

# Migro

# informa

Mensile di informazione - anno I numero III dicembre 2008 - € 2,00

# La speranza sotto l'albero

## MARTINI

Non solo un  
drink ma  
un'icona



## MC CANTS

Da semplici  
agenti a veri  
consulenti

## MERCATI

Piccolo dettaglio:  
le opportunità  
nella crisi



## CASH & CARRY

Terlizzi: la prima  
pagina nella storia  
dei Cash Migro



# Bliz.eu

Nel Mondo **Bliz**  
un sacco di sorprese per te

...scopri i numerosi vantaggi

- vasta gamma di articoli
- dettagliata descrizione
- consegna in tutta italia



[www.bliz.eu](http://www.bliz.eu)

# Crisi finanziaria e leva promozionale



Benedetta Maffia

**C**ari lettori, in questo numero non parleremo della crisi finanziaria, più semplicemente questa non è la sede opportuna, né adeguate sono le competenze di chi scrive. Senza contare che la periodicità di un mensile mal si adatta a trattare eventi le cui dinamiche rendono obsoleti i titoli dei quotidiani nel tempo che intercorre tra l'uscita dalla rotativa e l'arrivo in edicola. Eppure anche in questo numero della rivista sono presenti tematiche che di ciò che sta accadendo indicano alcuni prodromi, almeno per quanto riguarda il nostro comparto. Gli analisti economici hanno le idee chiare per l'anno 2009: sarà peggiore del 2008. La crisi passerà dall'economia finanziaria all'economia reale. La crisi dell'impresa porterà ad una inevitabile riduzione dell'occupazione, si assisterà ancor di più, ad uno sfrenato allarmismo mediatico che, però, questa volta, troverà riscontro nella realtà. In questo vortice di possibili eventi negativi, si dovranno inserire i progetti ed i budget delle catene della Grande Distribuzione. Obiettivo limitare i danni. Come? Una delle soluzioni potrebbe essere quella di prefiggersi obiettivi di margine e non di fatturato. Ovvero, riuscire ad imporre strategie rivolte alla massimizzazione del profitto tenendo d'occhio il fatturato. La leva promozionale, pericolo principale nella gestione dei margini, non può essere intaccata, è essenziale nelle strategie di marketing della distribuzione moderna. Quindi il sacrificio delle offerte promozionali non si deve mettere in discussione. Rimane il prezzo al pubblico. Se si abbassa proporzionalmente alla discesa del prezzo della materia prima si rischia di venire fagocitati dalla crisi dei consumi. Il mix di margine tra le varie categorie e tra le varie situazioni promozionali sarà la chiave di volta delle strategie del prossimo anno. La salvezza del 2008 sono stati gli incrementi di listino, nel 2009 si pagherà il prezzo dei decrementi, a cui si aggiungerà una contrazione, forse inevitabilmente superiore a quella di quest'anno. Il mercato e il cliente post-moderno sta spiazzando le strategie di marketing delle aziende in tutti i settori consumer. I mercati sono come conversazioni, ma spesso chi si occupa di marketing dimentica che buona parte delle conversazioni avviene tra consumatori, la relazione consumer-to-consumer. Grazie a questa e alle tecnologie che la moltiplicano in modo esponenziale, i clienti conoscono i prodotti meglio di chi li produce e distribuisce, e cercano ormai altro rispetto a una customer experience/satisfaction: vogliono una human experience/ satisfaction. Ciò richiede nuove metodologie di marketing e conoscenza dei meccanismi e delle tecnologie della conversazione di mercato. Se è inutile guardare avanti, allora, vale la pena forse di guardare indietro e riscoprire i valori autentici che sopravvivono, nel prodotto, nella comunicazione. E da lì ripartire.

La leva promozionale, non può essere intaccata, è essenziale nelle strategie di marketing della distribuzione moderna



Buona lettura



**CONSERVA  
LOGISTIC  
SOLUTIONS**

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



# Pinot di Pinot®



Unico e inimitabile.  
Oggi anche **ROSÉ**.

Ottenuto esclusivamente attraverso la selezione dei migliori Pinot, provenienti dallo stesso vitigno, Pinot di Pinot è ideale in ogni momento.



[www.gancia.it](http://www.gancia.it)



## Finestra sui mercati

- 6 L'Italia in recessione, tutta l'area Europea non cresce più
- 7 È crisi sistemica: "il peggio" deve ancora arrivare
- 8 Il falò delle banalità
- 9 Piccolo dettaglio: le opportunità nella crisi
- 10 Cambiare, ce n'è bisogno: meno speculazione, più etica

## Marketing & fornitori

- 12 Martini: non solo un drink ma un'icona che dall'Italia ha conquistato il mondo
- 15 Mc Cants: non siamo più semplici agenti ma veri consulenti

## Cash and Carry

- 16 Terlizzi: la prima pagina nella storia dei Cash Migro

## Diritto e Fisco

- 18 Gli assegni tanto noti, quanto sconosciuti
- 19 I fondi strutturali dell'UE un'opportunità per tutti i settori economici
- 20 Il sindaco: per chi paga il pizzo niente mercato ortofrutticolo
- 21 Sicurezza e salute dei lavoratori: revisioni del sistema delle sanzioni introdotte

## Lavoro e carriere

- 22 Libro paga e matricola in soffitta istituito il " libro unico del lavoro"
- 23 Nella scelta del marchio: l'estraneità al prodotto

## Area prodotti

- 25 Novità nei Cash and Carry Migro

## Life style

- 26 Cioccolato: passione trasmissibile
- 27 Le nuove tendenze della stagione sciistica 2008/09
- 28 Come salvarsi dallo stress dei regali di Natale: idee originali e utili per tutta la famiglia



15



19



27

7



# L'Italia in recessione, tutta l'area Europea non cresce più

**L**'Italia è in recessione tecnica. A dirlo è l'Istat che segnala una contrazione del Pil per il secondo trimestre consecutivo: -0,5% nel terzo trimestre dopo il -0,3% del trimestre precedente. Il dato è comparabile a quello del 1992-1993 quando vi furono sei trimestri negativi, a partire dal secondo del '92. Un altro momento di crisi dell'economia italiana fu nel quarto trimestre 2004 e nel primo del 2005, quando anche allora si toccò una

fase di recessione tecnica. Il risultato congiunturale del Pil è la sintesi di una diminuzione del valore aggiunto dell'agricoltura, dell'industria e dei servizi. Nel terzo trimestre 2008 il Pil è diminuito in termini congiunturali dello 0,1% negli Stati Uniti, dello 0,5 nel Regno Unito e in Germania. In termini tendenziali, il Pil è cresciuto dello 0,8% negli Stati Uniti e in Germania, e dello 0,3% nel Regno Unito. Ma tutta l'area di eurolandia è in recessione

tecnica. La conferma arriva da Eurostat, i cui dati indicano come il Pil della zona euro nel terzo trimestre del 2008 ha fatto registrare un calo dello 0,2%, così come nel secondo. Terzo trimestre chiuso con un -0,2% anche per l'Ue-27. Ad affossare la crescita europea soprattutto i risultati di Italia, Germania, Regno Unito (tutti a -0,5%) e della Spagna (-0,2%), mentre la Francia ha fatto registrare un timido +0,1%.

Rainews24 - 14 novembre 2008

### Prodotto interno lordo

# -0,5%

Il valore complessivo dei beni e servizi prodotti destinati ad usi finali in Italia nell'ultimo trimestre è ancora negativo dopo -0,3% del trimestre precedente.



### Tasso d'inflazione

# +2,7%

Nel mese di novembre tasso tendenziale di inflazione in calo di 0,8% rispetto a ottobre. Gli incrementi tendenziali più elevati si sono registrati nei capitoli Abitazione, acqua, elettricità e combustibili (+6,4%)



## L'UE lancia un pacchetto anticrisi: interventi per 200 mld

**U**na "risposta senza precedenti" per affrontare una "crisi eccezionale": così José Manuel Barroso ha presentato il piano da 200 miliardi di euro varato dalla Commissione europea, al fine di rilanciare l'economia del Vecchio continente sull'orlo della recessione e di una crisi sociale di cui si vogliono a tutti i costi limitare gli

contribuire secondo le proprie possibilità e la propria situazione economica. Gli altri 30 miliardi proverranno invece sia dal bilancio dell'Unione europea - che attraverso i fondi strutturali e il fondo sociale europeo contribuirà a finanziare le misure a sostegno dell'occupazione - sia dalla Banca europea degli investimenti, che potenzierà i suoi

particolare sorpresa rispetto alle indiscrezioni circolate nei giorni scorsi. La gamma di misure suggerite dalla Commissione Ue vanno dalla possibilità di ridurre l'Iva per rilanciare i consumi (a patto che si tratti di tagli "temporanei e non generalizzati" e che siano privilegiati beni e servizi a basso consumo energetico), all'abbattimento del cuneo fiscale

che grava sul costo del lavoro, soprattutto per i lavoratori delle fasce più deboli e nei servizi ad alta intensità di manodopera. Confermato poi il 'no' ad aiuti 'vecchio stile' - dunque a pioggia - al settore dell'auto: Bruxelles suggerisce invece di sostenere le industrie che producono auto pulite e investono in ricerca per sviluppare le tecnologie verdi. A questo scopo andranno anche 5 miliardi di euro sotto forma di prestiti della Bei. Incentivi poi al settore delle costruzioni (soprattutto ai progetti di case ecologiche), alle infrastrutture di interconnessione energetica e allo sviluppo della banda larga, per un totale di 5 miliardi di euro da prendere dalle risorse del bilancio Ue rimaste inutilizzate. La parola passa ora alle capitali europee. Il varo definitivo del



effetti, a partire dalla disoccupazione. Dei 200 miliardi, che rappresentano l'1,5% del Pil europeo, 170 dovranno arrivare dai bilanci dei singoli Stati membri, ognuno chiamato a

prestiti soprattutto alle piccole e medie imprese che investiranno nelle tecnologie verdi. Per quel che riguarda i contenuti del piano proposto da Bruxelles, nessuna

piano infatti, spetta ai leader dei 27 Stati membri, che si ritroveranno a Bruxelles l'11 e 12 dicembre per l'ultimo vertice dell'anno.

ANSA 27-11-2008



# È crisi sistemica: "il peggio" deve ancora arrivare

Massimiliano Sassoli

**H**o avuto il piacere di parlare con un amico economista con il quale abbiamo valutato la situazione degli ultimi due anni. Stiamo vivendo una pagina biblica della storia economica. Le correzioni nell'ordine del 10, 20, 30% dei corsi azionari e periodi negativi della durata di mesi sarebbero stati interpretati come fenomeni ciclici, anche salutari, nel più lungo periodo di crescita sostanziale dell'economia e della società.

Oggi, invece, siamo in una fase nella quale i corsi azionari sono stati falciati di percentuali ben superiori al 50% e quindi siamo in presenza di una rettifica della funzionalità intrinseca del sistema economico e finanziario che si è venuto perfezionando nel corso dei secoli.

Il collasso della classe media ha privato i produttori di beni e servizi del loro sbocco naturale, lasciando specie le imprese di maggiori dimensioni nella impossibilità di smaltire le produzioni realizzate. Di conseguenza l'ipertrofia delle imprese maggiori si rivela così un peso insopportabile per le stesse e per l'intero sistema e quindi si traduce in un crollo di credibilità che coinvolge le architravi portanti dell'economia e della finanza. Anche sul piano finanziario si presenta lo stesso fenomeno dell'impossibilità delle società quotate di "convincere" il potenziale investitore - tradizionalmente proveniente dalla classe media - a investire i propri risparmi nell'impresa maggiore. Si è creata così un'incomunicabilità totale tra i detentori di risparmio e gli utilizzatori che si presenta macroscopicamente nella sfiducia tra istituzioni finanziarie e il mercato. Non v'è via d'uscita se non nel recupero della classe

media e della sua capacità di risparmiare e di produrre. Infine, l'ingenua credenza di risolvere l'attuale crisi spostandone il peso sulle istituzioni pubbliche non solo non riuscirà nel proprio intento ma produrrà tutte le condizioni per un collasso della finanza pubblica. Cosa, peraltro, perfettamente visibile da una disamina anche superficiale delle cifre in gioco se confrontate con le possibilità sia delle finanze pubbliche sia delle capacità reddituali (e quindi di gettito) dei contribuenti.

Non solo il passato ci ha regalato un

reale ma anche i bilanci pubblici.

L'auspicio è che la dimensione del fenomeno si spenga progressivamente ma occorre lavorare a smussare gli angoli più spinosi e temperare gli effetti più gravi.

