

# ome

INCONTRO

a pag. 2

Confesercenti a colloquio  
con l'assessore **Alessandro Giustini**

*Credito alle imprese e attività di animazione per favorire lo shopping sono i temi affrontati*



edizione di  
**CONFESERCENTI Arezzo**

Informazioni a cura della Confesercenti di Arezzo

via Fiorentina, 240 - 52100 AREZZO tel. 0575 984312 fax 0575383291 www.confesercenti.ar.it info.arezza@confesercenti.ar.it

€ 0,26

Nr. 15 - Anno X

aprile 2010

EDITORIALE "SMS NO SOS"



## Un progetto per i giovani

SMS NO SOS" un progetto per i giovani residenti nella provincia di Arezzo, per la loro sicurezza e per la tranquillità dei loro familiari è quello ideato da Confesercenti Arezzo e che partirà nei prossimi mesi grazie al finanziamento della Regione Toscana e al patrocinio della Prefettura, della Provincia e del Comune di Arezzo. Un sabato sera in discoteca senza "alzare il gomito" è possibile ed è con questo slogan che Confesercenti si appresta ad avviare l'ambizioso progetto. Stop quindi all'alcol per prevenire le stragi del sabato sera.

Inviando un semplice Sms il guidatore designato, potrà entrare gratuitamente in discoteca il sabato sera impegnandosi a non bere alcolici e ad accompagnare

almeno tre amici o amiche nel locale da ballo tra quelli che aderiranno al progetto. Gli obiettivi infatti sono quelli di limitare il numero di incidenti stradali e la mortalità di giovani nelle strade del territorio della provincia di Arezzo, ridurre il consumo di alcol tra i giovani oltre a far risparmiare le famiglie in un momento di crisi economica e a sensibilizzare, tramite una campagna non volta al proibizionismo, i giovani sia a non bere alcolici che a guidare in modo corretto. Come? È sufficiente che i giovani compresi in una fascia di età tra i 18 e i 30 anni, frequentatori di discoteche il sabato notte, si impegnino ad accompagnare gli amici in discoteca con l'auto, senza assumere alcolici e quindi senza correre

il rischio di provocare un incidente stradale. Per il guidatore designato in premio oltre al biglietto omaggio d'ingresso, una consumazione gratuita, naturalmente analcolica con il vantaggio di risparmiare i soldi e di non mettere a repentaglio la propria vita e quella degli altri.

Il giovane potrà aderire al progetto inviando un semplice Sms, durante la settimana. All'uscita dal locale, prima di risalire in auto per riaccompagnare i tre amici, dovrà sottoporsi all'alcol test e risultare negativo.

*No alcol, no stragi del sabato sera*

## Stefan rinuncia ad aprire alla ex Lebole

*Adesso è importante programmare il futuro delle aree strategiche*

Stefan ha rinunciato all'apertura nell'area ex-Lebole dei magazzini con la formula Cash&carry. I primi ad alzare la guardia nei mesi scorsi, sulla vicenda ex-Lebole, erano stati Confesercenti e i sindacati.

Per Mario Checchagnini direttore di Confesercenti c'è soddisfazione per la rinuncia ad aprire alla ex-Lebole i magazzini Stefan: "è il risultato della sinergia tra Confesercenti e le organizzazioni sindacali del commercio Filcams-CGIL, Fisascat-CISL e Uilucis-UIL. Sicuramente è il frutto della reciproca coerenza".

Il caso Stefan è infatti la testimonianza dell'importanza della concertazione. Era stata proprio Confesercenti ad annunciare il pericolo dell'insediamento nell'area ex-Lebole dei magazzini Stefan e a far alzare la guardia sulla vicenda.

"Abbiamo motivato le nostre preoccupazioni - conclude Checchagnini - e adesso dopo due mesi Stefan ha rinunciato all'apertura. Ci domandiamo cosa sarebbe successo se non avessimo sollevato il problema. Sicuramente gli equilibri del commercio aretino avrebbero subito un duro colpo.

Adesso rimane un problema da affrontare, quello della destinazione delle aree produttive. Questo per il bene e per il futuro della città. Nell'area ex-Lebole il commercio deve essere di servizio e non la linea per far decollare alcuni progetti".



