l'ormai annunciato crollo del gettito fiscale che si sta delineando per l'anno d'imposta 2009. Già alla fine del primo bimestre di quest'anno Bankitalia ha emesso un gravoso monito sulla sensibile contrazione delle entrate, suscitando non poche preoccupazioni su come verranno gestiti le minori entrate. A riguardo per ben comprendere i rischi che si stanno delineando per il sistema Italia (al pari di altri paesi occidentali) mi permetto di riassumere la dinamica evolutiva della fiscalità diffusa, in modo da consentire a tutti di voi di percepire la reale dimensione della spesa pubblica italiana. Dai dati riferiti alla fine del 2008 possiamo ricavare la

seguinte torta che ripartisce il debito italiano (oltre 1.660 miliardi di euro) in quattro contenitori: 3/4 del debito sono titoli a medio lungo termine (metà dei quali in mano ad investitori non residenti) ed il restante suddiviso in prestiti e debiti a breve termine. Significativo è il contributo della raccolta postale che concorre a finanziare quasi un decimo del debito. Tutto questo montante di debito genera interessi passivi per oltre 80 miliardi di euro, oltre il 5 % del PIL (significa che l'azienda Italia è finanziariamente oppressa e a meno di fenomenali colpi di spugna non vi è possibilità di ripresa, in quanto gli oneri finanziari incidono eccessivamente sulla vita del paese minandone la capacità di ripresa). Lo stato italiano è un'azienda come tante altre con costi e ricavi propri: i costi sono le spese necessarie a mantenere la sua



infrastruttura ed a pagare gli stipendi al personale statale, mentre i ricavi rappresentano le entrate che derivano dall'imposizione fiscale diretta ed indiretta. Il duplice grafico a torta descrive invece come spende e come incassa lo stato italiano, suddividendo per aree di spesa e categorie di entrata. Tanto per iniziare potete notare come le entrate siano superiori alle uscite di circa 15 miliardi di euro, questo statisticamente è in linea delle attese in quanto si verifica regolarmente negli ultimi cinque anni, tuttavia non rappresenta il bilancio complessivo delle spese ed entrate per lo stato in quanto dobbiamo aggiungere anche le voci di entrata e spesa delle partite in conto capitale (come investimenti e contributi alla produzione) che negli ultimi cinque anni sono state sempre superiori ai 50 miliardi, portando quindi l'indebitamento netto ad oltre i 40 miliardi (questo significa che l'azienda Italia ha necessitato negli ultimi cinque anni di almeno 40 miliardi, 43 per essere precisi nel 2008, al fine di essere finanziariamente in equilibrio): questa considerazione spiega perchè il debito pubblico è in continua lievitazione.

Il bilancio dello stato per quel che concerne la fiscalità diffusa pesa circa la metà del debito pubblico a medio e lungo termine, con 666 miliardi suddivisi tra imposte dirette, indirette e contributi sociali: questo fa comprendere l'effettivo carico di oneri a cui sono gravati contribuenti e mondo imprenditoriale. Particolarmente inquietante è il peso che ha il welfare italiano sul PIL (ovvero il pagamento di pensioni sociali, di anzianità e di vecchiaia) che assorbe quasi il 40 % delle





entrate correnti, a dimostrazione di come ormai il Titanic Italia si stia trasformando sempre più in un cimitero di elefanti. Curiosità: nella voce altre entrate il peso delle accise sugli idrocarburi si attesta a 20 miliardi di euro (in linea con la media degli ultimi cinque anni), mentre raddoppia decisamente il contributo apportato da lotto e lotterie, passando dai 6 miliardi del 2003 ai 12 del 2008. La voce di spesa più interessante in termini di analisi per macroaree è relativa agli stipendi del personale, oltre 170 miliardi, suddivisa in 94 miliardi per il personale delle amministrazioni pubbliche ed in 78 miliardi per gli enti locali e previdenziali (gli impiegati e dirigenti di INPS & Company costano nemmeno 4 miliardi). Focalizzandosi sulle spese per il personale per tenere in piedi gli apparati ministeriali si scopre quanto segue (guardate la torta): Pubblica istruzione, difesa e ministero dell'economia rappresentano oltre il 70 % della spesa per stipendi all'apparato statale (fa riferimento al ministero dell'economia per esempio tutto il corpo della Guardia di Finanza). Da una attenta analisi si palesa come la voce riferita un tempo alla "sanità" sia del tutto inconsistente: nella fattispecie il nuovo Ministero della Salute e del Lavoro risulta semplicemente coordinare e gestire l'Istituto del Servizio Sanitario Nazionale, il quale eroga prestazioni sul territorio attraverso enti locali quali le aziende ospedaliere (facenti parte del bilancio delle amministrazioni locali e non centrali). Pertanto il peso della cosiddetta sanità pubblica (almeno dal punto di vista dell'onere occupazionale) deve essere estrapolato dai 78 miliardi di cui si menzionava precedentemente: per ragioni espositive me ne occuperò in un prossimo

redazionale.

Sulla base di quanto sino ad ora esposto proviamo a fare una disamina sullo scenario dei conti pubblici italiani, se le entrate caleranno in proporzione al crollo del PIL possiamo stimare un gettito minore di 20/25 miliardi rispetto al 2008, senza considerare che ci sono piccole e medie imprese che stanno valutando addirittura di chiudere per sempre la propria attività (a mio avviso

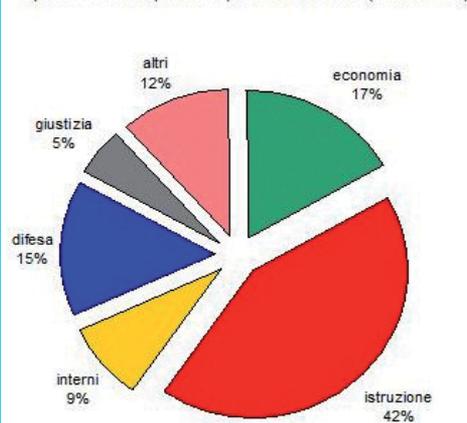
stanno percorrendo la strada migliore). I costi di esercizio dell'azienda Italia purtroppo sono difficilmente negoziabili, rispetto magari a un'azienda industriale che può chiedere l'intervento della Cassa Integrazione Guadagni o meglio ancora ridefinire parte dei propri costi industriali come gli oneri di manodopera. Non è possibile delocalizzare gli insegnanti delle scuole italiane e né diminuire le prestazioni del servizio sanitario o il pattugliamento del territorio da parte delle forze dell'ordine. Ad ottobre pertanto bisognerà pensare dove iniziare a tagliare oppure come raccogliere velocemente 40/50 miliardi di euro, in questo senso abbiamo in pole position il prossimo condono per il rientro di nuovi capitali oltre frontiera, il quale se produrrà i risultati finanziari attesi non farà altro che spostare in avanti il problema. Le uniche aree di spesa sulle quali è possibile intervenire velocemente sono rappresentate dagli oneri sul debito pubblico, che se fossero semplicemente la metà degli attuali permetterebbero un avanzo netto annuale di oltre 40 miliardi, significa che ogni anno lo stato italiano avrebbe 40

miliardi (quasi il 3 % del PIL) da poter spendere per abbattere ancora il montante di debito residuo oppure per politiche sociali con interventi a pioggia sul territorio. Considerando che metà del debito a medio lungo termine è in mano ad investitori non residenti potrebbe essere proposta una qualche forma di congelamento degli interessi al fine di limitare l'onere finanziario: questa affermazione vi potrà sembrare azzardata o ridicola, tuttavia la matematica ormai non lascia molto all'immaginazione per quanto abbiamo sin'ora trattato. Ricordo che quando l'Argentina dichiarò il proprio default (ovvero impugnò il proprio debito), il rapporto debito/PIL si attestava oltre il 120 per cento ed i 3/4 del debito erano sottoscritti da investitori esteri. Alla fine del 2008 il rapporto debito/PIL italiano era al 105 per cento: ora considerando che al momento in cui scrivo, questi dati riguardavano più di sei mesi fa, mentre oggi sappiamo che il debito pubblico italiano si attesta a 1.750 miliardi di euro e le proiezioni sul PIL italiano parlano di una contrazione superiore al cinque per cento (visione ottimistica), mi verrebbe da dire che il debito/PIL italiano per la fine del 2009 potrebbe stimarsi oltre il 115 per cento.

Ognuno di voi pertanto tragga le relative conclusioni: almeno questi sono dati contabili oggettivi che non possono essere smentiti o tacciati di catastrofismo. Purtroppo anche per il nostro paese si delinea sempre più il cosiddetto scenario argentino ovvero uno scenario per il paese con un'economia debole e una moneta troppo forte che porta alla perdita di competitività e al continuo ricorso all'indebitamento. Non mi stupirei se venisse paventata anche una superpatrimoniale improvvisa sui depositi con prelievi coatti per tamponare il più possibile l'emorragia finanziaria che si sta delineando per i prossimi semestri (vi ricordo che già nel 1991 il Governo Amato si inventò il prelievo del 6 per mille su tutti i depositi dalla sera alla mattina).

Altre soluzioni che consentano di risolvere velocemente quanto sollevato non ne vedo, a meno di iniziare a tassare la prostituzione o ridefinire la spesa di rappresentanza popolare (dal consigliere comunale all'europarlamentare passando dal dirigente dell'ASL). Su queste considerazioni intravedo pertanto un clima politico da ottobre rosso per il nostro Paese con l'attuale governo che potrebbe esporsi ad una improvvisa destabilizzazione politica a causa della continua cantilena messa in onda ogni giorno sul tubo catodico del tutto va bene a fronte di un peggioramento ingestibile dei conti pubblici.

Stipendi Pubblici: Ripartizione per Aree Ministeriali (94 MLD Euro)



Dal G8 "nuovo" comandamento per la finanza mondiale: non rubare

Il recente G8 si è chiuso con la consueta dichiarazione corale di successo. Dalla lettura attenta dei numerosi documenti redatti in quella sede emerge, sopra ogni altro aspetto, l'importanza dell'avvio del "legal standard" tenacemente voluto e preparato dagli italiani assieme ad altre organizzazioni internazionali ritenute necessarie per conferire ulteriore credibilità al documento stesso. Perché il più importante? Perché il tema più scottante sul tappeto era ed è la sopravvivenza del sistema finanziario ed economico dell'Occidente oggi precariamente appeso alla credibilità dei bilanci pubblici e delle banche centrali dei maggiori paesi del Mondo (appunto il G8). Ma anche perché la locuzione scelta evoca una riedizione del gold standard che ha regalato all'umanità un periodo di stabilità finanziaria che, evidentemente, il legal standard si prefigge di non far rimpiangere. Infatti si vuol far pensare che delle regole possano sostituire, nel compito di stabilizzare i mercati, la certezza offerta dall'oro nei tempi che precedettero la prima guerra mondiale. Purtroppo quando poi si vanno a vedere nel dettaglio quali sono le regole cui è stato demandato un compito così ambizioso si scopre che i dodici comandamenti sui quali i mercati futuri dovrebbero far riposare le proprie certezze non sono altro che le buone pratiche della pubblica

amministrazione e della grande impresa: le stesse buone pratiche che da sempre avrebbero dovuto caratterizzare ogni azione della mano pubblica; buone pratiche che per dirla con un autorevole commentatore (Rossella Bocciarelli Sole 24 Ore del 7 luglio pag. 2) si potrebbero compendiare nel comandamento "non rubare".