In questo senso non serve, come detto, appellarsi al cavaliere bianco delle istituzioni pubbliche ma lavorare per recuperare ruolo e centralità dell'impresa minore. Va progressivamente superato il monopolio bancario nella intermediazione creditizia e consentito che le imprese minori possano, anche assistite dai servizi delle banche, raggiungere il risparmiatore che potrà collocare il proprio risparmio presso le imprese. È evidente che si tratta di una rivoluzione da introdurre "progressivamente" ma con decisione al fine di riprodurre la funzionalità sistemica dell'economia, anche di modeste dimensioni.

Tali indirizzi di cambiamento sono già stati fatti dalle associazioni di industrie minori ma non hanno trovato risonanza nei media nazionali. D'altronde la sostanziale fine del mercato dei corporate bond italiani e adesso mondiali è assolutamente innaturale e produce gravissimi danni alle imprese industriali e bancarie di tutto il mondo. È quindi necessario che vengano ricostruite le condizioni di convenienza e di trasparenza per la rinascita del mercato dei corporate bond.

Non insisto su altri temi eccessivamente tecnici ma ribadisco la gravità del momento, ripeto non ciclico, ma sistemico che attende risposte altrettanto sistemiche, non risolvibili con le strumentazioni già sperimentate in passato. Al contrario va posta l'attenzione su interpretazioni innovative e meno succubi degli interessi delle grandi organizzazioni.



momento

storico memorabile ma anche il futuro sarà gravido di fenomeni di portata epocale. Purtroppo entrambi di segno molto negativo. Da ciò discende che il prossimo sviluppo della crisi non coinvolgerà solo l'economia

# Il falò delle banalità

Eugenio Benetazzo

**L**e emittenti nazionali fanno ormai a gara ad organizzare nei loro palinsesti la tal puntata di turno incentrata sulla crisi finanziaria del 2008, invitando uno stuolo di politici e pseudo giornalisti finanziari improvvisati economisti che fino a qualche mese fa se ne uscivano con sparate del tipo "tanto l'economia europea è sana e la crisi dei mutui più di tanto non cagionerà danno al nostro sistema bancario". Opinionsiti degni di un titolo di laurea honoris causa rilasciato dall'Università per Barbieri di Paperopoli. Adesso sono diventati tutti catastrofisti e terroristi finanziari, alla faccia

livello socioeconomico e macroeconomico l'attuale scenario di mercato.

Mi piace in particolar modo come vengono dipinti e rappresentati i mutui subprime (che tra l'altro esistono da decenni) ovvero come mutui erogati agli homeless che girano con le buste ed i carrelli della spesa rubati a qualche jet market. Niente di più fuorviante: quando in realtà rappresentano mutui erogati a soggetti che hanno un credit score (punteggio di merito creditizio) inferiore a 670 punti (su una scala valori che va da 500 a 850), in seguito a tardivi o mancati pagamenti su prestiti precedentemente concessi o

Tuttavia l'apoteosi di questo falò di banalità propinatoci dai media nazionali l'abbiamo con le spiegazioni sull'origine della crisi riconducibili a semplici argomentazioni. Niente di più fuorviante



patrimoniali propri, mutui che erano sin dall'inizio destinati ad essere titolarizzati (faccio notare che questa tipologia di mutui ipotecari li hanno erogati anche in Italia ai così detti precari, i nuovi morti di fame in giacca e cravatta).

propinatoci dai media nazionali l'abbiamo con le spiegazioni sull'origine della crisi (secondo loro passeggera) riconducibili ad una semplice argomentazione: le banche americane che hanno prima concesso mutui a tutti e successivamente hanno cartolarizzato all'inverosimile. Niente di più fuorviante! L'attuale scenario che stiamo vivendo non rappresenta infatti una crisi generale del sistema finanziario quanto piuttosto una fase terminale che scaturisce dalla convergenza delle conseguenze economiche e sociali causate dal WTO. L'Organizzazione Mondiale del Commercio (World Trade Organization), nata dalle ceneri del GATT (un sistema multilaterale di accordi internazionali per favorire il commercio mondiale voluti dagli USA nel 1947 per controllare e dominare l'economia di tutto il pianeta) ha uno scopo principe ovvero promuovere la globalizzazione di tutti i mercati, tanto finanziari quanto alimentari. Un mercato globalizzato presuppone l'abbattimento di tutte le barriere commerciali (dazi e restrizioni doganali) unito all'abolizione dei sussidi



del falso ottimismo e garantismo che si sciordinava nei dibattiti pubblici sino a qualche semestre fa. Una fenomenale opera di banalizzazione e volgare semplificazione di quanto sta accadendo che non consente di spiegare in modo esaustivo a

impegni di pagamento verso utenze di servizi primari (bollette della luce, gas e telefono). Dai subprime si devono distinguere i mutui "nodocs" ovvero "no documents" quelli concessi a soggetti privi di un lavoro a tempo indeterminato e senza mezzi

Sappiate comunque che oltre il 25 % della popolazione americana rientra nella categoria di affidamento subprime, mentre il restante 75 % si divide nelle altre due fasce: i soggetti prime e midprime. Tuttavia l'apoteosi di questo falò di banalità





ancora notare come in questi ultimi anni tutto è stato venduto a rate, dalle abitazioni alle vacanze alle isole tropicali, causa estinzione della capacità di risparmio, soprattutto nelle giovani generazioni. Il peggioramento dello scenario planetario porterà ad un consistente ridimensionamento dei fatturati delle imprese a cui faranno seguito un crollo del gettito fiscale ed un aumento vertiginoso della disoccupazione. Le borse in questi termini ci possono aiutare a leggere il futuro: si comportano letteralmente come un termometro che misura la temperatura dello stato febbrile, loro continui crolli rappresentano un sensibile ridimensionamento delle proiezioni degli utili attesi in futuro e quindi della capacità di fare profitto per le aziende nei prossimi anni. Dalla contrazione del credito bancario concesso alle imprese passando per il crollo del mercato dei consumi, le aspettative future sono tutt'altro che confortanti. Per comprendere la gravità di quanto stiamo vivendo vi voglio ricordare che durante la Grande Depressione



Eugenio Benetazzo è il primo ed unico predicatore finanziario in Italia, è stato battezzato il Beppe Grillo dell'Economia ed il Marco Travaglio della Finanza per il suo modo di porsi, irriverente e dissacratore, caratterizzato da un'analisi lucida e critica senza eguali basata sulla radiografia ed evoluzione dell'attuale scenario macroeconomico mondiale.

all'agricoltura assieme alla libera circolazione dei capitali. Proprio il WTO ha reso conveniente e possibile le tanto famigerate delocalizzazioni produttive che hanno rappresentato sia per gli USA quanto per l'Unione Europea un autentica emorragia di posti di lavoro e capitali a favore di paesi come la Cina e l'India che adesso vengono considerate le due fabbriche del pianeta. Le grandi corporations industriali, sfruttando le economie di scala attraverso i ridicoli costi di manodopera di questi paesi, hanno potuto in questo modo aumentare a dismisura i loro profitti a parità di output produttivo, il quale poteva venire assorbito solo dai mercati occidentali statunitensi ed europei. A fronte di questo diabolico arricchimento di pochi si è contrapposto un drammatico depauperamento in Occidente a causa della polverizzazione dei posti di lavoro ed a causa della concorrenza spietata di prodotti e beni di consumo importati che spazzano via per convenienza economica sul prezzo quelli autoctoni. La trasformazione del tessuto sociale ed imprenditoriale tanto negli USA quanto in Europa,

che adesso devono convivere con il mostro che hanno creato ovvero un esercito di impiegati ed operai senza alcuna prospettiva lavorativa ed una occupazione a singhiozzo, ha lentamente impoverito il paese



creando nuove sacche di povertà e disagio sociale a ritmo costante. Solo con il ricorso al debito questi zombie globalizzati hanno potuto continuare a consumare come prima, fino a quando non si è raggiunta la saturazione finanziaria. Nessuno ha fatto

degli anni Trenta oltre il 60 % della popolazione mondiale era impiegata nel settore primario (agricoltura) e le donne non avevano una presenza consistente nel mondo del lavoro visto che la società era organizzata attorno al modello della famiglia

patriarcale. Oggi l'1 % del pianeta mantiene il restante 99 % sul piano alimentare, mentre la società è caratterizzata da una spiccata presenza della donna nel mondo lavorativo a cui si deve

affiancare il modello di famiglia mononucleare che ha sostituito quella patriarcale. Se in futuro dovessimo descrivere all'interno di un libro quest'epoca infelice e la sua futura evoluzione, adesso ci troveremmo a leggere la prefazione.



# Piccolo dettaglio: le opportunità nella crisi

Michela Caiapic

**A**ll'Adm day, l'annuale incontro dell'associazione della distribuzione moderna in seno a Indicod-Ecr, svoltosi a inizi novembre a Milano la tensione si tagliava con il coltello. Reduci da una ventina di giorni di picchiata delle vendite, acuita dalla campagna mediatica catastrofista sulla crisi della finanza mondiale, che ha depresso il già basso indice di fiducia degli italiani, e dal costante assottigliarsi della marginalità degli ultimi anni, i vertici delle imprese della gdo italiana hanno lasciato trasparire una forte preoccupazione per il futuro. "Per la prima volta in vent'anni", ha addirittura detto Vincenzo Tassinari, presidente di Coop Italia, "per la gdo è finito il paradiso".

Se la gdo piange, noi cosa dovremmo fare, si chiederanno molti piccoli dettaglianti. In realtà, la piccola struttura, in tempi di crisi come gli attuali, può e deve avvantaggiarsi della sua maggiore flessibilità e capacità d'adattarsi all'evoluzione della domanda.

Una capacità d'adattamento, di reazione in tempi rapidi, che per la gdo risultano complicati, vincolata com'è da contratti con l'industria di marca che legano all'incremento

dei volumi una premialità tanto complessa da quantificare, che per decifrarla bisogna ricorrere agli algoritmi. Vincoli su vincoli, dunque, in un momento in cui, secondo Riccardo Francioni, procuratore generale di Gruppo Selex Commerciale, per poter competere e differenziarsi le singole insegne della gdo dovrebbero poter modulare l'offerta dei loro negozi a seconda della stagione e della situazione contingente.

**Il dettagliante in tempi di crisi come gli attuali, può e deve avvantaggiarsi della sua maggiore flessibilità e capacità d'adattarsi all'evoluzione della domanda**

Bruno Berni, partner di Dinamiche, "il criterio guida del 69% degli italiani è e sarà la ricerca del miglior rapporto qualità/prezzo. E questo vale sia per la spesa alimentare che per gli acquisti non food".

Dall'introduzione dell'euro a oggi, con la sola eccezione del biennio 2004-2005, è emerso dalle rilevazioni Nielsen, la crescita del fatturato dei prodotti grocery, in ipermercati, supermercati e negozi a libero

servizio, è stata sostenuta dall'inflazione. "Per restare nel budget", ha sottolineato Stefano Galli, marketing director di The Nielsen Company, "gli italiani stanno rimodulando i loro comportamenti d'acquisto. La frenata dei consumi non tocca, però, in modo omogeneo tutte le categorie merceologiche. Le vendite di confetture, farina, uova, burro e latte, infatti, sono in crescita, a testimonianza di un ritorno alle preparazioni casalinghe".

Un ritorno ai fondamentali, dunque, che richiede e richiederà al commerciante di mettere a frutto al meglio le sue capacità di scegliere, in mezzo all'amplessissima offerta disponibile sul mercato, i prodotti che, a suo giudizio, sapranno soddisfare al meglio la sua clientela. Proprio questa capacità di mettere a punto l'assortimento più rispondente alle esigenze dei clienti, d'altronde, fa la differenza fra un'attività in grado di affrontare i tempi difficili e una che chiude al primo segnale di tempesta.

"La vera innovazione latita. I prodotti di marca hanno perso attrattiva per i consumatori. E questo danneggia i nostri negozi", si è lamentato Tassinari. Se la gdo ha le mani legate, il dettagliante no. Faccia dunque tesoro di questa sua libertà e scelga i prodotti più indicati per il gusto e il portafoglio dei suoi clienti.



## La situazione delle imprese in Italia, poche multinazionali, tante piccole ma sane realtà Cambiare, ce n'è bisogno: meno speculazione, più etica

Angela Poli

**L'**Italia è un paese un po' atipico tra quelli industrializzati. La globalizzazione ha avuto un corso singolare qui da noi. Il rapporto delle multinazionali con questo nostro paese non è mai stato dei migliori. Ne abbiamo pochissime e quelle che abbiamo sono un po' speciali. Dall'ultimo studio annuale della R&S di Mediobanca dedicato alle multinazionali, emerge che ne abbiamo 17 in tutto e di queste soltanto tre sono veramente tali: Eni, Fiat e Telecom.