EDITORIALE

## Enrico Rossi eletto con il 59,7% dei voti Buon lavoro presidente!

Massimo Vivoli

Presidente Regionale di Confesercenti

Per combattere gli effetti psicologici della recessione, il distretto inglese di North Tyneside ha esposto immagini tridimensionali colorate nelle vetrine dei negozi chiusi con per dare l'illusione che siano ancora aperti. Il vice sindaco Yudith Wallace ha dichiarato che "mascherare le facciate buie e tristi dei locali abbandonati serve a non suscitare, in chi passeggia, la sensazione della miseria". Scelta discutibile e di cattivo gusto. Ma anche la conferma di quanto come Confesercenti stiamo sostenendo da tempo: "Se chiudono i negozi muoiono le città".

Il fenomeno si è aggravato ovunque ed anche in Italia con la crisi dei consumi di questi ultimi anni che ha raggiunto punte allarmanti. Le lunghe file di automobili incastrate per ore sulle autostrade nell'illusione di accedere a saldi vantaggiosi negli Outlet e, contemporaneamente, la riduzione dei consumi finanche nel settore alimentare e negozi che vivacchiano trasmessi a ripetizione dai telegiornali, sono ormai una realtà del nostro paesaggio.

Anche in questa campagna elettorale avremmo voluto che si parlasse di più di questi fenomeni e della loro ricaduta sull'economia reale delle nostre città. Invece, duole dirlo, si è parlato prevalentemente di altro, di cose che non riguardano la vita di tutti i giorni delle famiglie e delle imprese.

In questo terribile biennio hanno cessato l'attività ben 20.000 negozi. Un milione sono i lavoratori in Cassa Integrazione e 300.000 quelli che già hanno perso il posto di lavoro. Non si sa quanti siano quelli che non hanno alcuna protezione sociale. Eppure tutto ciò è rimasto oscurato. Confesercenti insieme alle altre associazioni della minore impresa hanno provato ad incalzare i candidati fornendo addirittura un "decalogo" sulle priorità: riduzione della pressione fiscale, infrastrutture, credito per le PMI, abusivismo, formazione e sostegno all'innovazione, solo per citarne i capitoli fondamentali.

Per i capitoli che più ci riguardano abbiamo posto il problema della programmazione commerciale e del ruolo devastante di certe strutture finte o posticce, costruite lontane dalle grandi città, nelle quali si crea tra i consumatori l'illusione del risparmio a discapito della qualità dei prodotti posti in vendita. Abbiamo anche ricordato che mentre il commercio permette di redistribuire la ricchezza nelle nostre città le grandi strutture la prelevano e la spostano altrove. Mentre la stessa rendita immobiliare sta espropriando il commercio specializzato, i negozi storici, contribuendo a banalizzare le nostre piazze più prestigiose, ricche di un patrimonio artistico e storico invidiato in ogni parte del mondo. Abbiamo infine detto che la caduta dei consumi è la conseguenza diretta di politiche economiche tariffarie e fiscali che hanno punito le famiglie, i salari, le pensioni e le piccole imprese.

Oggi che la crisi economica ha messo in chiaro che la dinamica dei prezzi non dipende dal commercio, che è e resta l'ultimo anello della distribuzione, tutto è molto più complesso e difficile da affrontare ma ci dobbiamo tutti insieme provare. Non è un caso che in Toscana stiamo lavorando alacremente per consolidare i "Centri Commerciali Naturali" e che la Regione Toscana, forse l'unica in questi anni ci abbia in qualche modo ascoltato.

Sul finire della campagna elettorale Enrico Rossi, il neo governatore, ha detto chiaro e tondo che in Toscana ormai "non si pongono questioni di ulteriori spazi per la grande distribuzione. Siamo abbondantemente riforniti, non vedo la necessità di rilasciare ulteriori licenze anche perché ora l'obiettivo è ridare fiato ai centri commerciali naturali". Si è misurato con le nostre categorie assumendo precisi impegni su credito e infrastrutture.

Parole chiare che avremmo voluto ascoltare anche ad altri livelli. Ma quel che è fatto è fatto. Al di là di chi a vinto o perso, le urne hanno registrato un malessere generale verso la politica e spetta anche a noi continuare ad incalzarla. È importante che la massima autorità politica della nostra Regione abbia preso atto che la modernità non sta nella chiusura delle nostre botteghe ma dalla loro salvaguardia. Ci aspettiamo fatti e coerenza soprattutto, non solo a livello regionale ma anche in quei comuni che ancora si attardano a comprenderlo. Anche per questo diciamo ad Enrico Rossi: Buon lavoro presidente! Confesercenti, come sempre, è pronta a sostenere tutto quanto serve allo sviluppo ed al progresso della Toscana.