Certamente è un passo avanti epocale il fatto che ci si decida finalmente di porre al



centro dei futuri intendimenti della pubblica amministrazione quello di "non rubare", ma altresì è certo che non basta, bisogna anche essere all'altezza del compito e quindi ipotizzare soluzioni ben più alte, ben più ampie e ben più innovative. Diversamente cosa dobbiamo dedurre da questi comandamenti? Che il mancato rispetto di queste regole ha prodotto la crisi? Che la crisi è stata il frutto della spiccata propensione delle pubbliche amministrazioni

di tutto il mondo a rubare? Certamente la cattiva amministrazione è stata una componente essenziale dell'attuale situazione però questa chiave di lettura e quindi questa exit strategy o addirittura questa ipotesi di definitiva soluzione del problema, appaiono riduttive; quindi il tema è troppo importante per essere affidato agli estensori dei dodici punti così culturalmente limitati: il G8 sarà pure animato dalle migliori intenzioni ma è anche costituito da tanti che hanno contribuito attivamente o passivamente alla creazione della crisi stessa. Anzi, a ben vedere, proprio le grandi concentrazioni economiche sono state il brodo primordiale di creazione delle bolle e quindi delle costituenti la crisi. Non possono essere loro a gestire la nascita del nuovo modello di sviluppo.

Nel frattempo, per colmo dell'ironia, Goldman Sachs dichiara, oggi 15 luglio 2009, per la serenità dei suoi stakeholders, di aver racimolato (grazie alle politiche finanziarie espansive finanziate dai contribuenti e dalle banche centrali) il maggior utile trimestrale della sua storia utilizzando nuovi software capaci di lucrare su trading a brevissimo termine (eufemismo per dire: speculazione pura); con buona pace di ogni comandamento e di chi la ricchezza la produce ancora con il sudore, magari pagando le tasse e rischiando spesso la pelle.

Canio Trione

Tempesta: "Fare l'agente non è sempre una fortuna"

Per trovare il lavoro che risponde alla propria vocazione ci vuole spesso perseveranza ma anche un pizzico di fortuna. In questo senso l'esperienza di Giuseppe Tempesta può essere considerata una eccezione alla regola. Un'esperienza cominciata per caso e poi un episodio sfortunato che ha spianato la strada a una decennale carriera.

Ci può raccontare cosa è successo?

"Tornato a Terlizzi in cerca di lavoro dopo il militare a Torino, provai ad affiancare un agente di prodotti per la casa e igiene persona. Alla mia prima uscita a causa di un problema fummo costretti ad andare da un cliente di Brindisi con la mia auto.

Durante la trattativa furono necessari più campioni, così tornai in auto a prenderli. Mi affrettai e non la trovai più nel parcheggio, mi allarmai ma tornai dal cliente.

Alla fine sottoscrissi il contratto e tornato con calma in cerca dell'auto constatai amaramente che l'avevano rubata. Fui costretto a tornare a casa in treno.

Quando raccontai la storia al mio responsabile non mi rimborsò l'auto ma mi assicurò un contratto di lavoro con macchina aziendale...". Oggi Tempesta racconta questa storia con il sorriso di chi ha scoperto attraverso quella tragica esperienza l'importante vocazione di agente di commercio, titolare di agenzia plurimandataria che rappresenta fra le altre Madel, Eurofir italia e Rotocart.

Dopo quello sfortunato episodio la strada è stata in discesa?

"Non è stato un percorso semplice. Dopo quell'episodio con l'auto ho avuto una zona senza clienti da battere a tappeto. I primi giorni è stata dura, non lavorando più con un collega ho imparato tutto da solo e grazie alla mia forza di volontà sono riuscito ad andare avanti. Nel 1981 ho accettato di lavorare per la Guaber, che tra i brand principali ha Antica Erboristeria e Vape. Dopo cinque anni e un buon portafoglio clienti, ho ricevuto una raccomandata con la quale mi si comunicava che tutti i clienti top sarebbero stati gestiti da un account e il mio lavoro sarebbe stato ridimensionato. Non ho accettato questa trasformazione e nonostante le incognite che mi si paravano davanti ho lasciato l'azienda e sono tornato sul campo a fare l'agente di commercio con un'azienda di autolucidante per le scarpe e poi per la Rotoloni regina, con cui ho lavorato fino al 2001".

Cosa è cambiato nel suo lavoro nel corso degli anni?

"Il rapporto con l'industria completamente. La priorità di un'agenzia non è più solo quella di vendere il prodotto ma è quella di gestire i problemi e portare avanti il lavoro offrendo dei servizi. Ma ciò che non è cambiata è la passione per questo lavoro, o ci credi o lavori con il cuore o non vai avanti. C'è anche chi ritiene che

nostro lavoro sia destinato a finire, perché le aziende sceglieranno sempre di più account, ma io non penso andrà così, l'agenzia è in grado di dare sempre servizi aggiuntivi e seguire clienti".

Michele de Sanctis



L'agente Giuseppe Tempesta

Quali servizi supplementari offrite?

"Il nostro ufficio si occupa della gestione curata e attenta dei clienti e delle aziende offrendo merchandising, caricamento a scaffale e altre successive verifiche.

Il tutto anche grazie all'ingresso in agenzia di mio figlio Ivano che mi aiuta nella gestione sia della Gd che nella distribuzione organizzata pugliese".

Quali sono i rapporti con la Ingresso levante?

"Tutto è partito anni fa nel supermarket a Corso Umberto, è stato un crescendo di sinergie nel rispetto dei ruoli".

Obiettivi futuri?

"Sono ancora giovane...c'è ancora da combattere e del lavoro da fare per trovare altre aziende. Poi mi occuperò di dare continuità nella gestione dell'agenzia. Non si può mai stare fermi, seguono aziende che potrebbero diventare importanti. Mi muovo con il mercato che è in continua evoluzione e quindi anche noi dobbiamo esserlo".

La parola ai clienti



Diego Onorati

Gestisco assieme ai miei fratelli un supermarket a Ripi, vicino Frosinone. La convenienza del vostro Cash è il motivo per cui da quattro anni faccio spesa da Migro, solo in questo modo posso proporre anche ai miei clienti offerte impeditibili. Ricevo sempre una buona accoglienza dal personale e anche ottimi consigli.



Teresa Belloccio

Ho scoperto da un paio d'anni il Cash di Livorno e per il mio alimentari a Viareggio mi trovo molto bene. Vengo qui ogni due settimane e un po' più spesso in estate perché si trova di tutto e i prezzi sono molto competitivi solo così risentiamo meno della crisi, in quanto anche noi siamo costretti a tagliare i prezzi.



Marco Salerno

Anche se l'assortimento dei vostri prodotti freschi non è a livello del resto delle referenze devo dire che i prezzi sono sempre imbattibili! Quindi continuo a preferire il vostro Cash a Corigliano d'Otranto. Ho provato anche i vostri prodotti a marchio e ora anche i miei clienti stanno apprezzando la scelta.

Crispo: un'azienda dalla dolce tradizione

Marco Fiorentino

La parola confetto deriva da "confectum", participio passato di conficere, ossia preparato, confezionato.

Nel Medioevo ci si riferiva con questo termine alle confetture o alla frutta secca ricoperta di miele, non al confetto così come lo conosciamo oggi. Ma allora quando nasce il confetto? Secondo alcuni storici la nascita del confetto risale al 1200 periodo in cui mandorle anici e altro, venivano ricoperti da uno strato di miele indurito. Questi dolcetti erano molto apprezzati dalle famiglie nobili che di solito li conservavano in preziosi cofanetti decorati che successivamente avrebbero dato vita alle bomboniere (circa due secoli più tardi).

Di tali prodotti si ha notizia a Venezia a partire dal 1200 (come già evidenziato) dove arrivavano dai mercati dell'estremo oriente, era, infatti, in uso nell'impero bizantino gettare questi dolcetti dai balconi nobiliari sul popolo festante durante i festeggiamenti carnasciali.

Ma se andiamo ancora più indietro nel tempo secondo alcuni l'origine dei confetti è da far risalire addirittura al periodo romano, quando per festeggiare nascite e matrimoni si usava lanciare dei bon bon realizzati con anime di mandorle, miele e farina. Se parliamo di confetti in Italia, c'è un marchio leader nel settore che negli anni ha saputo farsi conoscere anche all'estero. Stiamo parlando di Crispo.

L'azienda nasce a San Giuseppe Vesuviano nel 1880 e pare che il momento di svolta sia avvenuto nel 1945, anno in cui il sig. Michele Crispo ha trasformato una grande bottega artigianale in una vera e propria azienda puntando su una capacità produttiva diversa che ha portato a un numero di vendite superiori.

Il prodotto più performante, ancora oggi, è il confetto ma la mentalità imprenditoriale della famiglia Crispo ha permesso di fidelizzare maggiormente i propri clienti e di arrivare anche alla grande distribuzione

poi.

Sono passati 30 anni da quando Michele Crispo decide di produrre il primo uovo di pasqua CRISPO. Il successo di questa iniziativa ha portato i figli, Gianfranco e Saverio, che ad oggi dirigono l'azienda insieme al padre, a produrre anche tavolette di cioccolato e praline, lanciate sul mercato otto anni fa. Oggi l'azienda è anche licenziataria ufficiale del Napoli calcio per le uova pasquali.

L'immagine e la comunicazione in tutte le sue sfaccettature ha incrementato la notorietà del marchio CRISPO già per altro noto in Italia e all'estero, difatti, 25 anni fa l'azienda decise di investire in spot pubblicitari che ancora oggi sono in onda su canali nazionali e privati.

Ma cosa è cambiato

nel tempo? La globalizzazione ha stravolto il panorama aziendale? Come si è rapportata l'azienda nei confronti della concorrenza e come sta affrontando questo periodo di crisi? A tutte queste domande ha risposto Gianfranco Crispo, direttore commerciale dell'azienda. "La concorrenza è rappresentata solo dagli artigiani locali che propongono prezzi differenti rispetto ai nostri ma il marchio è anche sinonimo di garanzia. I prodotti Crispo sono certificati e in tutti questi anni abbiamo sempre utilizzato cioccolato puro che ovviamente rappresenta un elemento fondamentale: quello della qualità. Il cioccolato non è un bene di prima necessità e quindi deve essere un piacere mangiarlo". "La globalizzazione non ha stravolto più di tanto la nostra mission anche perché noi puntiamo principalmente alle cerimonie. L'unico problema è che il numero di matrimoni ma anche degli invitati ad una cerimonia è diminuito e questo ha portato a un consumo



Gianfranco Crispo, direttore commerciale dell'omonima azienda

grazie alle produzioni delle uova pasquali prima e di tavolette e praline di cioccolato



Fatturato: € 18.000.000,00

Stabilimenti: 2

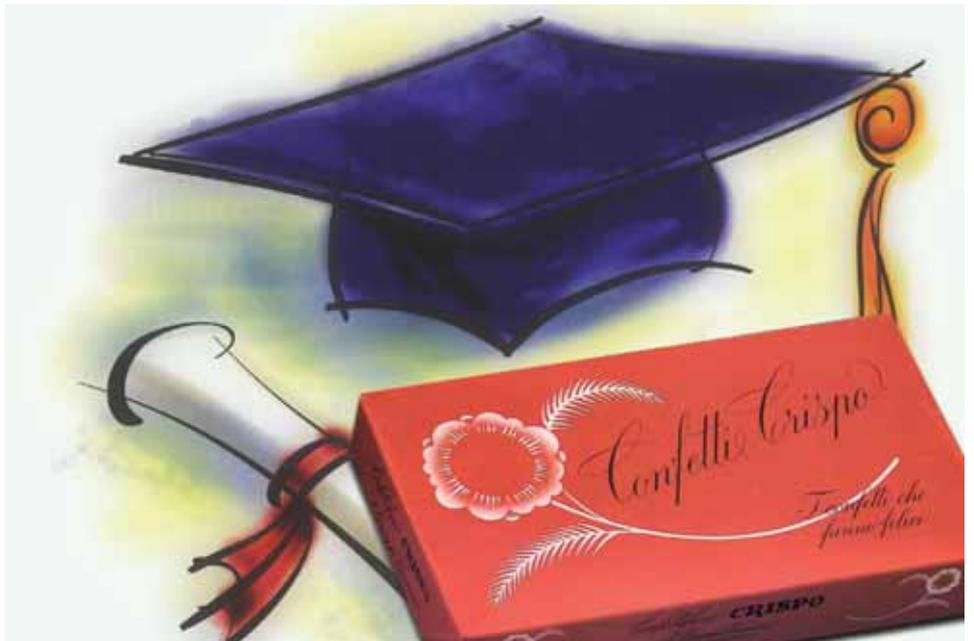
Dipendenti: 60

Prodotto più performante:

Confetto classico

minore di confetti e quindi ad una spesa più bassa per quanto riguarda le bomboniere".