Quelle con fatturato più alto sono sotto controllo statale, Eni e Finmeccanica. Nonostante l'Italia sia uno dei tre grandi paesi europei, la nostra dotazione di multinazionali è ridicola (6,7% del totale

Le piccole imprese sono un motore con bassi consumi ma potente e silenzioso, capace di funzionare anche in situazioni di difficoltà come quella attuale

“ ”

al mondo accanto ai nuovi colossi dalla Russia (Gazprom) e dalla Cina. In Italia, restano poche e piccole.

Le multinazionali straniere invece, dopo una prima fase di assalto al territorio italiano, verso la metà degli anni Ottanta, già a fine anni Novanta avevano quasi abbandonato l'Italia, considerata paese poco stabile, con troppa burocrazia, ad alta litigiosità politica, fisco oneroso e risorse umane poco flessibili: costose, con una scarsa conoscenza delle lingue e poca propensione a spostarsi (chi non ricorda la polemica dei "laureati italiani bamboccioni"?).

Nel nostro paese, da anni le grandi multinazionali tendono a ridimensionare la loro presenza con l'unica eccezione delle imprese che hanno partecipato alle privatizzazioni di importanti aziende di stato. Secondo la ricerca di R&S di Mediobanca

sulle imprese multinazionali mondiali, l'Italia resta il paese del famoso "quarto capitalismo," costituito in prevalenza da piccole e medie imprese, in cui le grandi multinazionali restano una rarità rispetto al resto del mondo industrializzato.

Sono proprio le aree del "piccolo è bello e

possibile" a tirare la nostra economia. Secondo i dati Istat, nel 2007 la Puglia è cresciuta a sorpresa dell'1,8%, un record per tutto il Mezzogiorno e il tasso è anche



europeo), soprattutto se confrontata con Germania (23,4%), Regno Unito (circa 22,7%) e Francia (16,6%). In tempi di globalizzazione l'Italia è rimasta un po' provinciale anche per quanto riguarda le vendite all'estero (62,3%). Toyota è da qualche anno ai vertici della classifica mondiale come maggiore impresa

superiore a quello di altre regioni italiane e a quello nazionale. Al primo posto sveltano l'Umbria e la Liguria con un tasso di crescita del 2,3% (servizi, industria e agricoltura). Anche in tempi di magra viene premiato il migliore modello economico italiano di cui l'Umbria è capofila: impresa di famiglia, piccole o medie dimensioni, grande flessibilità, innovazione, lavoro molto specializzato e ottima qualità.

Studi recenti confermano che il tessuto sano e vitale delle piccole imprese e degli artigiani italiani rappresenta una leva fondamentale da cui può scaturire l'energia per superare l'impasse della congiuntura e organizzare la ripresa della nostra economia. L'artigianato è uno dei più grandi motori dell'economia italiana. Un motore con bassi consumi ma potente e silenzioso, capace di funzionare anche in situazioni di difficoltà come quella attuale. Dagli esperti del settore arriva la riprova che più di altri operatori economici, l'artigiano è capace di trasformare il credito che riceve in produzione reale. Bisogna quindi che la finanza in questi tempi di difficile congiuntura fornisca il sostegno necessario all'economia reale per promuovere insieme lo sviluppo e la ripresa. Bisogna ripartire dai nostri punti di forza: dalla gente onesta, laboriosa, avveduta che, nonostante tutto, è ancora la maggioranza.

# Martini: non solo un drink ma un'icona

Michele de Sanctis

**B**ianco, rosso, extra dry o rosé, liscio o con vodka, decorato con frutta tropicale o altro, il Martini rimane il drink più bevuto e apprezzato al mondo ma il gruppo che rappresenta una realtà da 800 milioni di bottiglie l'anno e 6000 dipendenti vanta un'ampissima gamma di prodotti. Con il **dott. Alberto Guazzini**, direttore vendite, abbiamo ripercorso l'attività di un'azienda tanto attiva sul mercato quanto viva nella società.

## Cosa rappresenta oggi la Martini & Rossi nel mondo?

"Martini rappresenta l'italianità, il viver bene dell'essere italiano nel mondo. Uno stile inconfondibile e una filosofia imprenditoriale attenta alle persone e alla ricerca costante del rinnovamento. A livello commerciale dal 1993 con l'ingresso

della Martini & Rossi nel Gruppo Bacardi rappresentiamo la terza multinazionale dell'alcolico nel mondo, e il primo gruppo nel premium spirit in Italia.

**Natale con le "bollicine"?** "Il bello deve ancora venire. La

nostra strategia negli ultimi anni è stata quella di segmentare gli stili di consumo per favorire la crescita di valore del prodotto. Con la gamma Sigillo Blu stiamo investendo per dare alle bollicine un valore anche attraverso il lancio di una campagna di stampa. Il prosecco resta il prodotto di

## Tutti i volti di un brand accattivante

Dietro al successo commerciale ci sono i volti che hanno prestato la propria immagine alle campagne di comunicazione della casa di Pessione. Dal 1995 la memorabile campagna tv lancia una giovanissima Charlize Theron. Poi è la volta degli spumanti e del "No Martini no party" lo slogan entrato nell'immagine collettiva grazie a Naomi Campbell (1995), Sharon Stone (1997) e George Clooney che da otto anni ha scritto le ultime pagine della storia televisiva della Martini.



più largo consumo, la Riserva Montelera è il nostro prodotto esclusivo ottenuto con metodo classico e infine con lo spumante Rosé abbiamo completato una gamma che ci continua a dare ottime soddisfazioni".

**Passando ai vini aromatizzati**

**rappresentano ormai un prodotto classico, come intendete salvaguardare la leadership nel settore aperitivi?**

"Innovando nel rispetto della tradizione. Abbiamo introdotto una serie di novità a partire dal formato della bottiglia, ringiovanendo così l'immagine del prodotto. La linea Mini Martini, poi, suggerisce un consumo domestico più facile. Inoltre attraverso la nuova campagna pubblicitaria proponiamo nuovi modi di bere facile Martini, visto che in realtà non ha bisogno di grosse alchimie per poter essere consumato. Anche per questo abbiamo creato i temporary bar in diverse città al fine di proporre la miscelabilità di Martini, con Asti ("Martini Spritz"), con succhi di frutta o semplicemente con soda ("Martini Fizz"). Insomma un cambio dei modi di consumo, nuovi e freschi proposti da sempre anche nella terrazza Martini di Milano, riconosciuta da anni come luogo d'incontro glamour".

**Siete stati i primi a cogliere il cambiamento della domanda di una fascia consumo giovane lanciando la linea Bacardi Freezer, prodotti ready to drink. Altri competitor hanno provato a imitarvi senza grossi risultati. Cosa c'è dietro questo**

## Da una piccola distilleria a Pessione al Gruppo Bacardi.



Tutto comincia a Torino, il 1° luglio del 1847. Quel giorno, nella vivace capitale del regno sabaudo ormai pronta a guidare il risorgimento italiano, quattro commercianti fondano una "Distilleria nazionale di spirito di vino all'uso di Francia", nonché "deposito di rhum, absinthe, kirsch, cognac, curaçao" e rivendita di vini di Bordeaux. I loro nomi sono Clemente Michel, Carlo Re, Carlo Agnelli, ed Eligio Baudino e dalla loro impresa ha origine la Martini & Rossi. Fanno infatti parte dell'organico di quella prima Società due personaggi che ne cambieranno profondamente le sorti: Teofilo



# contemporanea che dall'Italia ha conquistato il mondo

## successo commerciale?

"Un'intuizione, un prodotto di qualità e una grande campagna di comunicazione partita nel 2002. È stato un boom, poi abbiamo registrato un leggero calo ma ormai i nostri competitor sono fuori dal mercato. Continuiamo ad investire in questo che per noi rappresenta un segmento



dott. Alberto Guazzini  
direttore vendite Martini & Rossi

importante, ampliando la gamma con nuovo gusto (mango). Inoltre abbiamo commercializzato in estate la novità della Bacardi & Cola, sempre nella gamma dei cocktail già pronti che resta un'importante alternativa per il bere alcolico più leggero".  
**campioni bevono responsabilmente". È lo slogan del programma di responsabilità sociale del gruppo Bacardi. Può dirci di più?**

"Si tratta di una campagna che ha come testimonial d'eccezione Michael Schumacher che puntualizza il focus sulla guida sicura, cuore della strategia

Bacardi: "Drinking and driving, don't mix". C'è una cattiva esposizione sui media del tema dell'alcol, la legge sul divieto di somministrazione non può essere l'unico rimedio, noi proponiamo una corretta educazione al bere, ci sono prodotti a minor prezzo che inducono a bere di più con minore genuinità. Noi proponiamo il bere poco e meglio. Nel resto d'Europa, del resto, c'è

chi beve subito alla guida".

## Quali sono le ultime novità e cosa ha in serbo il gruppo per il nuovo anno?

"Un settore in grande crescita è quello del rum bianco, grazie al culto del vero Mojto fatto con il Bacardi Superior. Nel 2009 dobbiamo consolidare sul mercato il Bacardi & cola e continueremo il lavoro sui modi di consumo per dare nuova linfa al segmento. Infine abbiamo appena lanciato i nuovi gusti della vodka Grey Goose. Poi c'è la nuovissima vodka neozelandese 42 Below e il nuovo rum scuro Seven Tiki proveniente dalle Isole Fiji, vera novità del mercato e subito molto apprezzato dagli operatori".

## Ci concederà un'ultima battuta sul successo anche nel canale distributivo della Migro...

"Martini è un partner della distribuzione nel canale Cash Migro. Si tratta di un rapporto importante che si è evoluto positivamente. Seguiamo volentieri un operatore che dalla Puglia si sta espandendo e apprezziamo la focalizzazione monocanale, i

Il cuore aromatico del drink svela tutta la naturalità di una miscela che è il risultato di un segreto che si tramanda inalterato da generazioni. Tra gli elementi che rendono unico il sapore dato dalla ricetta segreta ci sono fiori, frutti, radici, spezie ed erbe. Tante di esse provengono dai luoghi più remoti del mondo. Martini non a caso afferma di essere "The world's most beautiful drink" per i suoi tanti ed unici dettagli. La ricetta, risalente al 1863 e da allora gelosamente custodita, nelle carte dei suoi creatori nei tempi più lontani, e oggi racchiusa nel caveau di una banca di Ginevra, è segreta, e lo sarà sempre.

un consumo di alcolici maggiore che in Italia ma si vive meno l'emergenza e si sono adottate soluzioni per evitare di far mettere

presupposti per continuare a crescere ci sono tutti".

## Centocinquant'anni di storia e successi

Sola e Alessandro Martini. Nel 1863, con la scomparsa di Carlo Re, l'azienda si ristruttura: nasce la Martini, Sola e C.ia, con il liquorista torinese Luigi Rossi, già fornitore della Michel, Re, Agnelli e Baudino, come terzo socio. L'anno seguente, proprio sotto la sua direzione, la produzione viene centralizzata nella nuova sede di Pessione, piccola frazione presso Torino, strategicamente collocata sulla linea ferroviaria che raggiunge il porto di Genova, a quell'epoca snodo cruciale per le spedizioni di merci destinate a ogni continente. Nel 1879 muore Teofilo Sola e la ragione sociale diventa Martini & Rossi.

Con l'avvento del nuovo secolo e la morte di entrambi i personaggi cui l'azienda deve un nome ormai celebre,

le redini passano nelle mani dei figli di Luigi Rossi: Teofilo, che sarà anche sindaco di Torino e poi ministro dell'Industria e del Commercio, Cesare, Enrico ed Ernesto. Succursali e depositi vengono fondati a Buenos Aires (1884), Ginevra (1886), Barcellona (1893), seguite da Parigi, Bruxelles, Londra, New York, Honk Kong, Costantinopoli, Bucarest, Yokohama... sino a raggiungere ogni più sperduto angolo del globo. Nel 1987 il Gruppo Martini incontra un altro grande Gruppo multinazionale di matrice americana, la Bacardi Limited, cui affianca la distribuzione dei suoi prodotti negli Stati Uniti. Sei anni più tardi, nel 1993, Martini & Rossi entra a far parte del Gruppo Bacardi: nasce il Gruppo

Bacardi-Martini, che unisce due aziende tanto lontane geograficamente quanto vicine per tradizioni famigliari, cultura industriale e sviluppo storico. L'unione dei due colossi del beverage non fa che registrare, con qualche anticipo, le nuove dinamiche dell'economia internazionale. Il 2005 registra un'altra tappa significativa: dopo dieci anni di riordino dell'Archivio Storico, in novembre giunge al traguardo l'ambizioso progetto di costituire un museo d'impresa.

L'esposizione, denominata Mondo Martini e allestita presso la sede storica di Pessione, si offre ai visitatori come un "viaggio" virtuale alla scoperta di un secolo e mezzo di attività societaria.