CONT'ABILE

Gruppo BancaEtruria

ABILE PER OGNI IMPRESA

Cont'Abile è il conto corrente studiato apposta per la tua impresa. Un conto semplice e innovativo, disponibile in quattro versioni Light, Alfa, Beta e Gamma, per selezionare l'ampiezza dei servizi che veramente servono alla tua attività potendo sempre contare su un elevato numero di operazioni gratuite. Il tutto ad un costo fisso mensile veramente competitivo.

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Per informazioni sulle principali condizioni economiche e contrattuali consultare i Fogli Informativi e i Principali Diritti del Cliente disponibili presso tutti gli sportelli del Gruppo Banca Etruria.

BancaEtruria  
Popolare davvero

AMBULANTI

## Maurizio Innocenti, nuovo Presidente Nazionale dell'ANVA

L'Assemblea Nazionale dell'ANVA di ieri, 15 marzo 2010, ha eletto all'unanimità Maurizio Innocenti, nostro presidente Regionale della categoria, nuovo presidente Nazionale dell'ANVA.

A Maurizio va il nostro ringraziamento per aver accettato questo ulteriore onere a sostegno della categoria e l'augurio per il nuovo importante e delicato incarico. Certamente la Toscana sarà al suo fianco in questi anni per affrontare i temi cari alla nostra associazione e che da tempo erano stati posti come priorità e urgenze al livello nazionale.

La presenza della Toscana all'assemblea è stata particolarmente nutrita. Erano presenti rappresentanti di quasi tutti i territori e certamente la delegazione più consistente.

Ringrazio tutti i colleghi e gli operatori per la presenza.



Accordo Poste italiane-Confesercenti

## Offerte esclusive per tutti gli associati

Confesercenti Arezzo e Poste Italiane hanno raggiunto l'accordo quadro che consentirà agli associati di avvalersi, a condizioni agevolate, di un'ampia gamma di servizi erogati dal Gruppo Poste Italiane.

L'accesso alle condizioni previste nell'accordo è riservato ai possessori della PosteBusiness Card che, a richiesta, sarà rilasciata gratuitamente presso gli uffici Poste Business, una rete nazionale di oltre 1.000 punti vendita dedicati che, grazie ad una rinnovata logica di presidio geografico, mira a rafforzare la presenza all'interno di aree industriali e commerciali, proponendosi quale interlocutore unico delle piccole e medie imprese con personale qualificato pronto a soddisfare le richieste economiche delle aziende.

Le offerte esclusive comprendono:

- 1 anno di canone tenuta conto gratuito per il Conto BancoPosta InProprio Pos.
- sconti del 30% su servizi di Corriere Espresso per la spedizione di oltre 250 pacchi l'anno e in base ai volumi e al paese di destinazione.
- Paccocelere Internazionale consente poi di spedire all'estero, nel modo più veloce, documenti e pacchi fino a 30 kg di peso con consegna a domicilio, per un fatturato superiore a 500 euro l'anno.
- 50% di sconto sulle spese di attivazione dello Shop Virtuale, un sito web per l'esposizione e la vendita dei prodotti di Postecommerce, l'offerta integrata di servizi per il commercio elettronico.
- 100% di sconto sul canone mensile delle Sim in MNP (Mobile Number Portability) Poste Mobile, società del Gruppo Poste Italiane presente sul mercato della telefonia mobile

Per informazioni contattare la sede di Confesercenti di Via Fiorentina ad Arezzo.



Mensile di informazione al servizio del commercio e del turismo

Reg. Trib. FI:

nr. 5091 del 30/7/2001  
Anno 10 - n. 15 aprile 2010

Editore:

Edimedia Srl

Direttore Responsabile:

Massimo Biagioni

Redazione e Pubblicità:

Edimedia Srl

via Volturmo, 10/12a 50019 Sesto F.no - FI  
tel. 055340811 - fax 055340814  
info@edimedia-fi.it

Stampa:

Industria Grafica Valdarnese  
tel. 0559122550

Chiuso in redazione il

Distribuzione in abbonamento postale a tutte le imprese commerciali, turistiche e di servizi della Toscana

INCONTRO

# Confesercenti a colloquio con l'assessore Alessandro Giustini

Credito alle imprese e attività di animazione per favorire lo shopping sono i temi affrontati

Un colloquio utile per segnalare alcune tematiche che stanno a cuore ai commercianti è stato quello tra il neo assessore al commercio Alessandro Giustini e una delegazione di Confesercenti composta dal presidente Alberto Papini, dal direttore Mario Checcaglini e dal responsabile della zona di Arezzo Stefano Micheli. "L'incontro - ha dichiarato Alberto Papini - è servito principalmente per conoscere i programmi dell'assessore. Naturalmente è stata l'occasione per esporre le questioni che la nostra associazione di categoria ritiene più rilevanti, che già sono state oggetto di confronto nei mesi scorsi con l'amministrazione comunale, e che attendono di essere affrontate dal nuovo assessore".