"La crisi, purtroppo, ha interessato tutti i settori ma noi cerchiamo di combatterla proponendo nuovi prodotti che possano incuriosire i clienti. La nostra ultima scommessa riguarda i CONFETTI SNOB. La mandorla si tuffa in un gustosissimo strato di cioccolato al gusto di frutta, cappuccino, latte e miele o caramello. Il tutto ricoperto da uno strato di dolce e profumato zucchero. Siamo sicuri che i vari gusti messi a disposizione del cliente possano soddisfare qualsiasi voglia ed esigenza degli



stessi.". Ma la domanda che nasce spontanea durante il colloquio con Gianfranco Crispo è: Come si fa a diventare un buon imprenditore? "Ci vogliono grandi sacrifici. Mio padre ha investito parecchio nell'azienda. La crescita è stata continua e noi stiamo seguendo la sua scia. Ma non pensate che sia tutto semplice. Bisogna circondarsi di validi collaboratori, attuare strategie aziendali vincenti e soprattutto credere nel proprio prodotto. Penso che il nostro punto di forza sia la fantasia e la flessibilità. Questo penso valga per la maggior parte degli imprenditori Italiani che hanno la capacità di adattarsi alle esigenze e alle richieste dei clienti affinché questi possano sempre essere soddisfatti. In altri paesi non sono certo così flessibili".



Cresce in Italia il mercato delle privat label

Francesco Dente

Gli inglesi le chiamano "private label". Gli italiani marche private. Cosa sono? Sono i prodotti commercializzati con il nome del distributore anziché del produttore. Etichette, questa è la traduzione in italiano della parola "label", che rappresentano il sigillo del supermercato o del cash and carry sugli articoli proposti agli acquirenti. Nel caso della linea Migro, ad esempio, zucchero, olio o farina, solo per citare alcuni esempi.

Prodotti, è questa la notizia, che in Italia guadagnano sempre più spazi e consensi. Come emerge dall'ultimo rapporto, il quinto, curato dall'Osservatorio sulla marca privata elaborato dal professor Guido Cristini, professore ordinario di Marketing dell'Università di Parma. Nel 2008 le quote sono aumentate dell'1% passando dal 12% al 13% del totale delle vendite a largo consumo. Un incremento che non ha uguali nei tre anni precedenti.

Dal 2005 al 2007, infatti, sono cresciute solo di alcuni decimali. Cifre, dunque, con lo zero seguito dalla virgola che sommate fanno quell'1% raggiunto solo nell'ultimo anno preso in considerazione. E' bene, tuttavia, dare un'occhiata al giro d'affari per rendersi conto delle somme in ballo. Il fatturato generato dalle marche private negli iper e nei supermercati (escluso il fresco a peso variabile) è stato di circa 5 miliardi di euro. Una cifra che nel complesso

distributivo sale a quasi 8 miliardi.

Dati ancora più interessanti se si considera che nel corso dell'anno il 90% dei consumatori italiani ha acquistato almeno un prodotto di marca privata (o commerciale).

Lo studio dell'Osservatorio riporta dati anche sull'evoluzione delle vendite sia in valore che in un'unità di prodotti. Per quanto riguarda il valore economico: mentre le marche commerciali sono cresciute del

l'incremento maggiore è del reparto "fresco" con quasi il 16% e della "drogheria alimentare" (oltre il 10% rispetto al 2007). Altro spunto di riflessione importante è fornito dai dati sulle tipologie delle marche commerciali. L'85% delle vendite di private label è a vantaggio della marca dell'"insegna" seguita dalla categoria "primo prezzo". Anche in questo caso, però, ci sono delle novità sul fronte delle percentuali di crescita nel raffronto con l'anno precedente.

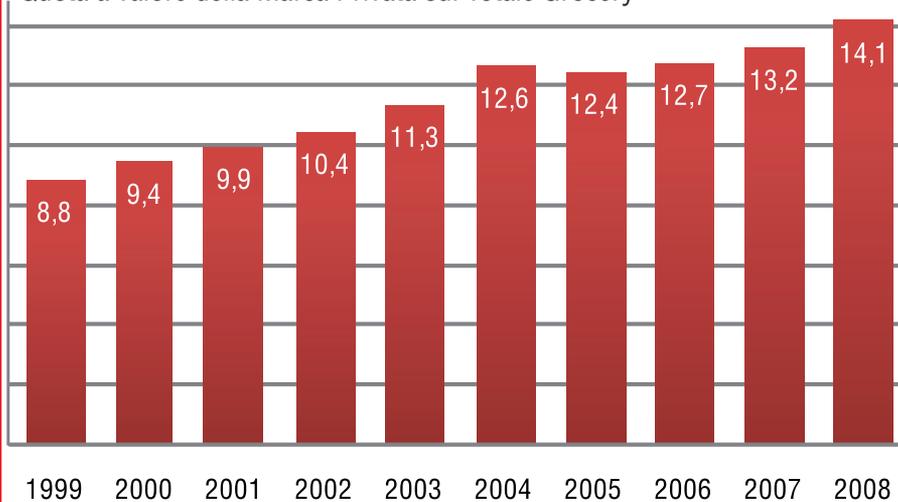
Crescono gli estremi. Il trend più positivo interessa infatti le tipologie "premium" e marca di "primo prezzo". Se si guarda il valore economico la prima è aumentata del 56% mentre la seconda del 12%. Ma dove avvengono gli acquisti di marche commerciali? La grande distribuzione si contrassegna per un maggiore dinamismo rispetto ai supermercati di vicinato. Cifre, ad ogni modo, non molto distanti. Se nel totale degli ipermercati il balzo

in avanti nel 2008 è stato del 14,4%, nei supermercati ha toccato il 12,8%. Ultimo approfondimento: il profilo del consumatore di marche private. E' un acquirente, spiega la ricerca, con queste caratteristiche: appartiene al ceto medio; manifesta una crescente disaffezione per le marche industriali; privilegia, durante le compere, le formule moderne; ha un buon livello di studio; è più presente al centro-nord.

Un consumatore, dunque, razionale e informato.

LA MARCA PRIVATA - Totale Grocery

Quota a valore della Marca Privata sul Totale Grocery



13,1%, quelle industriali del 5%. Meno della metà, dunque. Sorprendente, invece, la crescita delle unità di prodotto. Il private label segna un più 9,3% contro lo 0,95 dei marchi industriali. Ma quali sono gli articoli più venduti?

La parte del leone la fanno i prodotti "pet care", cioè per gli animali domestici, col 21%. Seguono il "fresco" e "freddo" al 20,4% e la "cura della casa" al 16,5%. Fanalino di coda le bevande col 7,1%. Il rapporto, tuttavia, segnala che intermini di trend

Dal 1869 ininterrottamente, l'azienda ha operato nel campo delle costruzioni.

IMPRESA COSTRUZIONI

PATTACINI

STRUTTURE PREFABBRICATE

FOGGIA - VIA BARI CAVALCAVIA - Tel. 0881 - 630022/3

Il successo dei prodotti a marchio Migro: la qualità al giusto prezzo

Michele de Sanctis

Lo spostamento del baricentro dalle grandi marche alle private label è in corso in tutte le catene, soprattutto nell'ultimo anno, premiando i prodotti a marchio storici che nel tempo si sono affermati e hanno trovato la giusta fidelizzazione. Un'intuizione che da oltre dieci anni caratterizza anche Migro, con un assortimento di oltre cento referenze nei Cash and Carry su tutto il territorio nazionale. "Si tratta dell'etichetta premium dell'azienda nata dall'esigenza di affiancare allo storico marchio Amato una nuova linea con una sua precisa identità in grado di soddisfare le esigenze del cliente che ci chiedeva un prodotto di qualità a prezzi competitivi", spiega Onofrio Visaggio, oggi buyer affermato che cura da anni i rapporti con alcune aziende fornitrici.

"Le prime linee inaugurate sono state quella dei rossi, pomodori pelati, polpa di pomodoro e passata di pomodoro, l'olio d'oliva e di semi, i legumi, lo zucchero e la farina. Negli anni l'assortimento è cresciuto, in molti casi i rapporti con alcune aziende si sono consolidati, il cliente ci ha premiato tanto che registriamo una costante crescita".

Qual è il segreto di questo successo?

"Per mettere il nostro marchio sul prodotto esigiamo la giusta qualità delle materie prime ma anche prezzi competitivi. Per questo effettuiamo indagini di mercato e selezioniamo le aziende che ci garantiscono queste caratteristiche. Una grande forma di risparmio è costituita dal taglio sui trasporti, per questo cerchiamo aziende locali, in questo caso valorizzandone le produzioni, o aziende che operino facilmente le consegne su tutto il territorio nazionale. Ma una leva importante è anche la varietà nell'assortimento e nei formati. Se si guarda al solo riso abbiamo cinque varietà e 10 confezioni diverse. Infine l'ultimo elemento è il packaging accuratamente ricercato, curato esclusivamente dall'ufficio grafico della casa editrice "la Città".

Quali sono i prodotti più performanti?

"Le referenze del comparto alimentare sono quelle senza dubbio più richieste. Se guardiamo allo scorso anno complessivamente nella linea dei rossi abbiamo venduto oltre 2,5 milioni di pezzi,



Il buyer Onofrio Visaggio e la vetrina con alcuni prodotti Migro

per lo zucchero ci siamo fermati a quasi 3 milioni di pezzi, ha raggiunto il milione quella dell'olio, poco meno per le linee di riso e farina mentre con il latte abbiamo superato i 600 mila litri".

Si può svelare qualche azienda fornitrice?

"Sono davvero molte, tanto che sono distribuite tra i diversi colleghi. Si può citare sicuramente la Olitalia, che da anni ci rifornisce, poi ci sono Eurofir, Coelsanus, La regina del pomodoro, Riseria Mittino, Amoruso, Centro latte Bonizzi, solo per fare alcuni esempi".

Su quali mercati arrivano i prodotti Migro?

"Sicuramente in Italia nelle aree dei nostri Cash. I nostri clienti poi sono per noi dei moltiplicatori perché in quanto gestori di esercizi commerciali riportano nei loro punti vendita i nostri prodotti. Ma c'è una grande domanda dall'Albania alla Grecia e in espansione negli altri paesi dell'est. In questo modo proponiamo il Made in Italy attraverso i canali del largo consumo sui mercati stranieri".