# Qualità e tradizione



I buoni sapori della cucina tutta italiana



# Mc Cants: non siamo più semplici agenti ma veri consulenti

Michele de Sanctis

**Q**uesto lavoro è stato il mio sogno fin da ragazzo e credo di aver trasmesso questa passione ai miei figli. L'agente di commercio è un lavoro bellissimo per le diversità di problematiche con cui fare i conti ogni giorno". Fulvio Mc Cants è da quasi quarant'anni un rappresentante e ancora oggi è talmente innamorato della sua professione da non riuscire a trovare in essa un aspetto negativo. Anche se il suo cognome inganna è italianissimo, precisamente di Bari, deve i suoi natali a un padre statunitense di origine irlandese arrivato in Italia per la seconda guerra mondiale. Giovanissimo a soli vent'anni ha cominciato la sua attività: "nel '71 come agente generale del Tè Lipton, e non fu un avvio facile. Perché il Tè in Italia era ancora considerato più come rimedio ai problemi intestinali che come una bevanda". Dopo un paio d'anni ebbe la grande occasione dopo il colloquio con la Unilever di essere agente della Rebecchi per la Puglia e la Basilicata. Questa è rimasta una azienda storica del suo portfolio che rappresenta tutt'ora.

"Nel '77 si aggiunse la Pasta Agnesi, e cominciai così a essere agente plurimandatario. Oggi oltre alle aziende storiche rappresento Conserva Italia, Montana, Due Tigli, Acqua Norda e Bosca".

Nel 1994 è cambiata la struttura societaria: "abbiamo trasformato l'azienda una Sas nella speranza di passare le redini a mio figlio Luciano che è socio accomandatario" e oggi la struttura è composta da collaboratori per Bari e Provincia, più un collaboratore per le altre province e un ufficio per le attività contabili della quale si occupa sua figlia.

"Noi siamo i gestori del nostro lavoro, - spiega Mc Cants - però per riuscire devi ogni giorno metterti in macchina perchè come dice il detto: chi cammina lecca, chi sta fermo secca".

**Ma quali sono i segreti per riuscire in questo lavoro?**

"Ho sempre creduto in questo lavoro, e questa è la componente principale. Oltre che alle aziende, poi, occorre curare con attenzione il patrimonio clienti. Il nostro ruolo è quello di essere l'ago della bilancia tra queste due realtà e se si riesce a mantenere il giusto equilibrio alle si può avere successo. Fondamentale è dunque l'instaurazione di un rapporto di fiducia".



**Cominciamo dalle aziende come rapportarsi?**

"Dagli anni ottanta a oggi sono cambiate molte cose. Prima si pensava solo a vendere spostando merce verso i depositi, poi il mercato è iniziato a cambiare sempre con maggiore frequenza, oggi fare da semplice

venditore non va più bene. Occorre seguire l'affare fino alla fine e fornire servizi post-vendita. Non siamo

più considerati semplici agenti ma consulenti, le aziende chiedono questo cambiamento"

**E il sistema distributivo?**

"Anche la distribuzione oggi ci richiede sempre maggiori servizi, esigono la completezza delle informazioni. Inoltre qui al sud è ancora salvo il rapporto umano tra cliente e venditore, e se c'è un rapporto di fiducia ci sono pochi inconvenienti".

**Come con la Ingross Levante?**

"C'è con l'azienda un rapporto ventennale, praticamente da quando io ero consulente per la pasta Agnesi e esisteva solo l'Emporio Amato a Molfetta, da allora è nato un rapporto di stima che è cresciuto negli anni, tanto che abbiamo seguito la crescita negli anni con l'apertura dei Cash in tutta Italia".

**E il rapporto con i colleghi?**

"Le relazioni sono buone, ho insistito perchè ci associassimo anche noi al sindacato e non c'è mai stata aggressività".

**E in tempi di crisi sono cambiate le cose nella vendita?**

"Ogni giorno i nostri clienti ci chiedono sconti ulteriori, noi ci facciamo interpreti di questa domanda con le aziende. La vendita oggi avviene prevalentemente in promozione, ma da due o tre anni a questa parte è una esigenza in crescita. L'industria non è sempre favorevole ma con loro cerchiamo di pianificare le promozioni in momenti determinati. Oggi occorre professionalità per fare al meglio il proprio dovere non si può inseguire solo la

provvigione". **Quali consigli dà a suo figlio Luciano che segue le orme paterne?**

"Gli suggerisco sempre di avere un rapporto chiaro e limpido con la clientela, evitando il ricorso a sotterfugi. Perchè è meglio prendere tempo e chiedere ulteriori informazioni alle aziende, è necessario non incrinare mai il rapporto di fiducia e onestà che alla fine è quello che premia".



Gli agenti di commercio Fulvio e Luciano Mc Cants

# Terlizzi la prima pagina nella storia dei Cash Migro

**C**'è molto di più di un Cash a Terlizzi. La storia della Migro è cominciata da lì.

È dunque l'alfa del canale distributivo Cash della Ingross Levante, la madre di tutte le altre strutture.

La scommessa vincente in un settore che era a torto considerato un binario morto nella mobilitazione delle merci. E invece la storia ha dato ragione alla scelta fatta dalla Ingross quasi vent'anni fa.

Inaugurato nel 1993 il Cash è cresciuto negli anni fino a raggiungere i 7.000 mq con i quali si presenta attualmente che tuttavia paiono ancora pochi per il volume d'affari che muove. Se le 18.000 referenze presenti stanno un po' strette nei reparti, i commercianti, che hanno imparato ad apprezzare la convenienza e la disponibilità dei 30 dipendenti impiegati, ne hanno fatto un irrinunciabile punto di riferimento per i loro acquisti. Dimostrando che i limiti strutturali con una corretta gestione possono essere



comunque superati.

Inoltre il Cash di Terlizzi non si rivolge solo alla provincia di Bari ma guarda anche ai Balcani. Vengono effettuati, infatti, acquisti anche dalla Grecia, dall'Albania

con clienti che si possono rivolgere all'apposito dipartimento di vendita presente nella struttura.

Unico distaccamento rimasto degli uffici che fino al 2003 erano

tutti situati lì. Dunque il Cash di Terlizzi non può essere considerato una struttura come le altre e resta ancora oggi un centro importante dell'attività aziendale.



## Gioacchino Allegretti: "Una vita al servizio dell'azienda"

"Posso dire di aver visto nascere il Cash di Terlizzi". **Gioacchino Allegretti** (nella foto a sinistra) lavora alla Ingross Levante dagli anni novanta fin da quando la sede si trovava sulla via di Molfetta, "credo di essere il più vecchio di tutti i dipendenti, ma prima di approdare in azienda ho fatto il muratore a Modena". La sua carriera è cominciata allo scarico delle merci poi "ho girato tutti i reparti e ora controllo i prodotti in entrata e in uscita". Quando ha cominciato a lavorare si era da poco sposato e "ho passato qui la mia vita - racconta Gioacchino - mio figlio ha 19 anni, quasi quanti ne ha il Cash. Questo lavoro mi ha appassionato e mi ha fatto piacere vedere l'azienda per la quale lavoravo crescere. Non ho mai pensato di poter lavorare altrove". Oggi mette la sua esperienza al servizio degli ultimi arrivati: "ho fatto un po' di scuola ai giovani dipendenti nel loro inserimento in azienda, spero di continuare qui fino alla pensione".



## Piccoli spazi grandi risultati

Intervista al responsabile del Cash Giacomo Magarelli

Il suo sogno sarebbe quello di gestire un capannone più grande ma **Giacomo Magarelli** (nella foto al centro) è un uomo di "trincea" che nella struttura di Terlizzi mette continuamente alla prova la sua efficienza e ormai studia da poliglotta.

"Sono da quindici anni in azienda e da dodici responsabile del Cash ma quando sono entrato alla Ingross ho fatto come tutti il semplice operaio, poi sono passato alla fatturazione e grazie alla mia esperienza di direttore in qualche supermercato sono arrivato a Terlizzi".

**Come va la gestione del Cash?**

"Ora la Considero normale amministrazione anche se ogni giorno c'è una nuova situazione a cui far fronte. Affronto ormai con maggiore serenità i limiti strutturali, abbiamo aperto due bocche di scarico ma contemporaneamente

c'è da seguire anche il carico merci e la gestione del Cash, in cui tutti hanno necessità di fare velocemente e noi dobbiamo dare in breve tempo le risposte che i clienti ci chiedono".

**Non si finisce mai...**

"Lo sanno bene tutti i dipendenti. Se c'è molta merce in giro spesso arriviamo a sera e stiamo ancora a scaricare e ordinare i reparti".

**Allora si avvale di validi collaboratori?**

"Certo mi avvalgo molto della collaborazione dei ragazzi che qui hanno occasione di fare molta esperienza, infatti, di qui sono transitati parecchi

dipendenti che hanno fatto un po' di gavetta prima delle nuove aperture. Inoltre c'è anche l'ufficio per le vendite all'estero che mi aiuta nella gestione".

**E allora dove si può arrivare?**

"Spero che l'azienda vada sempre più avanti, so che si sta attivando per farlo e dunque guardo con fiducia al futuro".



Particolare del Cash and Carry Migro di Terlizzi (Ba)

## La parola ai clienti



Gaetano Cioce

Vengo a Terlizzi ogni tre giorni o una volta alla settimana, dipende da come vanno le vendite. Sono un commerciante ambulante di Ruvo e da poco sono passato a questa attività. Non vengo da molto al Cash me lo ha suggerito un collega e ho subito apprezzato la convenienza degli articoli. Girando per diversi mercati settimanali tra Puglia e Basilicata devo dire che la crisi è evidente e non c'è molto rimedio se non mettere prodotti in offerta e grazie agli acquisti fatti alla Migro posso farlo.

Sono un cliente Migro da oltre dieci anni, e lavorando in una salumeria a Trani vengo qui a Terlizzi due o tre volte la settimana perché i prezzi sono davvero competitivi. Ho un ottimo rapporto con il personale, sono disponibili e mi ritengo complessivamente soddisfatto del Cash



Gaetano Cormio



Michele Dimitrio

Mi posso ritenere un cliente storico della Migro. I primi acquisti li ho fatti alla vecchia sede tra Terlizzi e Molfetta. Il Cash è comodo da raggiungere, c'è tanto assortimento e prezzi buoni. Sono un ambulante nei mercati settimanali, mi muovo tra Bisceglie, Modugno, Mottola e Spinazzola, e devo dire che la mia attività non ha risentito della crisi economica, anzi si lavora anche di più forse perché al mercato c'è ancora un rapporto diretto con il cliente. Anche in questo Cash devo dire che c'è disponibilità da parte dei dipendenti anche se sono spesso divisi tra corsie e fatturazione.

Ho una dolceria specializzata e da quando ho il mio negozio, circa 10 anni, vengo qui a Terlizzi. Questo per noi è un periodo pieno ma dobbiamo combattere anche noi con i prezzi. Al dolce o alla colazione anche oggi non si rinuncia ma la gente è più essenziale negli acquisti e c'è più attenzione alla convenienza. Un pregio del Cash Migro è che ci permette di lottare un po' di più con i grandi ipermercati, anche se quando c'è molta gente l'attesa alle casse diventa lunga.



Domenico Monopoli

## Mezzi di pagamento utilizzati nel commercio internazionale

### Gli assegni tanto noti, quanto sconosciuti

Bartolo Di Piero



**L'**assegno bancario è un documento molto simile alla tratta: contiene l'ordine incondizionato, rivolto ad una banca (trassato/trattario), di pagare una somma determinata in favore di una terza persona (beneficiario/prenditore) o in favore del traente medesimo.

Ci sono varie teorie sulla nascita dell'assegno, per cui non è possibile precisare dove e da chi sia stato emesso il primo assegno.

Alcune fonti indicano che l'attuale assegno bancario sia nato nei Paesi Arabi. In origine consisteva in un documento scritto, utilizzato dai mercanti musulmani, contenente la disposizione rivolta ad un terzo di pagare una determinata somma contro il ritiro di un qualcosa.



Era una vera e propria lettera di credito (credito documentario) utilizzata dai mercanti per commerciare con la Cina. Questo mezzo di pagamento si rafforzò durante l'impero mongolo. In questo modo un commerciante poteva acquistare la seta ed altre merci preziose, utilizzando le sue disponibilità in Bagdad senza necessità di portare fisicamente con se il danaro o l'oro necessario per effettuare l'acquisto.

I documenti ritrovati dimostrano che i contenuti sono molto simili all'attuale assegno bancario: luogo e data di emissione, ordine di pagare, indicazione della somma da pagare, nome del

beneficiario, nome del designato ad effettuare il pagamento, nome e firma di chi disponeva il pagamento; in alcuni casi anche la causale del pagamento (indicazione ancora in uso negli Stati Uniti, Canada ed Australia).