Alessandro Giustini è entrato a far parte della giunta Fanfani ed è il nuovo assessore al commercio del Comune di Arezzo. Il Sindaco lo scorso 29 gennaio gli ha conferito le deleghe alle attività produttive e al commercio. Un incarico complesso soprattutto se si considera il periodo

### Chi è Alessandro Giustini

Nato nel 1948 ad Arezzo, si è laureato in Medicina nel 1973. Si è successivamente specializzato in gerontologia e geriatria, Direzione e organizzazione delle strutture sanitarie, Medicina fisica e riabilitazione. Ha svolto attività didattica presso le Università di Siena, Pavia e Perugia nonché, a Roma, alla Cattolica, alla Sapienza e a Tor Vergata. All'attività scientifica, ha unito quella professionale negli ospedali di Stia e Bibbiena e, come Primario, nel reparto di medicina riabilitativa dell'ospedale di Arezzo dal 1988 al 1999. Fino al 2003, è stato responsabile dello stesso reparto preso il San Raffaele di Roma. Ha prestato la sua opera professionale anche a Pavia, Volterra e Trento. Alle attività mediche, scientifiche e pubblicistiche, ha sempre unito la passione e l'attività politica all'interno del Partito Socialista del quale è oggi Segretario comunale.

### Intervista

## Giustini, un incarico complesso

A tu per tu con il nuovo assessore al Commercio

di crisi economica sia a livello nazionale che locale.

E il suo battesimo non è stato tranquillo, Giustini si è subito trovato di fronte la questione delle aree produttive da affrontare, e la vicenda dell'insediamento di Stefan nell'ex-area Lebole. Contemporaneamente sono iniziati i lavori in piazza Sant'Agostino e il mercato è stato trasferito alla Cadorna con le conseguenti lamentele degli ambulanti. E la concomitanza della Pasqua e della Festa del 1° Maggio con la Fiera Antiquaria ha sollevato il problema delle aperture domenicali e festive dei negozi, avviando un dibattito cittadino, tra le associazioni del commercio, sindacati e commercianti.

### Sul futuro delle aree produttive?

I problemi sono molteplici ma è importante che ci sia una visione unitaria intorno all'idea del futuro della città. Arezzo è tradizionalmente manifatturiera, commerciale e agricola ma deve sviluppare anche le proprie potenzialità turistiche. È necessario quindi che l'amministrazione comunale riesca a mettere in sinergia questi settori attraverso anche la promozione e attraverso iniziative che integrino gli imprenditori, gli enti e le associazioni.

### Quali soluzioni per il mercato alla Cadorna?

Al momento del mio insediamento ho trovato il mercato già trasferito e ho cercato di impegnarmi insieme agli operatori e alle

associazioni di categoria per ridurre al minimo i disagi legati al trasferimento. I primi mesi, anche a causa della stagione, sono stati pesanti per gli ambulanti ma adesso si sono avviate iniziative di informazione e promozione verso tutti i cittadini. E tra gli aspetti da valutare per il miglioramento potrebbe esserci, se gli ambulanti lo richiedono, il doppio senso di marcia dell'ingresso di via Petrarca. Per il futuro il problema è quello di iniziare a pensare tutti insieme e per tempo, a quale potrà essere il luogo dove collocare definitivamente il mercato.

### Sulle aperture domenicali?

Il punto di partenza è che dobbiamo sviluppare nel centro cittadino un'attività di accoglienza sia per i cittadini che per i turisti. E questo anche durante i giorni festivi come avviene in ogni città turistica del mondo. L'altro aspetto da tenere presente è quello di mantenere un equilibrio fra le decisioni del comune capoluogo e quelle degli altri comuni della provincia o quanto meno quelli limitrofi. Oggi purtroppo non è così e dobbiamo chiedere al nuovo governo regionale una migliore normativa. In attesa cercheremo di considerare le esigenze sia della grande distribuzione che degli altri commercianti sia all'interno che all'esterno del centro. Esigenze divergenti fra loro ma che devono trovare una sintesi nell'interesse comune. Comunque l'orientamento dell'amministrazione comunale non è favorevole ad avere troppe domeniche di aperture rispetto a quelle previste dalla precedente regolamentazione.