Obiettivi futuri?

"Naturalmente ampliare la gamma delle referenze sia nel settore food che no food. Per questo motivo valutiamo sempre le offerte di nuovi fornitori che mantengano inalterato l'ottimo rapporto qualità/prezzo".

Pochi in Italia ne sono consapevoli, ma nel XXI secolo il mondo sembra destinato a convivere con una nuova grande potenza: il Brasile.

Quando si parla di Brasile, sovente lo si collega ad un'iconografia fatta di calcio, samba, carnevale, ballerine, favelas: queste immagini, come tutte quelle che derivano da pregiudizi e stereotipi, non rispondono più al vero. Pochi, stringati dati, bastano a dare un'idea di cosa sia diventato e, soprattutto, di cosa stia diventando il paese guidato da Luiz Inácio da Silva, detto Lula.

Stiamo parlando della nona economia del mondo con 1.835 miliardi di dollari Usa di Pil, una crescita che si è attestata intorno al 6% negli ultimi anni, nonostante sia previsto un rallentamento nell'ordine del 2,5% nel 2009 a causa della frenata globale.

Il potenziale industriale si basa soprattutto sulla produzione di minerali ferrosi di cui il Brasile è il maggiore produttore al mondo, sul commercio del caffè, zucchero ed etanolo, senza considerare che il Paese è il maggiore esportatore al mondo di soia, pollame e carne, è il terzo produttore mondiale di aerei per aviazione commerciale e maggiore produttore mondiale di aerei per aviazione regionale.

L'economia dinamica, il grande potenziale del mercato interno, le riserve di petrolio e gas, le esportazioni diversificate fanno del Brasile un paese in costante crescita.

Mentre i paesi sviluppati continuano a smaltire le ramificazioni della crisi dei subprime e la conseguente crisi del credito, le banche brasiliane hanno finora tratto beneficio dalla loro limitata esposizione ai turbolenti mercati internazionali e continuano a mostrare una forte crescita dei guadagni, una qualità costante dell'attivo e impieghi in aumento.

Grazie a questo scenario più stabile, il Paese è stato capace di costruire un solido mercato interno e una forte base industriale. Tuttavia sussistono le contraddizioni di sempre, con uno sviluppo economico che non riduce le disuguaglianze: il reddito medio è ancora relativamente basso, intorno ai 14 mila dollari e soprattutto, la ricchezza è ancora concentrata in poche mani, nonostante durante la Presidenza Lula, si sia assistito ad un calo del 20% della popolazione che vive al di sotto della soglia di povertà e all'espansione della classe media, la quale, diventando parte attiva dell'economia accedendo al credito ma soprattutto **a c c r e s c e n d o** i

Brasile, crescita a ritmo di samba

Giovanna Poli

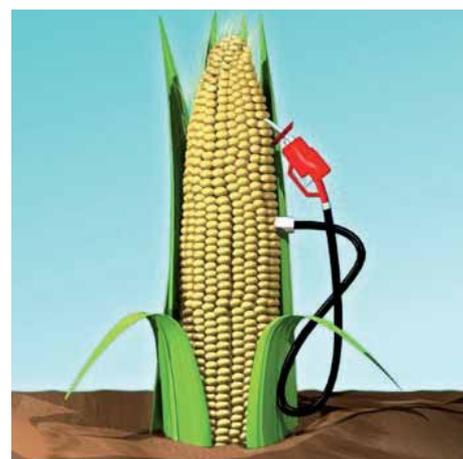


Veduta panoramica di Rio de Janeiro, in basso alcune delle maggiori risorse del Brasile e il presidente Lula



consumi, costituisce un forte supporto alla crescita economica.

Questo basta a dare l'idea di come nel Brasile si sia spezzato il circolo vizioso del



sottosviluppo che solo alcuni anni fa sembrava una condanna senza appello.

A livello geopolitico, la crisi dell'egemonia Usa, ha reso necessaria una devoluzione della potenza americana anche su base regionale dove non vi è dubbio il Brasile dispone di una condizione privilegiata essendo il principale attore sudamericano.

Dall'11 Settembre, Washington si è impegnata a ridisegnare la geopolitica energetica su scala globale, intendendo, per quanto è possibile, emanciparsi dalla dipendenza dal petrolio e dal gas mediorientale. Va letto in





questa chiave l'asse Usa-Brasile sull'etanolo: i due paesi producono il 70% di tale combustibile, estratto soprattutto dal mais (Usa) e dalla canna da zucchero (Brasile), questo attualmente ricopre circa il 3% della domanda mondiale di combustibili, ma i due paesi contano di farne una commodity internazionale, avvicinandosi alla soglia del 10%, depotenziando in tal modo i grandi produttori mondiali di idrocarburi, compresa la Russia e, nel quadrante panamericano, il Venezuela di Chavez.

L'industria dell'etanolo ha creato nel paese 1,5 milioni di posti di lavoro, più altri 4,5 milioni nell'indotto, dando occupazione soprattutto ai piccoli agricoltori, generando profitti e contribuendo a prevenire l'esodo

dalle campagne, divenendo un prezioso alleato nella lotta contro l'instabilità sociale e politica, e contro le migrazioni disordinate.

Ma le potenzialità delle biomasse vanno oltre la garanzia della sicurezza energetica, i vantaggi economici e sociali, apportano anche un beneficio ambientale riducendo le emissioni di anidride carbonica, contribuendo in tal modo alla lotta contro il riscaldamento globale.

Tuttavia, il destino del Brasile è legato anche al petrolio: è di Gennaio la notizia della scoperta di enormi giacimenti di petrolio e gas nei fondali marini a largo di Rio de Janeiro, una notizia che, seppure con tutte le incognite del caso legate alla entità ancora sconosciuta di tali riserve, proietterebbero il Brasile nel club più

ristretto dei massimi produttori mondiali di greggio.

Risulta chiaro dunque il motivo per cui anche i mercati finanziari puntano sempre più sul mercato brasiliano, che costituisce un mixer ben equilibrato tra l'entusiasmo tipico delle economie in crescita e la solidità che possono offrire Stati grandi dal punto di vista geografico e demografico, ricchi di materie prime e ora anche tra i primi al mondo come Prodotto Interno Lordo. Non a caso il Wall Street Journal ha definito il Brasile "centro finanziario dell'America Latina", ma c'è anche chi è stato precursore di questa tendenza ed è presente nel Paese da decenni con ottimi risultati come la Fiat che ha nel Brasile il mercato principale dopo l'Italia e la Pirelli, la quale ha visto aumentare le sue vendite del 13% in Brasile solo nel 2008 e che proprio in questi giorni ha annunciato che investirà nel Paese altri 200 milioni di dollari nel triennio 2009-2011.

Questo consolidamento economico ha accresciuto anche il peso del paese all'interno della comunità internazionale, dove il Brasile insieme agli altri Paesi dell'area BRIC (Brasile, Russia, India, Cina) non sono più da tempo solo spettatori attenti alle linee guida tracciate da altri, ma protagonisti attivi, coscienti della propria importanza in qualità di Paesi trainanti dell'economia mondiale e come aree ad elevatissimo impatto umano. La vera novità del G8 da poco tenutosi a L'Aquila, è stata proprio la verbalizzazione della necessità di aprire la global governance agli attori emergenti della scena internazionale, che insieme ricoprono una porzione enorme della superficie terrestre, rappresentano il 40% della popolazione mondiale, il 25% del Pil mondiale e posseggono enormi risorse minerarie ed energetiche.

Proprio in funzione della strettissima connessione fra sviluppo economico, popolazione rappresentata e tutte le tematiche relative al clima e al global warming, si è resa palese l'esigenza di allargare il gruppo dei Grandi a 14, comprendendovi oltre ai Paesi dell'area Bric, anche Messico, Sud Africa ed Egitto. I cambiamenti climatici, lo sviluppo sostenibile, le fonti nuove e rinnovabili di energia, il finanziamento allo sviluppo, sono tutti temi sui quali le principali economie emergenti dovranno essere più ascoltate, per il loro riconosciuto peso politico ed economico nello scacchiere mondiale, per la loro capacità di formulare e implementare proposte innovative e rispondere in tal modo alle nuove e molteplici sfide poste al pianeta.

La storia scritta nelle strade e sul web dalle ragazze e dai ragazzi di Teheran

Angela Poli

Cosa succede in Iran? Perché dal 12 giugno 2009 sono rimbaltate sui nostri schermi le immagini della protesta in strada di un popolo che chiede la restituzione di un voto rubato e grida alla dittatura? Cosa sta accadendo e cosa accadrà ancora in quel paese che conta parecchio in Medio Oriente e che rappresenta uno degli interlocutori di prestigio dell'Islam a cui l'Occidente guidato da Obama anche davanti ad un pugno chiuso "tenderà comunque la mano"?

Ma procediamo con ordine. Il 12 giugno si sono svolte le elezioni presidenziali in Iran.

Dopo sole due ore dal voto, veniva annunciata la vittoria schiacciante del candidato Ahmadinejad sul moderato Moussavi, una vittoria subito benedetta dalla Guida Suprema del paese, l'ayatollah Ali Khamenei, come verdetto divino. Ma la gente è scesa nelle

strade sfidando la sua veneranda autorità, per protestare per i brogli che sono subito apparsi eclatanti e persino ingenui nella loro evidenza.

Come ripete la giurista iraniana Nobel per la Pace 2003, Shirin Ebadi, l'Islam non è incompatibile con la democrazia e i diritti civili. Contro la protesta pacifica e senza armi dei manifestanti il neo governo legittimato ormai da buona parte del clero sciita ha lanciato guardie armate, ecco apparire la censura, l'arresto e l'espulsione dei giornalisti, anche stranieri, e il controllo dei telefonini, degli sms e della rete informatica attraverso software sofisticati.

Ma chi è questo "popolo" di Persia che continua a dimostrare e a gridare sui tetti "Dio è grande", "Allah-u-Akbar", come ai tempi della cacciata dello Scià e a mobilitarsi sul web per evadere la censura, la propaganda di regime, la grande bugia costruita da chi si è messo alla guida del

paese in una pericolosa deriva dittatoriale?

Basta osservare le immagini di fortuna che ci giungono di questa "Onda verde" che si muove per le strade, le foto sui siti iraniani dei ragazzi morti in carcere, e soprattutto, quella che è divenuta l'icona di questa battaglia per i diritti negati: Neda Agha Soltan. La ragazza uccisa dai miliziani il 20 giugno mentre camminava per strada a Teheran e divenuta simbolo della resistenza iraniana in un video scioccante che ha fatto il giro del mondo navigando sulla rete. Sì,

Storia dei diritti umani col nostro sangue", leggo su un blog iraniano, e ce ne sono tanti, in lingua inglese e in lingua farsi. Ci sono le foto degli studenti come Omir Reza Mir Zayafi, 25 anni, Sohrab Arabi di 19, bloggers uccisi in carcere in questi giorni senza fornire motivazioni, i nomi degli scomparsi, si pensa almeno un centinaio, gli impiccati sotto falsi pretesti e false confessioni, i genitori attoniti. Il silenzio è sempre complice della dittatura. La manipolazione della verità uno strumento di controllo potentissimo. Scriveva Orwell:

"Chi controlla il passato controlla il futuro e chi controlla il presente controlla il passato" e poi "la libertà è la libertà di dire che due più due fa quattro". Ma la censura ai tempi di internet non è così semplice, e ancora il web con i suoi luoghi deputati allo scambio di idee e informazioni, come Twitter, Facebook, YouTube, Google, si rivela strumento



si tratta per lo più di donne e giovani, una generazione nata dopo la rivoluzione degli ayatollah del 1979 e cresciuta nelle università e con internet, sono loro la maggioranza della popolazione iraniana, frutto anche della politica del "fate figli" all'indomani della guerra sanguinosa contro l'Iraq negli anni '80.