Verso il 1120 ed il 1300 i Cavalieri dell'ordine dei Templari approntarono un sistema di assegno per i pellegrini che viaggiavano in Terra Santa o in tutta Europa. I pellegrini depositavano i fondi presso un casa dell'ordine ricevendo una ricevuta di tale deposito. Questa ricevuta permetteva loro, una volta arrivati a destinazione, di ritirare la stessa quantità di danaro dietro presentazione della ricevuta alla casa dei Templari del luogo. Era anche possibile effettuare dei ritiri parziali, annotando la somma prelevata sul retro della ricevuta stessa e ritirando il documento dalla circolazione quando veniva raggiunta l'importo facciale del titolo.

Ovviamente questi documenti erano scritti in un codice che solo i Cavalieri Templari potevano decifrare. A seguito di studi recenti, sembrerebbe che in Italia i primi assegni siano stati emessi a Pisa (Repubblica marinara che era riuscita ad estendere la sua influenza commerciale sino alla Siria) intorno al 1370.

Successivamente, dopo Prato, tale strumento si estese in Inghilterra e quindi al Canada ed agli Stati Uniti. Essendo all'epoca l'unico mezzo di pagamento che evitava il materiale movimento del danaro ebbe un grandissimo successo ed era considerato un mezzo di pagamento sicuro. Dai primi dell'ottocento e fino alla prima guerra mondiale vi furono innumerevoli iniziative per unificare la disciplina dell'assegno bancario, ma solo con la conferenza internazionale di Ginevra del 1931, finalmente fu stabilita una disciplina uniforme dell'assegno e le convenzioni da essa approvate furono ratificate e rese esecutive anche in Italia con il Regio Decreto del 21 dicembre 1933 no. 1736 che ancora oggi disciplina la materia.

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



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



# I fondi strutturali dell'Unione Europea un'opportunità per tutti i settori economici

Paolo Previati - *m e n d e l s o h n*

**L**a Commissione europea ha approvato, con la decisione n. 324 del 28 novembre 2007, la Carta degli Aiuti, che individua i comuni nei quali è possibile accedere ai fondi strutturali che l'Unione Europea ha stanziato e l'entità degli aiuti stessi per il periodo 2007-2013. Tra questi aiuti rientrano i contributi a fondo perduto riservati alle imprese di ogni settore economico: industriali, commerciali, turistiche, di servizi, agricole, ecc. I fondi sono gestiti dalle Regioni, che, nell'ambito di un Programma Operativo (POR), pubblicano periodicamente bandi pubblici ai quali le imprese possono partecipare richiedendo le agevolazioni riservate al loro settore. Tutte le regioni hanno già pubblicato i criteri di distribuzione dei fondi e le linee guida per l'accesso ad essi. Nel settore commerciale diverse regioni hanno già pubblicato interessanti bandi. Alcuni esempi:

un contributo a fondo perduto del 50% o un finanziamento bancario a tasso zero per le spese sostenute per le insegne esterne, l'illuminazione, il rifacimento delle facciate di immobili, la sistemazione di vetrine e chioschi, l'innovazione gestionale e

Paolo Previati è da oltre 25 anni consulente nel campo della corporate governance, risk management e finanza agevolata. Fondatore di *m e n d e l s o h n*, organizzazione di consulenza con sedi in tutta Italia, si è occupato di tutte le principali misure di finanziamento comunitarie, nazionali e regionali per le imprese.

tecnologica, l'introduzione di un sistema di qualità certificabile, l'acquisto di macchinari, attrezzature e arredi, l'acquisto di immobili, ecc. In Abruzzo (Legge 49/81 e Legge 102/2000) viene agevolato lo sviluppo delle

costruzione, trasformazione, ampliamento di locali adibiti o da adibire a magazzini per il deposito merci, a centri commerciali, ad altre strutture per la vendita al dettaglio o per la produzione di servizi inerenti all'attività di distribuzione ivi compresi gli studi di fattibilità e progettazione operativa, nonché le opere di arredo urbano e di interventi per favorire l'agibilità e la mobilità dell'area; l'acquisto, il rinnovo, l'ampliamento delle attrezzature fisse e mobili relative a magazzini di deposito merci centri commerciali, altre strutture per la vendita al dettaglio o per la produzione di servizi inerenti all'attività di distribuzione. I contributi sono concessi in c/interessi con un abbattimento del tasso non inferiore al 4%. Le domande di contributo vanno presentate entro il 31 maggio di ogni anno. In Puglia la Legge 10/2004 prevede contributi a fondo perduto pari al 50% per le piccole e medie imprese

commerciali che effettuano investimenti. Il Nuovo Regolamento 9/2008 prevede sia contributi in conto interessi, con abbattimento totale degli interessi sui mutui, sia contributi a fondo perduto dal 25 al 50% per investimenti in immobili, impianti, attrezzature, certificazioni, ed altro ancora. A breve verrà pubblicato il nuovo bando per il 2009. In tutte le regioni sono agevolabili le spese che le piccole e medie imprese commerciali sostengono per il

In Piemonte è operativa la Legge regionale 28/99, rivolta alle piccole imprese commerciali, che assegna

forme associative per il commercio al dettaglio. Le spese agevolabili sono l'acquisto,

miglioramento della propria organizzazione e l'innovazione tecnologica.



# La proposta del Comune di Vittoria (Rg) prevede anche agevolazioni per chi denuncia il racket Il sindaco: per chi paga il pizzo niente mercato ortofrutticolo

**R**agusa. Un sindaco contro il 'pizzo'. Giuseppe Nicosia, sindaco di Vittoria (Ragusa) ha lanciato la proposta di inserire, al momento della modifica del regolamento del locale Mercato ortofrutticolo, alcune clausole anti-racket come l'esclusione dal rinnovo della concessione a chi paga il 'pizzo' e, per

contro, agevolazioni fiscali a chi denuncia il racket. Dopo il progetto per la ricostruzione dei box del mercato, distrutti da un incendio alcuni mesi fa, l'amministrazione comunale ha deliberato anche le somme occorrenti per la trascrizione e la voltura del terreno al demanio regionale, richiesto da tempo dalla Regione per potere

intervenire finanziariamente in favore del mercato. "Noi facciamo battaglie per la legalità al mercato-ha dichiarato il sindaco - e perché si denunci il pizzo, e non possiamo subire l'illegalità e il danno, oltre che le mancate risposte della Regione".



ORTOFRUTTA ITALIANA  
N°4 2008

## Italia prima in Europa per evasione fiscale

**C**resce ancora l'evasione fiscale in Italia: il 48% del reddito imponibile non viene dichiarato. Un triste primato che conferma l'Italia al primo posto per evasione fiscale nei Paesi europei. Intanto scoppia la querelle tra Bankitalia e Tesoro sulle entrate tributarie Ennesimo triste primato: l'Italia si conferma il Paese europeo con la più alta evasione fiscale. Secondo un'indagine di Contribuenti.it - Associazione Contribuenti Italiani, condotta su dati divulgati dalla Polizia Tributaria dei singoli stati Ue, nel BelPaese l'evasione è cresciuta del 3,3%, con il 48% del reddito imponibile che non viene dichiarato. Sul podio dell'evasione fiscale salgono anche Romania con il 41,1% e la Bulgaria con il 38,4%. Seguono l'Estonia con il 37,7% e la Slovacchia con il 32,4%. Fanalino di coda l'Inghilterra con il 12,2%, il Belgio con il 10,9% e chiude la Svezia con il 7,3%. Tornando ai dati italiani, emerge

che i principali evasori sono gli industriali (31,9%), i bancari e gli assicurativi (28,2%), seguiti da commercianti (11,8%), artigiani (10,6%), professionisti (9,1%) e lavoratori dipendenti (8,4%). A livello territoriale, invece, l'evasione è diffusa soprattutto al Sud (34,5% del totale nazionale), seguito dal Nord Ovest (26,5%), dal Centro (20,1%) e dal Nord Est (18,9%).

Italia prima in Europa per evasione. Dai dati è inoltre emerso che solo un cittadino su cinque è consapevole del motivo per cui paga le tasse, mentre quattro su cinque intervistati si considerano sudditi di un'amministrazione finanziaria troppo burocrattizzata che non eroga i servizi sociali dovuti, violando i diritti dei contribuenti. E sempre in tema di entrate tributarie va spiegata la querelle scoppiata tra Bankitalia e Ministero del Tesoro. Secondo il Supplemento di Finanza pubblica della Banca

d'Italia ad agosto le entrate tributarie sono diminuite rispetto al mese precedente e rispetto allo stesso periodo del 2007. Ecco le cifre: in agosto il gettito si è fermato a 31,6 miliardi di euro, contro i 34,6 miliardi di euro di dodici mesi prima. Così l'incremento cumulato dei primi 8 mesi rallenta e si ferma ad un +3,5%, quasi due punti sotto il +5,4% segnato nei primi sette mesi dell'anno. In calo anche il dato mensile: a luglio scorso si era superata la quota dei 40 miliardi di euro. Ma dopo poche ore arriva la correzione del Tesoro che in un comunicato spiega che "non è vero, i dati corretti segnalano un aumento di oltre un miliardo di euro". In particolare il Tesoro e l'Agenzia delle Entrate sottolineano che non c'è "nessuna forte frenata" del gettito e che il rallentamento dal 5,4% di crescita di luglio al 3,5% di agosto è dovuta soltanto ad una diversa tempistica per gli studi di settore, a cui si è aggiunto un calo dell'Iva per la crisi dei consumi. *MSN Money - Mia economia*





# Sicurezza e salute dei lavoratori: revisione del sistema delle sanzioni introdotte

Raffaele Tritto RSPP

**R**evisione del sistema delle sanzioni

Con il Testo Unico il capitolo dedicato alle sanzioni è quello più duro dell'intera riforma. Infatti il nuovo sistema sanzionatorio contempla la pena dell'arresto nei casi più gravi di infrazioni, tra cui l'omessa valutazione dei rischi. I livelli di sanzione sono quattro:

1° - una sanzione amministrativa per le infrazioni non punite con sanzione penale

2° - una sanzione penale della sola ammenda per le infrazioni formali

3° - una sanzione penale alternativa all'arresto o all'ammenda per le infrazioni punite con sanzione penale

4° - una sanzione penale, solo arresto, a carico dei datori di lavoro in alcuni casi di particolare gravità.

Le infrazioni punite con la sola pena dell'arresto sono la mancata valutazione dei rischi e redazione del documento di valutazione dei rischi o carenza dei principali elementi previsti dall'art. 28 del D.Lgs. 81/2008 nei casi di:

- Aziende a grande rischio (art. 31 c. 6, lett. a, b, c, d, f);
- Aziende in cui si svolgono attività che espongono i lavoratori a rischi biologici, da atmosfere esplosive, cancerogeni mutageni e da attività di manutenzione, rimozione smaltimento e bonifica di amianto;

- Cantieri temporanei o mobili nei quali vi è la presenza di più imprese, la cui entità presunta di lavoro non sia inferiore a 200 uomini-giorno. La pena dell'arresto, da 4 a 8 mesi, può essere convertita in un'ammenda da € 8.000,00 a € 24.000,00 se risultano eliminate le irregolarità, le fonti di rischio e le eventuali conseguenze dannose ad eccezione dei casi in cui:
  - la violazione abbia avuto un contributo causale nel verificarsi di un infortunio sul lavoro;
  - il fatto sia stato commesso da soggetto che abbia già riportato condanna definitiva per la violazione di norme relative alla prevenzione degli

infortuni sul lavoro, ovvero per i reati di lesioni o omicidio colposo, limitatamente all'ipotesi di violazione delle norme relative alla prevenzione degli infortuni sul lavoro. Con il Testo Unico tutte le sanzioni previste, penali ed amministrative, sono raddoppiate ed in alcuni casi triplicate rispetto alle precedenti normative.

Le sanzioni penali ed amministrative sono previste per l'inosservanza dei seguenti articoli:

Art. 17 - obblighi del datore di

lavoro non delegabili;

Art. 18 - obblighi del datore di lavoro e del dirigente;

Art. 19 - obblighi del preposto;

Art. 20 - obblighi dei lavoratori;

Art. 21 - obblighi dei componenti dell'impresa familiare;

Art. 22 - obblighi dei progettisti;

Art. 23 - obblighi dei fabbricanti e dei fornitori;

Art. 24 - obblighi degli installatori;

Art. 25 - obblighi del Medico Competente;

Art. 26, comma 1 lett. a, b - obblighi del datore di lavoro e dirigenti

Art. 26, comma 8 - tessera di riconoscimento;

Art. 29, comma 4 - documento di valutazione dei rischi e documento unitario di valutazione dei rischi;

Art. 34 - datore di lavoro che assume l'incarico di RSPP, P.S. e prevenzione incendi;

Art. 35, comma 2 - riunione periodica;

Art. 36, comma 1,2 e 3 - obblighi di informazione di ciascun lavoratore;

Art. 40 - obblighi del Medico Competente in relazione ai rapporti con il SSN;

Art. 41 - obblighi del Medico Competente relativi alle cartelle sanitarie e sorveglianza sanitaria;

Art. 43, comma 1 e comma 4 gestione delle emergenze e primo soccorso;

Art. 46, comma 2 - prevenzione incendi.