DEGUSTAZIONE - WINE TASTING  
ENOTECA - WINESHOP

DAL  1937

**MOLESINI**

Sommelier MARCO  
- We Ship World Wide -

Cortona (Ar) - P. Repubblica, 3 - Tel. /Fax 0575.62544  
www.molesini-market.com - wineshop@molesini-market.com

**C.D.A.S. snc**  
di Franco e Marcello Mazzi

Concessionaria Nestlé di Gelati e Surgelati  
per Arezzo e provincia

Case Nuove di Ceciliano, 49-B AREZZO  
Tel. 0575 321156 fax 0575 321187  
p.iva 00904630514

**TUTTO PER IL BAR**


**GELATO DA BERE**



CENTRO COMMERCIALE NATURALE

# “Via Veneto con noi”: assemblea degli operatori

*Idee e progetti per promuovere il CCN di via Vittorio Veneto e viale Michelangelo*

In via Veneto i commercianti si sono costituiti in un'associazione di strada "Via Veneto con noi" per dar vita al Centro commerciale naturale di via Veneto e viale Michelangelo. In occasione della prima riunione operativa sono già state dettate alcune linee. Sul tavolo idee e progetti da presentare al prossimo incontro con l'assessore al commercio Alessandro Giustini. L'obiettivo per i commercianti della zona è quello di coinvolgere anche viale Michelangelo, allargando quindi la propria rappresentanza, per poi avviare il processo di promozione della zona, collaborando con le associazioni di categoria del commercio e dell'artigianato. Presidente dell'associazione "Via Veneto con noi", è stato eletto Mauro Cavigli, vice presidente dr. Alberto Aloigi Luzzi e segretario Saverio Fantechi.

L'associazione è stata costituita per promuovere le strade su cui esercitano numerose attività commerciali. Una zona, Via Veneto, recentemente restaurata e destinata a diventare il cuore dello shopping cittadino. Tra le prime azioni concrete degli operatori, una bella festa per inaugurare la nuova strada. Le finalità dell'associazione "Via Veneto con noi" sono coerenti con gli obiettivi contenuti nel protocollo di costituzione del Centro Commerciale Naturale firmato a suo tempo da associazioni di categoria ed istituzioni. Il dibattito svolto in fase assembleare ha consentito di sviluppare ed approfondire le problematiche inerenti ai progetti di rivalutazione e riqualificazione di una delle zone centrali della città. Considerata l'importanza dell'associazione, si ritiene fondamentale il coinvolgimento di tutti gli operatori

commerciali che gravitano intorno a questa area. Inoltre auspichiamo da parte delle istituzioni coinvolte, un appoggio a tutte le iniziative di aggregazione degli operatori commerciali". "Tra i progetti - conclude Cavigli - c'è l'allargamento del perimetro del centro commerciale naturale attualmente in vigore alle vie limitrofe e afferenti a Via Vittorio Veneto, l'organizzazione dell'evento inaugurale per la terminazione dei lavori di riqualificazione intrapresi dall'Amministrazione comunale in via Vittorio Veneto, l'organizzazione di un evento in occasione delle festività Pasquali, l'estensione della 'Notte Rosa' in questa zona e l'ipotesi di riqualificazione infrastrutturale come per esempio la cartellonistica ed un sito internet, oltre a far sì che siano proseguiti i lavori di riqualificazione in via Veneto e nelle zone limitrofe".

INCONTRO

## A confronto con i sindacati del commercio

*Sicurezza nei luoghi di lavoro, formazione, apprendisti e aperture domenicali*

La Confesercenti di Arezzo, rappresentata dal direttore Mario Checcaglini, si è incontrata con i segretari di Filcams-CGIL Loretto Ricci, Fisascat-CISL Giovanni Marini e Uiltucs-UIL Marco Conficconi.

L'incontro è stato proficuo per rafforzare la sintonia e la collaborazione su argomenti fondamentali per gli esercenti e i lavoratori dell'intera provincia.

Un colloquio che è poi servito per affrontare altre

problematiche come quella delle aperture domenicali in Valdarno. In quel caso la concertazione e la posizione delle parti sociali non sono state prese in considerazione dai sindaci. Per le organizzazioni, al contrario, è importante che i Sindaci lo facciamo perché questo è lo spirito della legge.