Sono le donne dal velo scomposto, colorato, in jeans e maglietta, con la caparbia dignitosa e impavida di chi non può "valere la metà di un uomo", le donne che sono più della metà dei laureati del paese e scrivono tanto, e pubblicano bestsellers planetari come "Leggere Lolita a Teheran", ad essere picchiate e a ributtarsi nella mischia con coraggio. Non usano violenza ma non smettono di chiedere il rispetto dei loro diritti e continuano a manifestare e a comunicare col mondo nonostante i divieti, i blocchi dei sistemi informatici e le connessioni lentissime. "Qui scriviamo la

democratico, senza bavaglio, che muove dal basso e raggiunge chiunque, in ogni luogo.

Per contro, la decrepita stampa ufficiale iraniana accusa l'occidente e soprattutto "il piccolo satana" britannico di fomentare la rivolta, ma evita di attaccare direttamente gli Stati Uniti per lasciare uno spiraglio a quelle trattative che verranno sul nucleare che serve all'Iran per costruire la bomba atomica alla quale tiene tantissimo. In tutto il mondo aumentano intanto le manifestazioni di solidarietà al popolo iraniano.

Obama ha detto che aspetterà l'Iran, ma non aspetterà all'infinito, in autunno si dovranno tirare le somme e vedremo se la Persia che emergerà da questi mesi roventi mostrerà al mondo una rosa, simbolo della sua battaglia per i diritti umani e civili, oppure ancora un pugno serrato e una politica muscolare, ma, in ogni caso, non sarà più la stessa.

La mente, meraviglioso strumento dalle risorse infinite

Matteo Salvo

Quante volte ci è capitato di dire "non mi ricordo"? E quasi sempre, purtroppo, succede nei momenti meno opportuni. Ma allora, come è possibile riuscire ad immagazzinare le informazioni che ci servono, avendo sempre la certezza di ricordarle?

Quando acquistiamo un nuovo computer o un qualsiasi elettrodomestico ci viene consegnato insieme un manuale d'istruzioni di molte pagine; ciascuno di noi, quando

perché per vincere, non ti devi impegnare minimamente e non c'è affatto quella competizione che ti stimola a tirare fuori il meglio di te.

La Public Agenda Foundation pubblicò l'inquietante risultato di una ricerca condotta all'interno delle aziende: meno di un lavoratore su quattro, disse che lavorava sfruttando pienamente le sue capacità e, di conseguenza, la parte rimanente - oltre il 75% -, disse che poteva essere molto più

di creare collegamenti, la curiosità e l'emozione della scoperta. In questo caso, se potessimo pensare la mente come un'entità di forma sferica, potremmo immaginarla come se venisse bombardata di informazioni. Noi non lo sappiamo, ma stiamo lavorando contro noi stessi. È come se volessimo andare in una direzione con la nostra macchina e, mentre acceleriamo, teniamo contemporaneamente il freno a mano tirato.



Metti alla prova le capacità della tua memoria facendo il test nella pagina www.matteosalvo.com/testmigroinforma

nasce, viene al mondo con uno strumento dalle risorse infinite e dalle capacità meravigliose, ma, - cosa molto strana - nessuno ci fornisce di un manuale delle istruzioni. Inoltre, dal momento che questo strumento è già di serie, e non un optional, a volte non gli si riconosce l'importanza che effettivamente ha e l'attenzione che merita. Si preferisce cercare aiuti all'esterno ricorrendo ad apparecchi elettronici, ad agende o rubriche dando sempre meno responsabilità alla nostra mente. Eppure, quest'ultima, possiede delle potenzialità straordinarie ma, dal momento che non vengono utilizzate, si sente quasi sprecata.

Consideriamo un esempio che possa rendere meglio questo concetto: immagina di praticare uno sport a livello agonistico, quello che preferisci. Ti darebbe soddisfazione vincere contro un avversario che è la prima volta che si mette alla prova in quello sport? Sicuramente no! Questo

efficace.

Sul lungo termine però, non esprimere il proprio potenziale, porta ad uno stato di insoddisfazione costante.

Immagina la sensazione che prova la nostra mente quando le si chiede di cimentarsi in cose che sono di gran lunga sotto le sue potenzialità.

Uno dei metodi più utilizzati per imparare qualcosa è quello di leggere, sottolineare e infine ripetere: può anche dare i suoi risultati ma presenta grandi svantaggi e sicuramente porta via molto tempo. Inoltre, è poco efficace e infatti, nonostante il tempo impiegato, se non si ritorna sull'argomento a distanza di tempo, ci si rende conto che, buona parte di quelle informazioni, saranno sparite. Lo svantaggio più grande è che si tratta di un metodo quasi passivo, un'operazione meccanica dove si cerca di introdurre le informazioni in testa per inerzia, senza sfruttare la creatività, la capacità

È una conseguenza naturale il fatto che la mente cerchi di proteggersi da questa tortura e si chiuda rifiutando quindi le informazioni.

Questo è uno dei motivi per i quali, a volte, al processo dell'apprendimento è associata un'emozione di noia o di difficoltà. Immagina se invece di bombardare la nostra mente, le chiedessimo di aiutarci a comprendere quello che ci interessa. Aniché chiudersi, tenderebbe ad espandersi per conoscere ed imparare nozioni nuove, utilizzando la sua creatività, la sua capacità di collegare tra loro i vari argomenti che sta apprendendo e quelli che già conosce. Si rende conto che, senza il suo aiuto, saremmo in difficoltà e quindi, sentendosi importante, tenderà a dimostrare quanto è in grado di fare! È esattamente la stessa differenza che c'è tra quando facciamo qualcosa perché desideriamo farla e quando invece ci viene imposto di farla.

La conoscenza un vantaggio competitivo

Antonio Pisani

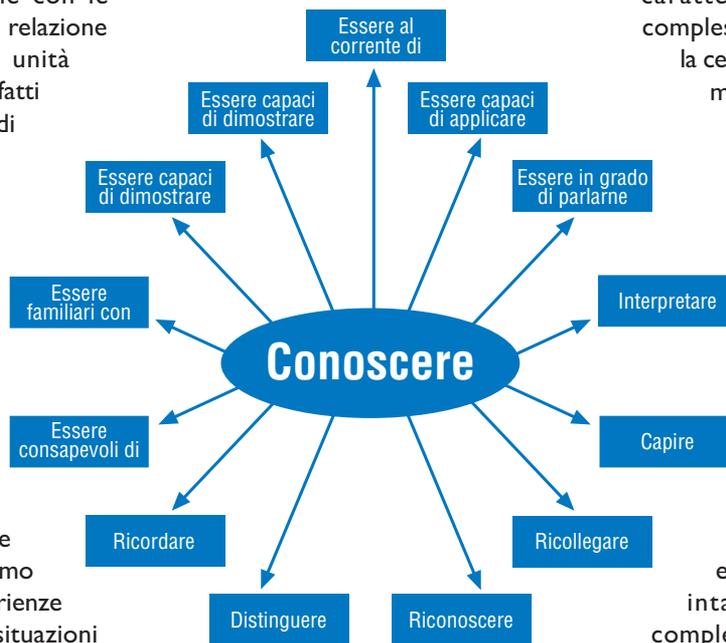
Dopo aver parlato di aperture al cambiamento e dell'importanza dell'informazione, ci apprestiamo da affrontare una nuova tappa del nostro viaggio verso l'efficienza: il valore della conoscenza.

Dare una definizione di conoscenza univoca è impossibile, per coglierne appieno il senso dovremmo prendere in esame i presupposti fondamentali sulla sua natura e origine, ma anche questo non basterebbe. Tuttavia, prima di procedere, occorre fare un'importante precisazione: la conoscenza non coincide né con i dati né con le informazioni, sebbene si trovi in relazione con entrambi. Se i dati sono unità d'informazione che descrivono fatti e le informazioni sono il modo di organizzarli e presentarli, la conoscenza è da intendersi come insieme in continuo mutamento di informazioni di dettaglio ed esperienze condotte che, nel tempo, diventano modelli per valutare ed acquisire nuove esperienze e nuove informazioni. Questo concetto, che in prima battuta può sembrare complesso, in realtà sintetizza un comportamento che nella nostra quotidianità assumiamo di continuo: imparare dalle esperienze cercando di migliorare nelle situazioni future.

L'importanza della conoscenza riveste un ruolo strategico all'interno delle dinamiche di cambiamento che il contesto economico impone alle imprese; in tali situazioni, infatti, il vantaggio competitivo di un'organizzazione risiede proprio nelle competenze delle persone che la compongono. Questo, però, è un concetto

ovvio che anche le aziende sanno ma che si riesce a focalizzare e sfruttare sempre troppo poco. La capacità di una organizzazione di gestire la conoscenza al proprio interno vuol dire saperla catturare, utilizzare, classificare e distribuire: capire dove si trova e cosa sia, darne evidenza e comprensibilità, trovarne ambiti d'uso e applicazione, diffonderla, senza irragimentarla in un processo che ne blocca l'innovazione ed il rinnovamento.

Due aspetti, quindi, risultano evidenti nel



processo di gestione della conoscenza: un aspetto procedurale, classificatorio e distributivo che tende a far sì che tutte le conoscenze strategiche per l'impresa e per i singoli all'interno dell'impresa siano disponibili nel momento e nel posto in cui serve; un aspetto più sostanziale che pone

il problema di comprendere cosa sia conoscenza, di valutarne gli aspetti strategici e di non bloccarne, con la traduzione procedurale, il potere innovativo e le modalità di sviluppo.

Cambiamento e conoscenza sono due aspetti che devono viaggiare sempre in parallelo ed è vietato credere che, in modo statico, il passato possa funzionare nel futuro o che il futuro possa funzionare senza passato: il know-how aziendale unito ai fattori esogeni deve condurre a quel mutamento che oggi più che mai assume caratteristiche tanto rapide quanto complesse che ci portano a credere che la certezza del cambiamento può essere meglio definita come la certezza dell'incertezza.

Quanto finora detto, infine, ci porta a sfatare uno dei falsi miti che negli ultimissimi anni si è diffuso tra gli addetti ai lavori ovvero quello di credere che cambiamento sia semplicemente sinonimo di innovazione tecnologica. Meccanizzare le attività, informatizzare i flussi, digitalizzare le operazioni sono solo una parte del processo di trasformazione da intraprendere; esso deve fondersi con il capitale intangibile dell'organizzazione e completarsi con il knowledge esterno offerto dal mercato.

La ricetta perfetta purtroppo o per fortuna (riuscireste ad immaginare un mondo di imprese perfette!) non esiste; crediamo, tuttavia, che esistano i buoni consigli e le giuste indicazioni affinché le problematiche si affrontino sempre nell'ottica di economicità: massimo risultato, minimo costo.

PROMOMEDIA
PUBBLICITÀ E MARKETING

Target Centrato.
Sempre!