**PROMOMEDIA**  
PUBBLICITÀ E MARKETING

**Target Centrato.  
Sempre!**

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

# Libro paga e matricola in soffitta istituito il " libro unico del lavoro"

Domenico Pastoressa - Consulente del lavoro

**D**al 1° gennaio 2009 diviene obbligatorio istituire ed adottare il Libro Unico del Lavoro - LUL - ; prima di tale data i datori di lavoro potranno continuare ad utilizzare il libro paga e presenze o i prescritti registri dei lavoratori a domicilio, debitamente aggiornati, compilati e vidimati. Al fine di razionalizzare e semplificare gli adempimenti di natura formale nella gestione dei rapporti di lavoro, sono stati aboliti i libri paga e matricola, il registro d'impresa (per le aziende agricole) ed il registro committenti (per i lavoratori a domicilio). Al loro posto la norma prevede l'istituzione del " LIBRO UNICO del LAVORO ". - LUL - Il libro unico del lavoro, dovrà essere istituito da tutti i datori di lavoro privati, ad esclusione dei datori di lavoro domestico, che occupano lavoratori subordinati, collaboratori coordinati e continuativi e associati in partecipazione con apporto lavorativo. Lo stesso, assumerà la funzione di documentare lo stato effettivo di ogni singolo lavoratore e/o collaboratore in merito al proprio rapporto lavorativo e agli organi di vigilanza, lo stato occupazionale e le modalità operative dell'impresa.

Nel L.U.L. devono essere annotati i dati anagrafici, contrattuali, previdenziali e fiscali dei lavoratori subordinati, parasubordinati, collaboratori ed associati. Il libro unico deve essere custodito nel rispetto delle vigenti normative in materia di protezione dei dati personali e conservato dal datore di lavoro per 5 anni dalla data dell'ultima registrazione. Per consentire un corretto adeguamento alle nuove disposizioni delle complesse procedure di istituzione e gestione del libro unico, è previsto un regime transitorio durante il quale sarà possibile per i datori di lavoro continuare a tenere il libro unico del lavoro mediante la corretta tenuta del "vecchio" libro paga. Il regime

transitorio è previsto fino al 1° gennaio 2009, data dopo la quale il LUL sarà obbligatorio. Il ministero del lavoro, abroga la possibilità di tenere manualmente il libro unico. E' prevista quindi, una tenuta totalmente elettronica dei libri con modalità completamente informatica che si presta a libere modalità organizzative, anche se nel rispetto della norma.

Il L.U.L. può essere tenuto presso la sede legale del datore di lavoro oppure presso la sede di un soggetto autorizzato alla tenuta dei libri e della documentazione di lavoro: consulenti del lavoro, altri professionisti abilitati, centro servizi e di assistenza alle associazioni di categoria autorizzati. Dopo 50 anni di storia, quindi, i libri paga e matricola oltre al registro d'impresa nel settore agricolo vanno in soffitta. Il nuovo libro unico nasce prendendo atto dei sistemi tecnologici già esistenti accorpando al cedolino paga tenuto con i sistemi meccanizzati, i dettagli delle presenze al lavoro dei dipendenti occupati. Sul fronte del regime

sanzionatorio si rileva un orientamento soft. Vengono progressivamente ridotte le sanzioni in materia di istituzione, tenuta, esibizione, registrazione e conservazione dei libri obbligatori.

Il regime vigente è decisamente meno punitivo rispetto al passato. Viene ad esempio abrogata la maxi sanzione ( da 4000 a 12000 euro) prevista per la omessa istituzione, tenuta o esibizione dei libri matricola e paga. C'era la necessità di rivedere le rigidità e le incongruenze che accompagnano la gestione del rapporto di lavoro.

Dopo l'abrogazione della norma sulle dimissioni on-line, dopo il ritorno del lavoro intermittente, gli straordinari senza notifica, l'abolizione del divieto di cumulo tra pensione e lavoro ecco la cancellazione di libro matricola e paga e l'introduzione del libro Unico. Regole più semplici e trasparenti, che senza toccare le tutele dei lavoratori, vogliono affrontare le riforme con spirito pratico - operativo e si rivelino funzionali a competitività e riduzione dei costi.



**negroni** DAL 1912

**FINI**

**Gadaleta Rappresentanze Snc  
di Costantino & C.**  
Via Re David, 40 - 70125 BARI  
Tel. - Fax : 080 - 542 12 08 - 556 46 82  
e.mail: gada.rap@libero.it

**RAPPRESENTANTE  
PER BARI E PROVINCIA**





# Arriva la carta sociale ecco come funziona

Marina Carrozzini

**L**a carta sociale è stata pensata per le famiglie che hanno ovviamente un reddito basso.

È destinata ai cittadini residenti che hanno più di 65 anni ed un reddito complessivo inferiore ai 6.000,00 euro annui.

Funziona come un comune bancomat, sarà di color azzurro e soprattutto non sarà personalizzata e quindi non riporterà nome e cognome del titolare, proprio per non segnare socialmente i portatori. Si potrà utilizzare esclusivamente per acquisti di prima necessità e per accedere automaticamente alle tariffe sociali ENEL che garantiscono un risparmio del 20% circa sulle bollette di energia elettrica. Sarà caricata ogni due mesi per un importo



complessivo di 480,00 euro annui e si potrà utilizzare per fare acquisti su un circuito telematico ad esempio pagare nei supermercati che hanno un Pos. Sarà destinata anche alle famiglie in cui sia presente almeno un bambino di età inferiore ai tre anni e che abbiano un reddito totale inferiore ai 6.000,00 euro annui. Nel reddito non si include la prima casa e non avrà diritto alla carta chi ha altre abitazioni di proprietà, più di un autoveicolo o un patrimonio mobiliare superiore a 15.000,00 euro.

Le domande potranno essere presentate presso gli sportelli delle Poste Italiane dal 1 al 31 dicembre, corredate del modello ISEE

che certifica la situazione di "disagio economico".

Chi presenterà la documentazione e sarà in possesso dei requisiti, riceverà direttamente la carta sulla quale verrà accreditato l'importo di tre mesi: ottobre, novembre e dicembre 2008.

Le altre ricariche arriveranno bimestralmente e quindi saranno di 80,00 euro.

Tale iniziativa peserà sulle casse dello Stato circa 450 milioni di euro e si prevede una distribuzione di circa 1,2 milioni di tessere. Saranno inviate in questi giorni a tutti quei soggetti che dagli archivi risultano possessori dei requisiti sopra elencati, lettere contenenti tutte le informazioni per richiedere la "Social Card" e chi non dovesse riceverla, potrà comunque recarsi presso gli sportelli delle Poste Italiane per richiedere tutte le informazioni del caso.

# Nella scelta del marchio: l'estraneità al prodotto

avv. Guido Amodio

**Q**uando un soggetto decide di avviare un'iniziativa imprenditoriale, nella maggior parte dei casi non si pone alcun problema - almeno nella fase iniziale - sull'individuazione del segno distintivo che identificherà la sua attività.

La ragione sociale, infatti, coincide spesso o con il patronimico del titolare dell'azienda (in campo nazionale, tipici gli esempi di BARILLA, DIVELLA, NATUZZI, ecc.) o con un acronimo dei nomi dei soggetti coinvolti, oppure con un esplicito richiamo al settore di attività di cui si occuperà la costituenda società.

La scelta del neonato imprenditore, infatti, è fortemente condizionata da una delle sue più grandi preoccupazioni iniziali, rappresentata dall'esigenza di riuscire, nel più breve tempo possibile, a rendere visibile e riconoscibile agli occhi dei terzi la propria attività: oltre all'impegno promo-pubblicitario, questa esigenza viene più o meno attuata attraverso un richiamo esplicito all'attività esercitata ovvero ai prodotti realizzati e/o

L'avv. Guido Amodio si occupa di diritto industriale e oltre 10 anni fa ha fondato, con altro collega, lo studio associato RUSSO - AMODIO & PARTNERS, con sede a Bari, specializzato nella tutela di tutti gli aspetti della proprietà industriale ed intellettuale. Per specifiche richieste potete scrivere all'indirizzo email [guido@studiodilegaleamodio.it](mailto:guido@studiodilegaleamodio.it).

commercializzati. Tipici e banali esempi, sono costituiti da "LA RAPIDA" e "URGENTISSIMA" per le società che si occupano del disbrigo di pratiche in genere, "QUI MUTUO" e "PRESTITO FACILE" per le società finanziarie e di prestiti al consumo,

"PROFESSIONE CASA" per le agenzie immobiliari e così via. Forse non tutti sanno che contrariamente a quanto sin qui detto, le prescrizioni da seguire nella scelta di un marchio sono di segno diametralmente opposto. E ciò principalmente per una semplice motivazione.

Come ho già avuto modo di precisare, la funzione tipica del marchio è quella distintiva di un'azienda e/o di un prodotto: ciò potrebbe effettivamente far ritenere che esso possa - o debba - contenere un esplicito riferimento alla tipologia e/o alle qualità di ciò che contraddistingue.

Tale esigenza però, si scontra con quella - senza dubbio di portata ben più ampia - del libero mercato e della libera concorrenza: il marchio, infatti, per espressa previsione normativa, attribuisce al suo titolare l'uso esclusivo del segno (l'art. 20 del Codice della

Proprietà Industriale, intitolato "Diritti conferiti dalla registrazione" dispone testualmente che "I diritti del titolare di un marchio d'impresa registrato consistono nella facoltà di fare uso esclusivo del marchio").

È evidente pertanto che l'ordinamento non può attribuire ad un unico soggetto l'uso esclusivo di una parola identificativa di un prodotto (es.: "merendina" per un'azienda di dolci, "armadio" o "libreria" per una fabbrica di mobili, "pasta" per un'azienda alimentare, ecc.) o delle sue qualità peculiari ("sgrassante" per un detersivo per stoviglie,



"comodo" per un divano, ecc.) perché in tal modo verrebbe irrimediabilmente leso il diritto dei concorrenti di utilizzare parole uguali o simili per indicare il loro prodotto. Per tale motivo, nella disciplina dei marchi vige il principio della estraneità del marchio al prodotto che contraddistingue.





# 1427 MILIARDI DI EURO\*

**\_FATTURATO COMPLESSIVO REALIZZATO DAI 1130 CEO INTERVISTATI NEL GLOBAL CEO STUDY 2008**

Le reputazioni si costruiscono con i risultati. Oggi puoi trarre vantaggio dall'esperienza di 1130 CEO e business leader\*\* a livello mondiale. Un compendio di opinioni raccolte nella più completa ricerca che abbiamo mai effettuato sui CEO. Ti consentirà di approfondire i significativi cambiamenti nel mondo del business e conoscere come questi innovatori utilizzano la loro competenza per posizionare le rispettive aziende nel futuro.

**CONSULTA "L'IMPRESA DEL FUTURO" SU [IBM.COM/DOING/IT/CEOSTUDY](http://IBM.COM/DOING/IT/CEOSTUDY)**

**BASTA PARLARE. INIZIAMO A FARE.**

**IBM**

\* Il fatturato complessivo è una stima ed equivale a 2.224 milioni di dollari (EUR/USD = 1,56 al 28/05/08). \*\* I CEO intervistati comprendono direttori generali e dirigenti di aziende del settore pubblico e privato a livello internazionale. Il fatturato è stimato, in quanto i dati non sono disponibili per tutte le imprese. IBM, il logo IBM, [ibm.com](http://ibm.com) e STOP TALKING START DOING sono marchi o marchi registrati da IBM Corp. negli Stati Uniti e/o in altri Paesi. Altre denominazioni ivi citate possono essere marchi registrati dei rispettivi titolari. © 2008 IBM Corp. Tutti i diritti riservati.



# Novità nei Cash and Carry

## Vernel Cristalli

Dall'esperienza pluriennale di Vernel nasce oggi "Vernel Cristalli", il primo ammorbidente in cristalli. Oltre a garantire la tradizionale morbidezza tipica di Vernel, i cristalli donano un profumo intenso e di lunga durata sui capi: ciò è reso possibile grazie all'inserimento direttamente nel cestello a diretto contatto con il bucato ad inizio del lavaggio. La forma solida rivoluzionaria per la categoria, strizza l'occhio anche all'ambiente. Con la riduzione dell'ingombro degli imballi è anche minore la percentuale di plastica da riciclare dopo l'uso. Disponibili tre profumazioni in confezioni da 480gr in imballi da 10 pezzi.