Nei prossimi giorni le organizzazioni si incontreranno ancora una volta per parlare della sicurezza nei luoghi di lavoro, della formazione, degli apprendisti e delle aperture

domenicali ad Arezzo. Tematiche che stanno a cuore e per le quali c'è bisogno di concertazione affinché prevalgano gli interessi della collettività.



Marco Conficconi - Uil



Loretto Ricci - Cgil



Giovanni Marini - Cisl

CREDIT AREZZO

## Finanziamento per piccole imprese

C'è tempo fino al 30 di giugno, per poter usufruire di "Credit Arezzo", il finanziamento per le piccole imprese.

Confesercenti-Italia Comfidi e Banca Etruria si sono unite per garantire liquidità immediata alle piccole imprese.

Sono ben tre i milioni di euro per le piccole imprese, destinati ai negozi, bar, strutture del commercio, del turismo e dei servizi.

L'accordo raggiunto da Confesercenti e da Banca Etruria è la soluzione finanziaria a sostegno dell'economia e del territorio aretino.

Il finanziamento è particolarmente vantaggioso ed è rivolto alle piccole imprese con sede nel territorio della provincia di Arezzo. Per informazioni contattare la sede di Confesercenti di Via Fiorentina ad Arezzo.



OFFICINA - CARROZZERIA  
SOCCORSO STRADALE  
NOLEGGIO AUTO-PULMINI

Via A. Kuliscioff, 23-27-29 - 52010 Subbiano (Ar)  
Tel. 0575 420397 - 420398



HYUNDAI

LadyCar s.r.l.

Via Donat-Cattin 17, 52100 - Arezzo



Agenzia generale di Arezzo

Via Monte Cervino 22  
AREZZO

Tel. 0575 27356



Sono 99.316 in Toscana: una su quattro. Crescono più che in Italia

# Toscana, l'imprenditoria è

**N**ella nostra regione, a giugno 2009, le imprese a prevalente titolarità femminile sono pari a 99.316 unità e costituiscono il 24% del totale delle imprese toscane (414.607 unità). Quasi un'impresa su quattro è a conduzione femminile.»

Il dato confortante consiste principalmente nel fatto che dal giugno 2008 al giugno 2009 le imprese femminili sono aumentate del 2,3% (in assoluto +2.242 unità), ritornando ad un andamento elevato di crescita che non si verificava dal 2005. Tale bilancio appare tanto più significativo se si considera la gravità dell'attuale crisi economico-finanziaria. Le imprese femminili in Toscana crescono di più rispetto alla media nazionale e a quasi tutte le altre Regioni italiane. Le imprese rosa si consolidano sul territorio grazie ad una maggiore propensione alla dinamicità e alla capacità di innovare.



## Cosa pensano le donne che vogliono fare impresa

Da una ricerca Unioncamere Toscana Progetto Wai

Le aspiranti e le neo-imprenditrici oggetto di un'indagine sono prevalentemente orientate verso un'attività d'impresa nel campo dei servizi, in particolare quelli rivolti alla persona (estetica, assistenza sanitaria, istruzione privata etc.), oppure verso attività commerciali, soprattutto quelle legate al sistema moda, confermando una spiccata propensione ad operare nell'ambito del terziario.

### La motivazione

Le donne - di qualsiasi età - che vorrebbero fare impresa è il desiderio di affermazione e realizzazione personale, ma mentre le più giovani danno una maggiore importanza anche al desiderio di migliorare il proprio reddito, le donne dai 30 ai 40 anni sono spinte a realizzare un'attività autonoma più dall'esigenza di dedicarsi maggiormente alla famiglia che non dalla motivazione economica. Le donne più mature, invece, fanno impresa - oltre che per soddisfare il desiderio di affermazione personale - anche per fare qualcosa di utile, dando lavoro ad altre persone, forse anche con la speranza di costruire una base di partenza per il futuro dei propri figli.

### Le difficoltà

Come c'era da aspettarsi, le maggiori sono di natura economica, essendo legate alla scarsità di risorse finanziarie a disposizione ed a problemi nell'accesso al credito, seguite in secondo luogo da problemi burocratici. A questi deterrenti di natura esterna, però, si affiancano numerose difficoltà di carattere personale legate alla sfera

emozionale di ciascuna aspirante o neo imprenditrice: la paura di fallire, particolarmente forte fra le più giovani, la mancanza di un'idea originale per fare impresa, il timore di non riuscire a trovare una clientela adeguata, oppure il "pregiudizio maschile".