BARI • MILANO • ROMA • PARMA • CATANIA • BUCAREST
www.promomediamedia.it • info@promomediamedia.it



In nero un lavoratore su dieci

Marina Carrozzini

Uno dei diritti dei cittadini, garantito dalla costituzione (o almeno dovrebbe esserlo) è avere un lavoro legittimo e dignitoso, nonché il riconoscimento delle relative tutele, soprattutto per quanto riguarda la salvaguardia della salute e la messa in sicurezza del proprio ambiente di lavoro.

Ovviamente in Italia tale diritto non è assolutamente garantito.

L'industria dell'illegale non sembra conoscere crisi, anzi.

Tra il 2006 ed il 2008 sono stati scoperti circa 770mila lavoratori il cui rapporto di lavoro presentava delle forme di irregolarità e ben 392mila di questi si sono rilevati completamente in nero.

La media del lavoro irregolare in Italia è il 13,4% del totale degli occupati, come dire che un lavoratore su dieci è totalmente sconosciuto all'Agenzia delle entrate, alla Guardia di Finanza e all'INPS.

Nelle regioni del Sud, dove l'evasione è pari al triplo del Nord, il tasso di lavoro irregolare raggiunge il 33%.

Ma il fenomeno riguarda anche province del Centro e del Nord dove il tasso di lavoro irregolare raggiunge anche il 19,3%.

Il lavoro sommerso è ancora una metastasi e in un momento di crisi come questo, in cui si cerca di estendere tutele a chi ne è sprovvisto, non si può pensare di abbassare la guardia nei confronti di un fenomeno che viola diritti e tutele.

Il vero guaio è che l'attività ispettiva sembra essersi ridotta.

Nel 2008 sono state ispezionate 182mila aziende contro le 138mila previste per l'anno 2009.

L'assurdità è rappresentata dal fatto che l'attività ispettiva permette di recuperare risorse per circa 2miliardi l'anno che in questo periodo di crisi non dovrebbero assolutamente essere persi.

Ma non è solo l'evasione fiscale e contributiva la spina nel fianco dell'Italia, ma anche la capacità di recupero di quanto scovato dalla Guardia di Finanza.

Su 100 controlli, solo 80 vengono trasformati in veri e propri accertamenti e

di questi il 70% prende la via del condono o dei vari patteggiamenti.

C'è poco da dire...gli Italiani sono un popolo di evasori sia dal punto di vista fiscale sia dal punto di vista contributivo.

Per ogni 100 euro di imponibile dichiarato, gli italiani nascondono al fisco altri 46 euro.

L'italiano è immerso nel sommerso, per tradizione, per un sistema difficile da controllare, per convenienza e il non seguire le regole diventa un vero e proprio vanto.

Evadere il fisco per l'italiano rappresenta un atto di furbizia di cui vantarsi, e per non ammettere la propria disonestà si giustifica invocando l'esistenza di un sistema spietato ma in realtà trasgredito.

Pagare tasse e contributi è quindi un optional e tra un'evasione e l'altra a breve gli italiani come nel famoso film "Totò truffa", venderanno anche la fontana di Trevi.

Concluderei con una citazione di Dino Barluzzi: "l'onestà nella compilazione della dichiarazione dei redditi viene considerata in Italia una forma di blanda demenza!"

**CONSERVA
LOGISTIC
SOLUTIONS**

TRASPORTI NAZIONALI INTERNAZIONALI - DEPOSITI
Modugno Via delle Fresie n° 6 - Tel. 080.5327751

La corruzione tassa "occulta e immorale" a carico degli italiani

Il fenomeno della corruzione all'interno della Pubblica Amministrazione "è talmente rilevante e gravido di conseguenze" da poter impattare per oltre 60 miliardi di euro all'anno. Si tratta di una vera e propria "tassa immorale e occulta" pagata coi soldi rilevati dalle tasche dei cittadini".

Lo afferma il procuratore generale della Corte dei Conti, Furio Pasqualucci, nel giudizio sul rendiconto generale dello Stato per l'esercizio 2008.

Secondo il procuratore è più che ragionevole temere che il suo impatto sociale "possa incidere sullo sviluppo economico del Paese anche oltre la stima effettuata dal Saet (Servizio anticorruzione del ministero della P.A.) nella misura prossima a 50-60 miliardi di euro all'anno".

Maggiori conseguenze, inoltre, secondo il procuratore vengono prodotte "dalla corruzione serpeggiante nella P.A. sul piano della sua immagine, della moralità e della fiducia che costituiscono un ulteriore costo non monetizzabile per la collettività che

rischia di ostacolare gli investimenti esteri, di distruggere la fiducia nelle istituzioni e di togliere la speranza nel futuro alle generazioni di giovani, di cittadini ed imprese".

Il procuratore generale evidenzia, tuttavia, "l'insufficienza dell'azione repressiva in quanto, prendendo

insistere agendo sui comportamenti, sulle procedure, sulla trasparenza dell'attività amministrativa al fine di prevenire e/o eliminare la probabilità che si realizzino gli eventi corruttivi descritti".

Inoltre prosegue Pasqualucci, il ruolo sempre maggiore che vanno acquisendo i finanziamenti comunitari europei in numerosi settori della vita economica degli

Stati membri "ha spinto il legislatore italiano ad estendere le ipotesi di reato anche alla tutela degli organi dell'Unione europea".

La ripartizione delle denunce per regioni evidenzia che tra le prime cinque regioni per numero di denunce di reati, collegati ai fenomeni corruttivi, compaiono ben quattro regioni del Sud: Sicilia

(13,07%) del totale delle denunce, Campania (11,46%), Puglia (9,44%) e Calabria (8,19%) l'unica regione del Nord e' la Lombardia con il 9,39%.



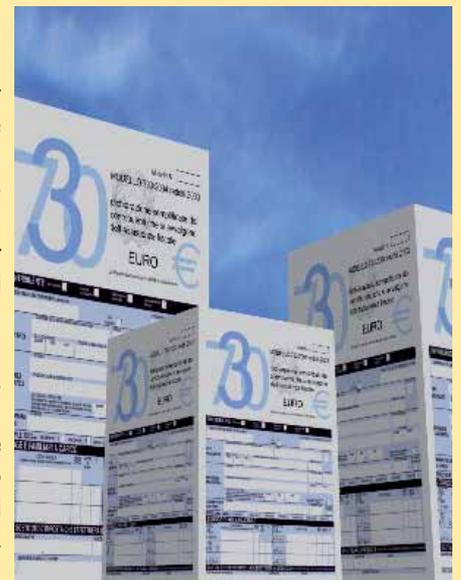
sostanzialmente atto di danni già verificati, costituisce un mero deterrente contro la corruzione scoperta, mentre è sul piano organizzativo che occorre

Nei primi 5 mesi 2009 redditi evasi scoperti +10%

Nei primi 5 mesi del 2009 la Guardia di Finanza ha scoperto redditi nascosti al fisco per 13,7 miliardi, cui devono aggiungersi recuperi di Iva dovuta e non versata per 2,3 mld e rilievi Irap per 8,7 mld, con un incremento del 10% dal 2008 che già rappresentava il consuntivo più alto degli ultimi decenni. I dati sono diffusi in occasione del 235° anniversario di fondazione delle Fiamme Gialle.

La Gdf ha scoperto triangolazioni con paesi "off-shore" e capitali detenuti all'estero per 3,1 miliardi. Le somme incassate dall'Agenzia delle Entrate nei confronti dei soggetti verificati sono in crescita del 28% nel 2008 rispetto all'anno precedente, aggiunge il rapporto.

"La lotta all'evasione fiscale" si legge in una nota "è stata, e lo sarà ancora nel 2009, l'obiettivo prioritario dell'azione della Guardia di Finanza: in linea con le direttive del ministro dell'Economia, Giulio Tremonti, le strategie operative di quest'anno sono state indirizzate verso la selezione dei soggetti a maggior rischio, ossia di quelli che evadono di più nell'ambito delle varie categorie economiche, alla luce dei gravi danni arrecati nell'attuale periodo di crisi non solo al bilancio dello Stato, ma anche in termini di equità sociale, allontanando peraltro la ripresa della crescita".



Legislazione societaria negli USA

Bartolo Di Piero

Prima di iniziare l'attività commerciale con un altro Paese è necessario conoscere la normativa che disciplina le possibili forme societarie e/o di impresa. Infatti ogni società ha dei vantaggi e dei limiti sui quali è necessario riflettere prima di assumere qualsiasi decisione di partecipazione e/o collaborazione.

In questo articolo ci occuperemo della legislazione negli Stati Uniti D'America, da sempre partner commerciale molto importante per il ns. Paese. La conoscenza dei vari tipi di società ivi esistenti è molto importante non solo per gli eventuali investimenti di capitali ma anche per tutelare i diritti di creditore nei confronti di quelle società. Infatti in caso di giudizio, sottoposto al sistema giuridico americano, l'esito della causa e le procedure da adottare dipendono molto dal tipo di società verso cui la causa è rivolta. L'ordinamento societario degli Stati Uniti prevede la possibilità di attivare una impresa commerciale e/o industriale con una delle seguenti tipologie di Società:

Corporation: prima dell'introduzione della "Limited Liability Company - LLC" era

l'organizzazione societaria preferita dalle imprese americane. La struttura della società si basa sulla separazione tra la proprietà e controllo; può essere costituita anche da una sola persona fisica che agisce come socio, direttore ed amministratore. In caso di più soci viene eletto un consiglio di amministrazione (Board of Directors), viene nominato un presidente, un segretario, un tesoriere ed altri funzionari per adempiere alla gestione ordinaria dell'impresa. La struttura azionaria ed organizzativa di una Corporation è specificata nel "Certificate of Incorporation" o "Charter" che deve essere depositato presso le autorità dello Stato. La struttura di una "corporation" è disciplinata ai fini fiscali a

livello Federale ed a seconda dei requisiti può essere classificata come "C" corporation o come "S" Corporation:

"S" Corporation (corrisponde alla ns. società in nome collettivo): è la forma societaria più semplice ed è utilizzata per le piccole imprese commerciali.

Il proprietario ha diritto alla totalità dei profitti ed è illimitatamente responsabile per gli eventuali debiti societari e per gli atti commessi dai dipendenti.

Una "S" corporation non può avere più di 75 azionisti l'unica particolarità è che tutti i soci devono necessariamente essere cittadini americani o legalmente residenti in USA e gli eventuali utili o perdita si riflettono pro-rata nella dichiarazione dei

per le obbligazioni assunte dalla società. Non sono richieste particolari formalità per la sua costituzione, ma è necessario depositare l'atto costitutivo presso ciascuna contea dove la partnership opererà. Non essendo una entità fiscalmente rilevante il reddito prodotto viene tassato a capo dei singoli soci e non della società

Limited Liability Partnership - LLP - (assimilabile alle società in accomandita semplice): i soci (partners) si distinguono in general e limited.

Il "limited" al contrario dei general non partecipano attivamente alla gestione della società e la loro responsabilità è limitata al capitale investito al contrario del "general" che ha una responsabilità illimitata.

Questa forma di società viene utilizzata molto nel settore immobiliare e dell'industria dove necessitano grandi capitali ma la gestione viene affidata a uno ad un piccolo numero di soci per garantire la correttezza operativa. Quasi mai utilizzato per le imprese commerciali dove è preferita la LLC. **Limited Liability Company - LLC** - (società a responsabilità limitata): È stata introdotta nello stato di New York solo dal 1994. La



redditi dei singoli soci;

"C" Corporation (corrisponde alla ns. società per azioni): è un soggetto giuridico autonomo e quindi separato dagli azionisti. La corporation è sottoposta a doppia tassazione: la prima sul reddito prodotto come entità a se stante; e la seconda sugli eventuali profitti, distribuiti come dividendi, che dovranno nuovamente essere dichiarati dal socio azionista.