## Johnson's bagno schiuma

Cambia la confezione del bagno schiuma Johnson's ma rimane identica la garanzia di un marchio di qualità. Un rinnovamento che ha coinvolto anche la classica linea "natura morbida".

L'idratazione della pelle resta identica come la delicatezza della Johnson's nella versione idratante, rilassante e vellutante. La nuova grafica evidenzia la preziosità e la naturalità della formula.

Disponibili tre profumazioni in confezioni da 750ml in cartoni da 12 colli.



## Burn Gum

Burn Gum è la nuova gomma da masticare senza zucchero con edulcoranti e caffeina della The Coca-Cola Company. Dal drink energetico alle gomme da masticare un prodotto nuovo dal packaging elegante dai colori accattivanti, sfondo nero con "fiamme" giallo-arancio, e dai confetti rossi. Le Burn Gum sono vendute in pacchetti da 28 gomme e imballi da 20 clickbox.



## Pasta Lori

Pasta Lori nasce nel 1995 ad Altamura in Puglia, nel Sud d'Italia, grazie all'abilità imprenditoriale della famiglia Loizzo, che con successo continua la quarantennale tradizione di industriali molitori. Specializzata nella produzione di pasta di grano duro in vari formati e consistenza. Disponibili nei Cash i formati di pasta lunga: spaghetti, bucatini, linguine; di pasta corta: penne, rigatoni, gomiti e il formato speciale di pasta casereccia.



# Cioccolato: passione trasmissibile



**C**'è un luogo a Perugia dove tradizione e modernità, arte e passione per il cioccolato s'incontrano. È la Casa del cioccolato Perugina, ove è possibile scoprire, conoscere, giocare, imparare e, ovviamente, gustare il cibo degli dei. Un'esperienza da regalare a se stessi o a chi vi è più vicino per le prossime feste natalizie e da godere nel momento più opportuno dell'anno prenotandosi al numero verde 800 800 907 (su espressa richiesta il call center può segnalare a quali agenzie rivolgersi per organizzare il pernottamento in loco). Una

visita alla Casa del Cioccolato dà l'opportunità di ripercorrere i percorsi proposti dalla Scuola del Cioccolato Perugina (il calendario è consultabile anche tramite il sito [www.perugina.it](http://www.perugina.it)), un luogo magico dove scoprire i segreti del cibo degli dei e imparare a utilizzarlo nel modo più corretto



la storia del cacao e quella centenaria della Perugina ricostruite nel Museo Storico. Ma anche di vedere con i propri occhi come il cacao si trasforma nel Bacio, il cioccolatino più famoso al mondo, o diventa una Sfoglia di Nero Perugina, percorrendo un apposito camminamento sopraelevato allestito dall'azienda sopra i reparti produttivi della fabbrica del cioccolato perugina. È inoltre un'occasione per diventare cioccolatieri per un giorno, scegliendo di frequentare uno dei tanti corsi e fantasioso. Da una delle 14 postazioni di lavoro, guidati da maestri cioccolatieri ciascuno potrà creare le proprie personali piccole delizie. Da settembre a maggio, infatti, la scuola offre un calendario corsi molto fitto e diversificato per target, andando così incontro alle esigenze di un pubblico ampio. Ultima tappa del ricco percorso proposto dalla Casa del cioccolato è il Gift Shop, un fornito punto vendita con le novità più esclusive e raffinate dell'ampia gamma di prodotti Perugina. M.C.

**GRUPPO SAI FONDIARIA**

Rodolfo De Sario **Agente Generale**  
Via Monte S. Michele, 7 Bisceglie Tel. 080 399 13 03





## Snowboarding o snowboard

Lo snowboarding, conosciuto in Italia anche semplicemente come snowboard, è uno sport di scivolamento, nato negli anni 60 negli USA. Lo si pratica scivolando sulla neve agganciati ad una tavola costruita a partire da un'anima di legno. La tavola è provvista di lamine e soletta in materiale sintetico simili a quelle dello sci. Lo snowboarding è divenuta disciplina olimpica nel 1998. Ai Giochi olimpici invernali del 2006 si sono disputate anche le gare di snowboardcross, sia maschile che femminile. Esistono tre stili diversi di snowboard: freestyle, freeride e snowboard alpino. Benché gli stili siano effettivamente diversi, essi si sovrappongono e spesso è difficile separare nettamente la pratica dell'uno o dell'altro, specialmente nel caso del freeride e del freestyle. Il freeride è lo stile più comune che comporta meno difficoltà.



## Le nuove tendenze della stagione sciistica 2008/09

**È** una stagione della neve con diverse e importanti innovazioni tecniche, ma soprattutto una tendenza che emerge e «rubica» allo snowboard l'interesse dei giovani, il ritorno ai due sci. In realtà dietro c'è la stessa voglia di colori, acrobazie, adrenalina. A sentire gli adepti le differenze sarebbero enormi, e tecnicamente hanno ragione: chi fa freestyle salta, scorre, ruota e si esalta nelle strutture degli snowpark; chi predilige il freeride non brama altro che pendii di neve fresca da solcare e speroni da cui spiccare voli. Che poi sono anche gli stessi desideri degli snowboarder: fantasia, divertimento. Un po' esclusi gli sciatori da pista (restano ancora la parte più consistente del mercato), che sempre modellano la loro passione sugli slalom dei campioni di Coppa del Mondo. Sono dunque ormai queste le quattro tribù dello sci da discesa, cui va ancora aggiunta la setta degli scialpinisti, che continua ad ingrossarsi con l'arrivo di chi

rifugge da clamori e mode. A tutti l'industria legata allo sci presta attenzione e per tutti crea di continuo attrezzi dove trasferisce conoscenze e ricerche scientifiche, e rimodella strategie di marketing. Con una costante, la contiguità con la tecnologia aeronautica. Di cui «spia» soprattutto i materiali, avendo identiche esigenze basate su criteri di leggerezza, elasticità resistenza alle torsioni, e in presenza di basse temperature. Questo inverno si rafforzerà la tendenza del freeride e del freestyle. Tradotto: neve fresca e fuoripista, evoluzioni e adrenalina. Forse un punto d'incontro tra sci tradizionale e fantasia dello snowboard. Ma grosse fette del pubblico giovanile sta migrando dalla tavola ai «twin tips», due sci con punta e code arrotondate (e lamine rinforzate), continuando a realizzare evoluzioni e salti

negli snowpark. Altri amano gettarsi su distese vergini e nei boschi con i «fat ski», molto più larghi (anche 176 mm) e sempre a punte rotonde. Il mercato, avvertiti i segnali già lanciati da un paio di anni, asseconda questo nuovo filone.

E c'è chi pensa a soluzioni miste adatte a



pista e neve fresca, fra queste un ottimo nuovo attrezzo è il Salomon Tornado. Ma fioriscono i modelli di sci per le nuove tendenze, dalle grafiche di ogni stile ma sempre estrose, che ripercorrono ogni filone artistico, dalla pop art allo psichedelico, dal fumetto al floreale. Tutte le grandi case li inseriscono in catalogo, ma oggetto del desiderio sono i prodotti firmati.

[www.lastampa.it](http://www.lastampa.it)



# Come salvarsi dallo stress dei regali di Natale:

**N**on c'è crisi economica o finanziaria che tenga: agli italiani piace ancora molto comprare i regali di Natale. Lo afferma una recente ricerca condotta da Research International che ha rilevato come del campione di intervistati ben l'87% abbia dichiarato di amare fare regali.

È però cambiata la scala di criteri di scelta del dono natalizio. Al primo posto, infatti, a sostituire l'utilità dello stesso si prenderà in esame il budget a disposizione. E in ultimo verrà considerata l'originalità del regalo. Si prevedono inoltre molti acquisti on-line, perché comprare in internet è diventato comodo, veloce e, soprattutto, sicuro. Ma attenzione a non sbagliare regalo. Lo

scorso anno, infatti, secondo una ricerca dalla



Doxa, gli italiani hanno ricevuto 29 milioni di regali sbagliati. Nel 57% dei casi i doni sotto l'albero erano inadatti; addirittura inutili nel 22%. Il regalo sbagliato è spesso comprato con ansia per la difficoltà di trovare la cosa giusta per la persona a cui è destinato il regalo. Alcune volte per salvarsi si prova a ricorrere alle mode che vedono trionfare gli

ipertecnologici e ipercostosi iPhone, iPod, xbox 360, PS3 Sony, Nintendo Wii ma anche qui non sempre si indovina. È dunque possibile salvarsi dallo stress da regalo? Per capirlo proviamo a metterci nei panni del povero padre di famiglia. Ai figli un regalo proprio non si può negare, soprattutto se credono ancora che Babbo Natale sia un vecchio benefattore, di quelli che in giro ormai non si trovano più... In tal caso il nostro papà non avrà difficoltà a far credere che TeletubbyLandia esista e potrebbe cavarsela regalando il buon Tinky Winky o i



suoi strambi amici in calzamaglia colorata con un'antenna in testa. invece credete ancora nelle serate di socializzazione di tutta la famiglia attorno a un tavolo o meglio se riuscite ancora a tenere i figli a casa...e volete fargli rivivere le vostre serate invernali passate a pane e risiko allora non potrete farvi mancare il classico gioco da tavola. Risiko, appunto ma anche Cluedo, Taboo e Hotel, grazie a quest'ultimo potete anche provare a dare lezioni di economia spicciola, suggerendo ai vostri figli di non comprare edifici contraendo mutui con la banca che poi non potrebbero più sostenere. E così di questi tempi anche

non risulterà tempo perso. Se siete amanti della vita all'aria aperta o siete stanchi di fare gli autisti ai vostri ragazzi non c'è di meglio che regalar loro una bella bicicletta Atala, certo non sarà facile impacchettarla sotto l'albero e vostro figlio vi guarderà male perché fuori sta nevicando e dovrà lasciare la bici in garage ma potete considerarlo sempre un investimento.

In america il video game Guitar hero è diventato un vero cool. Grandi e piccini si divertono a immedesimarsi nei panni dei vocalist delle rock band. Se la vostra





# idee originali e utili per tutta la famiglia

bambina non fa altro che cantare i ritornelli delle rock star allora nella sua camera non potranno mancare un microfono e una chitarra, delle sue eroine preferite le Wings. Ma attenti perché oltre che nei timpani rotti potreste incorrere in altri effetti collaterali.

Magari, infatti, tra qualche anno la vostra "bambina" potrebbe chiedervi di andare in tv ai provini di X Factor. In tal caso vi



suggeriamo di registrare le sue performance, così quando vi farà la faticosa domanda potete farle rivedere nel salotto di casa davanti ai suoi amici i suoi show infantili e a quel punto sapete che si vergognerà a tal punto da risparmiarvi la parte del papà cattivo. I problemi iniziano però quando ci si sposta al regalo per la mamma. Bisognerà, infatti, prima convincerla a rinunciare ai gioielli. Occhio perché vi potrà rispondere che di questi tempi l'oro costituisce un bene rifugio.

Ma se voi avrete preventivamente sabotato l'aspirapolvere che un mese fa vi aveva detto essere falsamente rotto accetterà di buon grado in regalo un nuovo vaporetto Polti.

Magari adolcite il tutto con un trolley



e la promessa di un prossimo viaggio insieme, naturalmente con data da definirsi...

Il vero problema è rappresentato dalla suocera. In tal caso

una valigia sarebbe il regalo meno indicato, potrebbe fraintendere le vostre "migliori intenzioni". Se, però, è in là con gli anni e lamenta problemi ai piedi allora in gioco è fatto. Con l'idromassaggiatore plantare la farete sicuramente felice. Certo non è molto elegante come regalo ma se lo scarterà in presenza dei nipotini non potrà non sorridervi e poi dopo il primo utilizzo vedrete che vi tratterà in modo diverso.

E siamo finalmente arrivati a voi. Cosa farvi regalare o meglio cosa regalarvi. Se siete degli amanti dei fai da te, se siete riusciti a ritagliarvi un angolo della casa in cui dedicarvi al bricolage, se quando eravate un po' più giovani vi chiamavano black&decker allora non perdetevi un trapano avvitatore a batteria con valigetta per non rinunciare più alle

vostre sicurezze.