Molte sono le paure avvertite dalle donne in procinto di fare impresa, fra cui quella di sconvolgere gli equilibri familiari, che riguarda soprattutto le quarantenni, ma anche la paura di avere scarse competenze tecniche e la preoccupazione per il reperimento di personale qualificato.

### Le caratteristiche delle neo imprenditrici

Possedere o sviluppare adeguate competenze tecniche e di mercato è un fattore decisivo.

Accanto alle capacità strettamente tecniche, però, la futura imprenditrice deve possedere un mix complesso di caratteristiche personali e caratteriali: fantasia e creatività, determinazione, coraggio e propensione al rischio, motivazione ed ambizione. Tutte queste doti sono ritenute molto importanti dalle donne che si accingono a fare impresa, probabilmente perché sono ben consapevoli dell'importante sfida che rappresenta l'avviare un'attività, anche da un punto di vista delle implicazioni legate alla sfera emozionale.

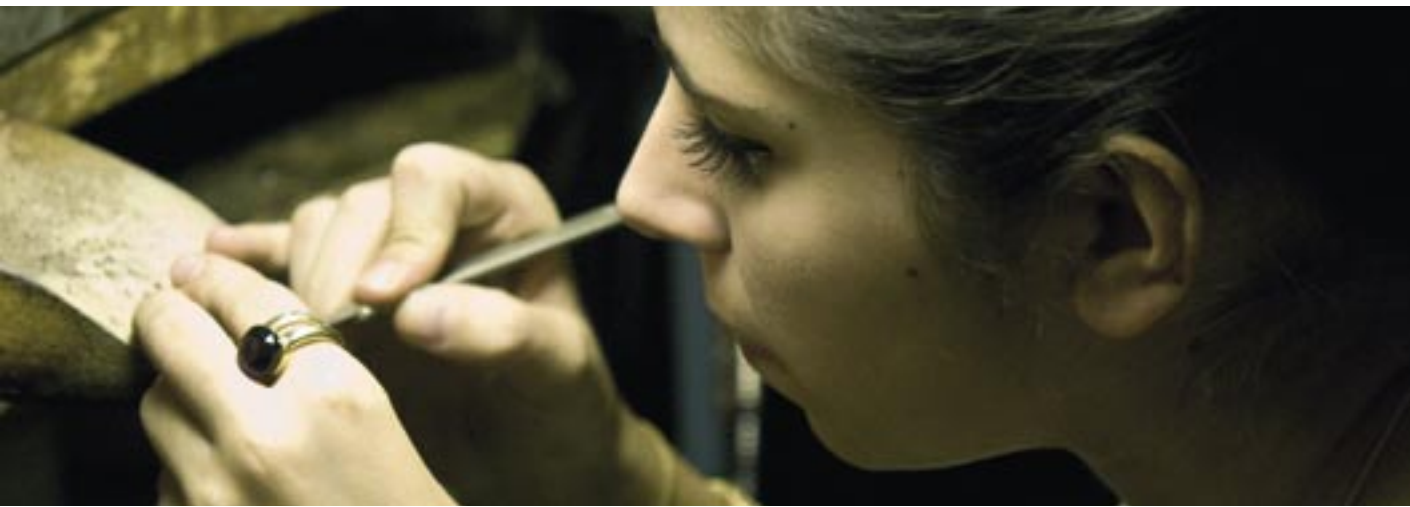
### Reperimento delle risorse finanziarie

È questa la maggiore difficoltà segnalata nell'avviare un'impresa ma è forte anche la richiesta di formazione tecnica specifica e di consulenza organizzativa e gestionale. Dall'indagine Ciò non sorprende, dal momento che la principale motivazione che - come detto - spinge le donne a fare risultano anche altre richieste da parte delle donne che si accingono a fare impresa e che non sono trascurabili, come ad esempio la necessità di ricevere sostegno da parte di imprenditrici esperte ed il tutoraggio, ritenute azioni di supporto importanti da una intervistata su quattro. L'affiancamento e la trasmissione di esperienza da parte di imprenditrici esperte, insieme alla richiesta di formazione, possono essere viste come azioni volte alla maturazione ed allo sviluppo delle proprie capacità imprenditoriali, nonché come strumenti per aumentare la consapevolezza dei limiti, ma anche dei punti di forza e delle proprie capacità personali.