Una volta costituita in uno dei cinquanta Stati dell'Unione, la Corporation potrà richiedere, pagando una imposta, la possibilità di operare anche negli altri Stati.

General Partnership (assimilabile alle società in nome collettivo): i soci hanno una responsabilità patrimoniale illimitata

struttura organizzativa è molto flessibile e può essere adattata ai diversi obiettivi stabilite dalla società. È diventata molto popolare negli Stati Uniti a seguito dell'introduzione della cosiddetta "check the box" option che consente di poter accedere allo stesso trattamento fiscale delle "partnerships"

I partecipanti alla LLC hanno una responsabilità limitata alla propria partecipazione.

A differenza della "S" corporation un soggetto non residente può essere membro di una LLC, usufruendo dei vantaggi in termini di limitazione della responsabilità e di agevolazioni fiscali che la LLC consente.

Amato



Qualità e tradizione

www.migro.it

Le novità nei Cash and Carry Migro

Santa Margherita

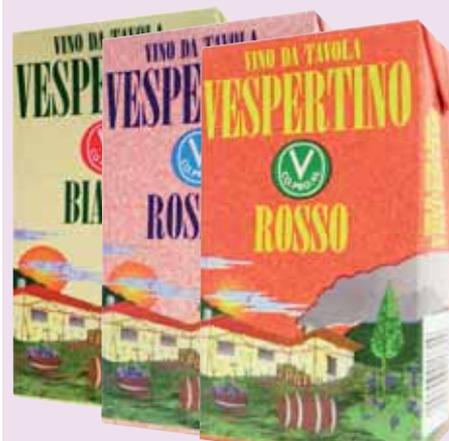
Ottant'anni di storia enologica, ma oltre due secoli di presenza imprenditoriale per l'azienda enologica Santa Margherita di cui presto troverete quattro prestigiose referenze tra gli scaffali dei Cash and Carry Migro. Sarà disponibile il Prosecco Extra Dry Valdobbiadene D.O.C, classico e moderno insieme, segnato da una dosata rotondità e una coinvolgente aromaticità questo prosecco interpreta al meglio le caratteristiche peculiari della tipologia. La Santa Margherita è una delle due aziende italiane a cui è concesso, con decreto ministeriale, di spumantizzare fuori zona di produzione in considerazione della lontana data (1952) di inizio produzione. Il Muller Thurgau Frizzante Vigneti delle Dolomiti I.G.T. che dal 1986 la Santa Margherita si colloca da subito ai vertici qualitativi della tipologia con la delicata aromaticità, tipica del vitigno. Il Pinot Grigio Valdadige D.O.C nato nel 1961 con l'intuizione degli enologi dell'azienda che ebbero la felice intuizione di estendere alle uve color rosato del Pinot Grigio del Trentino Alto Adige la tecnica della vinificazione in bianco, separando immediatamente le bucce dal mosto già dalla fase di pressatura e impedendo in questo modo la cessione del classico (sino allora) color ruggine. E infine lo Chardonnay Trentino D.O.C un vino bianco di pregio che si propone con un nuovo stile, più giovane e fruttato rispetto a quello degli altri Chardonnay.



Cantine Co.Pro.Vi.

Nel 1950 nasceva nel comune di Velletri, grande centro vitivinicolo del Lazio, e più specificatamente del comprensorio dei Castelli Romani, l'azienda Co.Pro.Vi. – Consorzio Produttori Vini di Velletri. L'azienda, con i suoi due impianti di vinificazione, di cui uno ubicato nel territorio di Velletri ed uno in zona Aprilia, ha una capacità di circa 400.000 ettolitri di stoccaggio, oltre a 3.000 ettolitri di botti di rovere per l'invecchiamento del Velletri D.o.c. Rosso Riserva, ed una potenzialità giornaliera di lavorazione uve pari a 20/25.000 quintali.

I mercati esteri dove opera la cooperativa sono: Germania, Svizzera, Inghilterra, Belgio, Olanda, Danimarca, Repubblica Ceca, Costa d'Avorio, Canada, U.S.A., Venezuela e Australia, Svezia, Polonia, Austria, Francia, Brasile, Cina. Nel Cash Migro sarà disponibile il brick da litro del bianco, rosso e rosato.



Morando Spa

La Morando Spa, con i suoi marchi Migliorcane Migliorgatto è da trent'anni in costante ascesa nel settore del Petfood, con un incremento costante di vendite sia sul mercato italiano che su quello europeo ed extra europeo. Migliorcane e Migliorgatto conquistano il consenso di una sempre più vasta clientela, attratta dalla vasta offerta di alimenti sostanziosi ed equilibrati in pratiche confezioni. La gamma Miglior gatto offre una scelta completa di alimenti secchi e umidi per soddisfare le esigenze dei felini con una proposta di ingredienti di alta qualità e un assortimento ricco e appetitoso. Nei Cash Migro saranno disponibili le confezioni di croccantini da 2kg, i bocconcini vitaminizzati di manzo e tacchino da 400gr, e le vaschette da 100gr con salmone e manzo. La gamma Miglior cane rappresenta invece garanzia di qualità con ingredienti genuini che forniscono un nutrimento completo ed equilibrato. Le confezioni disponibili nei Cash Migro sono le crocchette nei formati da 4kg, i bocconcini da 400gr con manzo, tacchino, pollo e le vaschette da 150gr con pollo e tacchino e manzo.



Assumeremo i farmaci attraverso speciali lenti a contatto

Potrebbe esserci un futuro nel quale oltre a compresse e sciroppi, avremo la possibilità di curarci attraverso lenti a contatto che rilasciano medicinali.

I ricercatori della Harvard Medical School stanno lavorando da anni ad una soluzione simile, nella speranza di fornire un sistema di cura più efficace per i pazienti affetti da glaucoma, un disturbo dell'occhio che porta a cecità e necessita di essere curato con costanza e precisione.

Nel suo studio, pubblicato nel numero di Luglio della rivista scientifica *Investigative Ophthalmology & Visual Science*, il Dottor Daniel Kohane afferma che questi nuovi dispositivi sono in grado di rilasciare medicine a dosaggi costanti per lunghi periodi di tempo.

Le lentine 'medicanti' sono realizzate in uno speciale polimero chiamato PLGA e hanno una forma a 'ciambella', contenendo

nella parte laterale i principi attivi e lasciando



la parte centrale scoperta per permettere la visione del paziente: sono allo studio anche lentine graduate.

Kohane e colleghi hanno testato le lentine-prototipo con un antibiotico, la ciprofloxacina, utilizzato per curare le infezioni dell'occhio: negli esperimenti di laboratorio, le lenti a contatto hanno rilasciato esattamente 134 microgrammi di farmaco al giorno per 30 giorni.

Abbastanza per bloccare la crescita dell'infezione.

Le speranze per il futuro? Realizzare un supporto valido per ogni genere di farmaco: magari un giorno le persone affette da diabete indosseranno delle lentine mensili anche di notte, che renderanno un ricordo l'assunzione di insulina a intervalli regolari.

Ci sentiremo dire da un medico: "ha un brutto raffreddore. Si riguardi, e indossi delle lentine di antibiotico per 3 giorni".

<http://blogosfere.it>

Massaggi in spiaggia, no grazie!

Butte notizie per gli amanti del relax totale che già sognavano di cedere alla tentazione di andare al mare e farsi fare un bel massaggio da uno dei tanti ambulanti che popolano le nostre spiagge a questo scopo.

Da oggi lo vieta una nuova Ordinanza firmata dal Sottosegretario alla Salute Francesca Martini Martini "per la tutela dell'incolumità pubblica dai potenziali rischi derivanti dalla pratica di prestazioni presunte estetiche o terapeutiche da parte di soggetti ambulanti".

In particolare - informa una nota - l'ordinanza prevede il divieto di offrire a qualsiasi titolo prestazioni riconducibili a massaggi estetici o terapeutici da parte di soggetti ambulanti al fine di salvaguardare la salute dei cittadini derivante da prestazioni effettuate da soggetti che non sono in possesso di comprovata preparazione e competenza, nonché in luogo non idoneo

allo scopo.

In pratica, le misure adottate nell'ordinanza sottolineano in tale contesto l'assenza dei requisiti di legge sia per quanto concerne gli esecutori di massaggi abusivi a pagamento, che per quanto concerne l'inappropriatezza dei luoghi.

Sarà ora a carico dei sindaci dei litorali italiani il compito di far applicare e rispettare l'ordinanza.

Per quanto riguarda i possibili rischi, il sottosegretario Martini è stato molto chiaro. "Mi preme evidenziare che l'assenza di specifica igiene delle mani può essere veicolo di trasmissione di infezioni cutanee - ha

avvertito - mentre l'utilizzo di oli, pomate ed altri prodotti di ignota provenienza potrebbero generare fenomeni di reazioni allergiche e fotosensibilizzazione della pelle esposta ai raggi solari.

Sottolineo inoltre che esistono patologie, in particolare dell'apparato vasculo-linfatico e osteoarticolare, che possono avere complicanze a seguito di interventi non tecnicamente adeguati.

Anche quest'anno - ha aggiunto - chiedo la collaborazione dei Sindaci dei comuni interessati, oltre che ai gestori di tutti gli stabilimenti balneari, affinché vengano evitate situazioni di rischio per la salute a tutti i cittadini italiani ed ai turisti che hanno scelto il nostro meraviglioso Paese per le loro vacanze".

Non dovesse bastare e qualche massaggiatore o sedicente tale dovesse arrivare davanti al vostro ombrellone, usate il vostro buon senso e rifiutate.

<http://blogosfere.it>



Il miele da millenni il "cibo degli dei"



Utilizzato già mille anni prima di Cristo, il miele era considerato il "cibo degli dei". Gli antichi popoli ne sfruttavano tutte le numerose proprietà: lo impiegavano con scopo curativi o nella cosmesi (come crema, unito all'argilla, all'acqua e alle foglie di cedro) e ne facevano largo uso in cucina. La tipica espressione "luna di miele" nasce appunto da una particolare bevanda (formata da miele, lievito e acqua), chiamata "idromele", che nell'antichità veniva fatta bere agli sposi come augurio per propiziare l'arrivo di un figlio maschio. Il miele è formato quasi esclusivamente da zuccheri e "vanta" un'alta concentrazione di fruttosio. Tra le sostanze dolci esso è l'unico che deve tutte le sue caratteristiche alla natura (piante e api) poiché non subisce alcuna manipolazione da parte dell'uomo, prima di arrivare sulla nostra tavola. Il suo grande vantaggio è di poter fornire all'organismo, calorie prontamente disponibili e non dannose per l'organismo: ecco perché può essere consumato in tranquillità da persone sane e meno, ma soprattutto dagli atleti. Nell'alimentazione di chi pratica sport ad alti livelli, il miele è particolarmente indicato subito prima di uno sforzo fisico e immediatamente dopo, per recuperare le energie impiegate. È molto utile anche per chi non svolge attività propriamente fisiche ma semplicemente "mentali", perché fa bene al cervello e al sistema nervoso, essendo in grado di "controllare" e aiutare l'efficienza



mentale. A maggior ragione, nelle persone deperate (anziani o inappetenti) e malate le proprietà del "nettare degli dei" diventano molto più preziose: quando un malato, per diversi motivi, non è in grado di nutrirsi a sufficienza, una piccola quantità di miele sciolto in un po' d'acqua può restituire energia prontamente. Per questi motivi, il miele è adatto a tutti, tranne a coloro che hanno già nella loro dieta molti alimenti dolci ed è controindicato per le persone che hanno problemi di diabete e per tutti coloro che vogliono intraprendere una dieta ipocalorica. Il suo apporto energetico è di 320 Kcal per 100 gr. di prodotto. Il miele è composto da fruttosio, glucosio, acqua, zuccheri e sostanze diverse, tra cui acidi organici, sali minerali, enzimi e aromi e molte altri. Il miele è un alimento di elevato valore nutritivo, facilmente assimilabile. Il glucosio fornisce energia da poter essere utilizzata immediatamente, il fruttosio viene metabolizzato a livello epatico e costituisce una riserva energetica. È prevalentemente costituito da zuccheri semplici: glucosio e fruttosio in percentuali diverse e tale rapporto è molto importante poiché, ad un elevato rapporto in glucosio corrisponde un'alta tendenza alla cristallizzazione che lo rende un prodotto di facile digeribilità. La cristallizzazione è un processo naturale che dipende soprattutto dal rapporto tra glucosio e fruttosio legati alla temperatura (massima sui 14C°). Se il contenuto di glucosio è elevato il processo sarà più veloce: le basse temperature infatti, lo inibiscono.