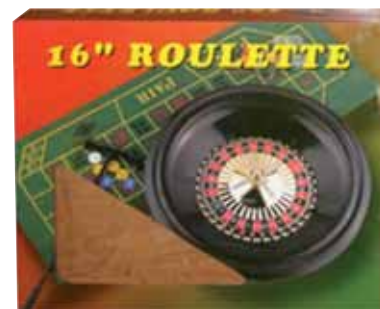
E infine se volete concedervi una serata per soli uomini e impressionare i vostri amici amanti del tavolo verde potete riprodurre nel vostro salotto atmosfere degne di i



Montecarlo regalando una roulette casinò con tanto di accessori e un mescolatore automatico di carte per allontanare ombre di possibili raggiri. Il divertimento sarà assicurato e rimarrà tra voi che il valore delle fiches non superava un euro.

Poi prima che rientri vostra moglie accendete una candela assorbi odori, fate un ultimo giro della speciale roulette a cicchetti per dimenticare tutto.

E se qualcosa non è andata come speravate ripetetevi ciò che diceva Oscar Wilde "In questo mondo non vi sono che due tragedie: una è causata dal non ottenere ciò che si desidera, l'altra dall'ottenerlo. Quest'ultima è la peggiore, la vera tragedia".



1. Atala mountain bike Shark 26" alluminio nero cambio shimano
  2. Risiko, Hotel, Cluedo, Taboo - 3. Winx chitarra elettrica + microfono - 4. Trapano avvitatore a batteria in valigia - 5. RUI6 Roulette casinò
  6. Polti vaporetto eco pro 3000 - 7. Mescola carte automatico
- Tutti gli articoli sono disponibili presso i punti vendita Bliz oppure acquistabili on-line dal sito [www.bliz.eu](http://www.bliz.eu)

# "Le reminiscenze serie e semiserie... di Rocco Nanna"

Antonio De Lorenzo

**È** uscita, per "I tipi" della nota casa editrice fiorentina Pananti, la nuova opera letteraria di Rocco Nanna, procuratore generale ad lites di Unicredit Credit Management Bank, noto

sia per essere da sempre "avvocato di banca", con studi in Bari, Roma e Milano, sia per le sue riconosciute qualità letterarie.

Dopo il successo di "ADDENDA Manuale per l'operatore bancario", edito dalla Cacucci di Bari, pubblicata nel 2000 e da tempo esaurita, illustrata

con umoristici disegni - alcuni anche graffianti - di Mino Maccari, l'avv. Nanna, che è anche instancabile organizzatore culturale, ha pubblicato questo libro "serio e semiserio", con arguzia ed ironia molto caratteriali, nel quale, come ha sottolineato il giornalista del Corriere della Sera, Angelo Alfonso Mezzina, ha dato "fondo alle sue memorie epistolari e fotografiche, fornendo lo spaccato di una città che rivive attraverso le sue luci e le sue ombre in politica, nella cultura e nell'arte e nelle feste di società". Il nuovo lavoro del Nanna è stato oggetto di lusinghiere recensioni sulla stampa nazionale, tra cui il Sole 24 Ore, La Nazione di Firenze, La Gazzetta del Mezzogiorno e così via, che hanno rimarcato la poliedrica personalità dell'Autore che ha sempre avuto la passione per l'Arte, quella con la "A" maiuscola, che Egli ha sempre coniugato con la Banca.

Nota, infatti, la sua frequentazione con Mino Maccari, Giacomo Manzù, Emilio Greco, Carlo Ludovico Raggianti, Alessandro

Parrochi, Beniamino Finocchiaro, Nino Tirinnanzi, Michele Zaza, Venturino Venturi, Elisabetta Ciancia, Anna Pacifico, Silvio Loffredo, Antonio Di Tommaso, Giuseppe Cassieri, quest'ultimo deceduto nell'ottobre 2008 in Roma, e Mario Ceroli, solo per citare alcuni nomi illustri di fama europea.

La Città di Lugano nel 1992 e la Provincia di Bari nel 2000 chiesero al Nanna in prestito alcune opere di Mino Maccari, delle quali l'avv. Nanna è fortunato possessore, per la realizzazione delle mostre antologiche del Fustigatore dei costumi e Genio dell'irriverenza. Maccari, nato nel 1898 e deceduto nel 1989, è stato Avvocato, ma al suo primo cliente consigliò "un avvocato vero". Fu Docente di Renato Guttuso all'Accademia di Belle Arti di Roma; fu anche Redattore capo alla Stampa di Torino, nonché fondatore del quindicinale "Il selvaggio", a cui collaborarono, tra gli altri, Morandi, Spazzapan, Mafai e lo stesso Guttuso.

Banca e Arte, dunque, un binomio inscindibile per il Nanna, il quale nel suo nuovo libro, ha ricordato - a futura memoria - gli avvenimenti più salienti che hanno caratterizzato la sua frenetica attività professionale, sociale e culturale.

In copertina, disegnata dal suo amico d'infanzia Gaetano Grillo, docente all'Accademia di Belle Arti di Torino, "troneggia" un Rocco Nanna di appena cinque anni che vuol farsi strada col suo fucile a tracolla; un fanciullo del sud che - con i suoi enormi occhi neri - scruta e guarda tutti e che va incontro alla vita a schiena dritta ed a viso aperto, come ha rimarcato la scrittrice milanese Elisabetta Ciancia nella sua bella recensione pubblicata sulla nota rivista barese "Nel mese".

Il libro, quindi, rappresenta una "sorta di summa di vita di uno dei professionisti più noti di Bari, grande esperto in diritto bancario... La vita ufficiale dedicata alla banca

e all'avvocatura, quella parallela, forse la vita vera, dedicata all'arte, grazie al solido legame con il gallerista fiorentino Piero Pananti", come ha ricordato il giornalista Costa sul Sole 24 Ore. Decisamente divertente la corrispondenza ultradecennale intercorsa con lo statista Beniamino Finocchiaro, fratello del Vice Direttore Generale di Bankitalia, già Vice Ministro del Tesoro e Presidente della Commissione per la revisione del bilancio dello Stato, anch'Egli scomparso, dove spesso



Il Maestro Ceroli (a sinistra) e l'avv. Nanna

l'affettuoso umorismo dà la misura di un profondissimo e sincero legame.

Ed è sempre la scrittrice milanese Elisabetta Ciancia a ricordarci "il ritratto a tutto tondo del "Padre putativo" Beniamino Finocchiaro, nel quale "la dimensione affettuosamente e giocosamente umana nulla toglie alla statura e al rigore del politico di razza e grand commis dello Stato". I più vivi apprezzamenti, quindi, devono essere rivolti non solo all'Autore, ma anche all'editore Piero Pananti di Firenze, che ha riconosciuto le potenzialità del Nanna rovistando in uno scatolone, distrattamente lasciato in disparte, dal quale faceva capolino un piccolo disegno di Silvio Loffredo, suo insegnante di disegno negli anni 1962-1963 e, dopo, prestigioso docente di pittura all'Accademia di Belle Arti di Firenze, grande amico di Oscar Kokoschka, considerato il padre dell'espressionismo austriaco.

il tuo annuncio gratis!

inserisci gratuitamente il tuo annuncio su [www.migro.it](http://www.migro.it)





**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 Lorizzo

**Hanno collaborato:**

Guido Amodio  
Eugenio Benetazzo  
Michela Caiapic  
Marina Carrozzini  
Antonio De Lorenzo  
Bartolo Di Pierro  
Viviana Minervini  
Domenico Pastoressa  
Angela Poli  
Paolo Prevati  
Massimiliano Sassoli  
Raffaele Tritto

**Stampa:**

Incentive Promomedia s.r.l. - Bari

REGISTRAZIONE TRIBUNALE DI  
TRANI N° 8/08 DEL 29/07/08  
ISCRIZIONE AL R.O.C. 11645

© TUTTI I DIRITTI RISERVATI

Tutti i diritti di riproduzione, adattamento totale o parziale con qualsiasi mezzo, nonché i diritti di traduzione sono riservati per tutti i paesi. Ogni riproduzione, totale o parziale, sotto qualsiasi forma, anche a uso interno o didattico, se non espressamente autorizzata dall'Editore, è vietata a norma di legge. L'Editore non si assume alcuna responsabilità per l'utilizzo dei marchi o slogan usati dagli inserzionisti e per eventuali errori presenti nella pubblicazione; testi e foto sono puramente indicativi.

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

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

E-mail: [info@lacittaoggi.it](mailto:info@lacittaoggi.it)  
[www.lacittaoggi.it](http://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, sono ormai diventato un affezionato lettore della vostra rivista e apprezzo molto il dialogo con i lettori e clienti che avete avviato. Finalmente sono riuscito a trovare un po' di tempo per porvi un quesito che mi riguarda direttamente come cliente del Cash di Terlizzi. Ho avuto modo di leggere proprio su "Migro informa" che in alcuni Cash Migro è in funzione il prezzo elettronico. Come mai a Terlizzi manca questo servizio? Ogni tanto mi capita di riscontrare, infatti, discrepanze tra il prezzo a scaffale e quello in fattura. Grazie

Francesco De Chirico - Terlizzi

Gentile Sig. De Chirico  
Siamo consapevoli che, per una svista o per un errore umano, a volte il prezzo a scaffale non sia stato aggiornato, sia stato invertito con quello di un altro articolo, sia caduto dal frontalino e così via. Ed è proprio per eliminare il rischio di verificarsi di questi inconvenienti sono state introdotte le etichette elettroniche. Un investimento messo in bilancio dal 2002 con l'allestimento del Cash & Carry di Tortona in provincia di Alessandria e stanziato per tutte le successive aperture di nuove sedi. Nei prossimi esercizi non mancheremo di compiere ulteriori sforzi economici, sempre nell'ottica della soddisfazione del cliente, prevedendo l'introduzione

delle etichette elettroniche anche nella nostra sede storica, Terlizzi, avanguardia dell'affermazione del marchio Migro.



Girando per i mercati della Puglia ho spesso l'occasione di ascoltare la gente che a dir la verità più numerosa sta venendo al mio bancone. Tutti lamentano la crisi di cui tanto parlate e si sta attrezzando per porvi rimedio. Tutti però ci chiedono se ci sono prodotti in offerta. Noi non possiamo mettere tutto in offerta e possiamo farlo su alcuni prodotti solo se voi distributori ci date una mano. Per favore aiutateci a fare questa politica di convenienza.

M.V. - Modugno

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

Gentile Lettore, Cash & Carry Migro sono sempre in prima linea, accanto a tutti Voi esercenti, nella sfida giornaliera del mercato. Venga a visitarci costantemente e verificherà che la nostra offerta, oltre che ricca di prodotti di varie fasce di prezzo, è sempre al miglior prezzo e prevede un gran numero di referenze in promozione.

Mi sono trasferito al Nord da qualche anno e sfogliando

la vostra rivista sono stato colpito dall'articolo sul pranzo della domenica con la famiglia. Devo essere onesto, è la cosa che mi manca maggiormente del mio essere lontano da casa. Non per una questione di convenienza ma per una ragione "sentimentale". Volevo esprimervi queste mie considerazioni e augurarvi buon lavoro.

Nicola Amoruso - Livorno

Il suo sentimento si chiama "nostalgia" un desiderio di ritorno a luoghi e tempi che evocano ricordi cari. E come non capirla: il pranzo della domenica, racchiude in sé, una serie di simboli dei valori della famiglia, del calore della casa, e del piacere dello stare insieme. Le auguro che in vista delle prossime festività potrà colmare questa distanza dalla sua terra d'origine, e potrà trascorrere un Santo Natale in compagnia della sua famiglia.

Un augurio di buon Natale  
a tutti i Lettori  
Viaviana Minervini

**Abbonati a Migro informa**

puoi ricevere la tua copia tramite abbonamento postale  
oppure iscrivendoti gratuitamente alla newsletter sul sito  
[www.migro.it](http://www.migro.it)






# Cinque buoni motivi per scegliere

## Ampio catalogo

facile e rapido da consultare su [www.migro.it](http://www.migro.it)

## Trasmissione diretta

degli ordini solo tramite internet senza agenti e intermediari 24 ore su 24

## Prezzi imbattibili

e numerose attività promozionali costantemente aggiornate

## Preparazione e consegna

della merce in tutta Italia entro 48 ore

## Nessun vincolo

compri solo se ti conviene massima trasparenza

Gli articoli raffigurati all'interno sono in promozione nei Cash and Carry Migro

### Terlizzi (Ba)

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

### Modugno (Ba)

S.S. 96 Km 118,400  
Tel. - Fax 080 532 22 22

### Massafra (Ta)

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

### Corigliano d'Otranto (Le)

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

### Frosinone (Fr)

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

### Collesalveti (Li)

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

### Tortona (Al)

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



[www.migro.it](http://www.migro.it)



*merry christmas*  
*merry christmas*  
*merry christmas*  
*merry christmas*  
*merry christmas*