Appena estratto il miele possiede tantissime fragranze ma tali caratteristiche tendono a modificarsi nel tempo di pari passo con l'insorgenza di alcuni processi chimici accelerati dalla temperatura di conservazione.

Quali sono i parametri chimici maggiormente presi in considerazione? L'HMF e l'enzima della Diastasi (l'HMF o idrossimetilfurfurale, è una sostanza che non si trova nel miele appena estratto ma che si forma a seguito della degradazione degli zuccheri, processo accelerato dalle temperature). La Diastasi è un enzima presente nel miele in modo naturale, che si degrada progressivamente sia con il passare del tempo che con processi termici. L'HMF non dovrebbe superare i 20 mg/kg, mentre il contenuto in Diastasi, invece, è molto variabile (dipende dalla quantità naturale di enzimi presente) generalmente deve essere superiore a 8, anche se vi sono delle eccezioni. La ricchezza di questo alimento è dovuta alla sua composizione zuccherina e alla notevole presenza di fruttosio, che rendono il miele un prodotto "unico". Il fruttosio infatti, conferisce un potere dolcificante particolare e un prolungato effetto energetico perché, mentre il glucosio viene bruciato immediatamente, il fruttosio, dotato di proprietà emollienti, resta "disponibile" per il fisico, più a lungo. Ecco perché i vantaggi sono superiori a quelli dello zucchero. Una delle più importanti funzioni è quella antibatterica e antibiotica, anche se sono ancora molte le sostanze identificate del miele, delle quali non si hanno tuttavia, notizie sufficienti. Al momento però, si sa che oltre agli zuccheri, il miele contiene numerosi principi alimentari, che è un prodotto naturale ed è in grado di rendere l'alimentazione più sana ed equilibrata.

www.benessere.com

Carte antipatiche

Un paese che sa dunque essere innovativo. Ma anche che fatica a staccarsi da certi comportamenti tradizionali. Per esempio continua imperterrita a far ricorso sistematico al contante, con un impiego "eccessivo", come denuncia lo stesso governatore della Banca d'Italia Mario Draghi. "In Italia siamo molto al di sopra della media europea nell'uso del contante: se nel resto d'Europa i pagamenti in contante sono il 70% del totale, in Italia siamo oltre il 90%," mette in evidenza Giuseppe Maresca, responsabile della direzione antiriciclaggio del ministero dell'economia e delle finanze". Ma perché tanto amore per le banconote, che possono essere perse, si possono deteriorare e possono anche attirare l'attenzione dei ladri? Presto detto: il popolo degli evasori non è stupido, preferisce non lasciare traccia dei suoi movimenti, come avverrebbe con le carte di credito e le carte bancomat. Vuole passare inosservato, impedendo a qualche dispettoso computer di ricostruire guadagni, prestazioni e tutto quello che si può tenere in ombra. Con il contante è più facile evadere. È convinzione diffusa che "questa modalità di pagamento

faciliti le attività criminose" spiega Giuseppe Zadra, direttore generale dell'Abi, l'Associazione bancaria italiana. "La gran parte delle transazioni sommerse avviene in contanti. Invero, la stretta relazione tra economia sommersa e uso di circolante è provata da diversi studi internazionali": è la tesi espressa da Vincenzo Visco in qualità di viceministro delle finanze, che fa leva sui lavori di Friedrich Schneider, Robert Klinglmair e Kenneth Rogoff. Il Censis fa notare che molte attività "ricche" si realizzano "quasi interamente per contanti: dai servizi turistici alle manutenzioni informatiche, dalle ristrutturazioni edilizie ai servizi professionali". È il trionfo del sottobanco. Il trionfo del senza Iva. Del senza tasse. Che tanto così risparmiano tutti... Così le carte di credito stentano a farsi strada. Come anche i Pos, i punti in cui è possibile saldare il conto con la tessera bancomat. "I pagamenti effettivi fatti con le carte arrivano solo al 3% contro il 12% dell'Olanda, il 13% del Belgio, il 16% della Francia e il 17% dell'Inghilterra," si legge su "Italia Oggi". E anche questi dati sono un sintomo dell'evasione fiscale, dato che la



carta è uno strumento di pagamento tracciabile". La stessa cassazione giudica sospettabile un'azienda che paga sempre in contanti. Prendendo spunto dal caso di una società di Forlì propensa ad adoperare le banconote anche se priva di disponibilità di cassa, vede nel suo comportamento un forte indizio di una contabilità parallela e non denunciata". La sentenza è chiara: "Ove, come nella specie si versi dinanzi a un complesso di elementi dimostrativi della disponibilità di somme non contabilizzate da parte dell'impresa, ossia di una contabilità non corrispondente alle reali movimentazioni finanziarie svolte dalla società, è legittima la presunzione dell'esistenza di disponibilità di ricchezza, come tale imponibile, più ampia e consistente di quella dichiarata".

*Evasori di Roberto Ippolito
Bompiani Editore*



Io sono Dio

Non c'è morbosità apparente dietro le azioni del serial killer che tiene in scacco la città di New York. Non sceglie le vittime seguendo complicati percorsi mentali. Non le guarda negli occhi a una a una mentre muoiono, anche perché non avrebbe abbastanza occhi per farlo. Una giovane detective che nasconde i propri drammi personali dietro a una solida immagine e un fotoreporter con un passato discutibile da farsi perdonare sono l'unica speranza di poter fermare uno psicopatico che nemmeno rivendica le proprie azioni. Un uomo che sta compiendo una vendetta terribile per un dolore che affonda le radici in una delle più grandi tragedie americane. Un uomo che dice di essere Dio.

Giorgio Faletti (Asti, 1950) ha esordito nel mondo della narrativa con "Io uccido", che solo in Italia ha venduto più di quattro milioni di copie ed è stato tradotto in tutte le principali lingue del mondo. Uno straordinario successo confermato con i romanzi "Niente di vero tranne gli occhi" e "Fuori da un evidente destino", e con l'antologia di racconti "Pochi inutili nascondigli".

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

Migro informa

la Città s.r.l.
Via Carlo Alberto, 23 - 70056 Molfetta (Ba)

Direttore Responsabile:
Benedetta Maffia

Redazione e fotografie:
Michele De Sanctis

Grafica e impaginazione:
Nicola Lorzio

Hanno collaborato:

Eugenio Benetazzo
Michela Caiapic
Michele Carfagnini
Marina Carrozzini
Francesco Dente
Bartolo Di Pierro
Marco Fiorentino
Mariano Leone
Domenico Pesce
Antonio Pisani
Angela Poli
Giovanna Poli
Matteo Salvo
Cano Trione

Stampa:

Incentive Promomedia s.r.l. - Bari

REGISTRAZIONE TRIBUNALE DI
TRANI N° 8/08 DEL 29/07/08
ISCRIZIONE AL R.O.C. I 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).

Invitiamo tutti i gentili lettori di Migro Informa a scriverci: 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 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.



Gentile redazione, ho un supermercato a Gallipoli e ricevo mensilmente il vostro giornale. Sono un vostro cliente e ultimamente con il maggiore carico di lavoro estivo non riesco a venire a rifornirmi da tempo. Sono preoccupato per l'acquisto della merce ad agosto, e attraverso il vostro giornale vorrei chiedervi se il Cash and Carry di Corigliano d'Otranto resterà sempre aperto o osserverà un periodo di chiusura per ferie.

Grazie
Gianni Cataldi

Gentile sig. Castaldi, vorrei subito tranquillizzarla, i nostri Cash and Carry non chiuderanno per ferie, non solo a Corigliano d'Otranto ma in tutta Italia, osservando l'orario continuato dalle 8 alle 20. Questo per permettere a tutti i nostri clienti, la cui mole di lavoro spesso come lei ha opportunamente detto nel periodo estivo aumenta, di operare al meglio

e di essere sempre riforniti ai prezzi migliori sul mercato. Venga a trovarci.

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

Gentilissimo Migro informa, sull'ultimo numero ho letto e apprezzato la vostra difesa delle produzioni italiane di qualità contro la contraffazione dei prodotti alimentari, e a tal proposito avrei due osservazioni da fare. La prima riguarda l'insufficiente difesa dei marchi da parte delle istituzioni italiane ed europee. La seconda è più che altro una richiesta: occorre

tener conto dei consumatori finali, dei rischi per la salute che queste notizie richiamano, generando un calo di fiducia dei consumatori nel commercio. Per contrastare questa involuzione pretendiamo maggiori controlli. Saluti
Elio Franza

Egregio sig. Franza, siamo d'accordo con lei, ci vogliono maggiori garanzie e controlli e una risposta seria al fenomeno può essere fornita attraverso i sistemi che tracciano la provenienza dei prodotti. Naturalmente il fenomeno non colpisce soltanto la fiducia dei consumatori sul cibo "made in Italy" ma genera anche rilevanti riflessi negativi sul piano economico-sociale. Noi scegliendo i migliori fornitori facciamo la nostra parte per garantirvi acquisti sicuri. Per il resto non possiamo che affidarci ai cacciatori di pirati.

A presto
Michele Carfagnini

Abbonati a Migro informa

puoi ricevere la tua copia tramite abbonamento postale oppure iscrivendoti gratuitamente alla newsletter sul sito www.migro.it



Cash and Carry



INGROSSO ALIMENTARI E VARI

Molfetta (Ba)

Via Pansini Legnami, lotto B7/S
Tel. 080 33 50 888
Fax 080 33 50 555
info@migro.it

Terlizzi (Ba)

Via Mariotto, 51
Tel. 080 351 56 65
Fax 080 351 46 55
terlizzi@migro.it

Modugno (Ba)

S.S. 96 Km 118,400
Tel. - Fax 080 532 22 22
modugno@migro.it

Massafra (Ta)

S.S. 7 Appia Km 636
Tel. 099 880 46 22
Fax 099 880 81 70
massafra@migro.it

Corigliano d'Otranto (Le)

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

Frosinone (Fr)

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

Collesalveti (Li)

Via Milano, 22
Tel. 0586 97 29 02
Fax 0586 96 35 52
livorno@migro.it

Tortona (Al)

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

www.migro.it

info@migro.it