# sempre più rosa



## Un progetto concreto per promuovere l'imprenditoria femminile

di **Eliana Serra**

**W** AI-Women Ambassadors in Italy è un progetto, co-finanziato dalla Commissione Europea nell'ambito del Programma CIP-Competitiveness and Innovation Programme, il cui obiettivo principale è di promuovere l'imprenditoria femminile ed incoraggiare lo spirito imprenditoriale in aspiranti o neo-imprenditrici. Il progetto, finanziato dalla Commissione europea, coinvolge 19 partner in 16 regioni italiane (Abruzzo, Calabria, Campania, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Molise, Puglia, Sardegna, Sicilia, Toscana, Umbria, Veneto), tra cui l'Eurosportello Confesercenti, insieme a Unioncamere Toscana e Promofirenze per la regione Toscana. L'obiettivo di WAI è quello di promuovere, nell'ambito di seminari organizzati a livello regionale, lo spirito imprenditoriale al femminile tramite Ambasciatrici imprenditrici di successo che condivideranno le difficoltà incontrate e la buona riuscita della propria storia

professionale. Gli incontri sono in corso di svolgimento o si svolgeranno col seguente calendario:

- 24 marzo 2010 a Firenze presso il Polo delle Scienze sociali di Novoli.
- 28 aprile a Grosseto presso la Camera di Commercio.
- 9 giugno presso la sede della Provincia di Lucca.

La Commissione europea ha dedicato una pagina al progetto che si sta svolgendo contemporaneamente in dieci paesi sul territorio UE, per maggiori informazioni si rimanda alla pagina [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/women/ambassadors/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/women/ambassadors/index_en.htm)

Per ulteriori informazioni visitare il sito <http://www.eurosportelloconfesercenti.it/progettoWAI> o contattare Eliana Serra  
 Consorzio Eurosportello Confesercenti;  
[serra@eurosportelloconfesercenti.it](mailto:serra@eurosportelloconfesercenti.it); tel. 055 39 051 49



### Isabella Tamburini

Presidente del comitato imprenditoria femminile della Confesercenti Toscana

**“La questione non è il “maschilismo” ma i ritardi delle istituzioni nel campo dei servizi”**

di **Gilberto Bacci**



Isabella Tamburini, 47 anni, laureata in Economia aziendale all'Università di Pisa, un master a Roma di marketing e comunicazione, è la nuova presidente del Comitato regionale toscano della Confesercenti per l'imprenditoria femminile. La incontriamo a Marina di Pisa, dove gestisce insieme alla madre una pizzeria che realizza la propria performance soprattutto nei fine settimana e nel periodo estivo. Isabella è una donna forte, sicura di sé, piena di interessi, consapevole del compito importante che l'attende.

Le chiediamo di spiegare ai nostri lettori il percorso che l'ha condotta ad un'attività tanto diversa da quella per la quale ha studiato. Semplice dice “dopo la laurea ho lavorato per anni come promotore finanziario fino a divenire responsabile di reti di formazione. Un lavoro affascinante che t'impegna totalmente. Poi - aggiunge - arriva la maternità e le prime difficoltà a conciliare quel lavoro con l'esigenza di stare vicino a mio figlio”. Quindi un percorso di precariato in varie istituzioni. Cinque anni fa la neo-presidente decide di fare una scelta risultata vincente. “Sono diventata un'imprenditrice di me stessa e cerco di riuscire a conciliare questa attività coltivando anche altri interessi non meno importanti”. “Tra questi - aggiunge - la funzione di tutor all'Accademia Italiana del Baseball e del Softbal, che ha sede a Tirrenia”, che coltiva con passione un progetto per promuovere, sostenere e stimolare, lo sviluppo tecnico educativo e culturale di 15 adolescenti dai 14 ai 19 anni, giovani talenti nel baseball e nel softball.

Tutto ciò riuscendo a conciliare famiglia, negozio, scuola, con un'intensa attività sindacale: è membro del comitato direttivo della Confesercenti di Pisa, presidente del Centro Commerciale Naturale di Tirrenia, impegnata in Camera di Commercio quale delegata per l'imprenditoria femminile.

“Ho trovato in Confesercenti, e più in generale nell'associazionismo, stimoli e incentivi morali ad impegnarmi ancora di più per l'emancipazione delle donne e della società. In questo nuovo ruolo di responsabile regionale intendo mettere tutto il mio bagaglio di esperienze maturate in questi anni. Essenzialmente vorrei stare vicino, ascoltare ed aiutare le neo imprenditrici. Soprattutto quelle che hanno avviato l'attività negli ultimi tre anni. Si tratta del periodo più difficile per far decollare la propria impresa. Da sole rischiano di essere sopraffatte dalle difficoltà più generali ed in particolare da quelle prodotte dalla crisi che attraversa il paese e la minore impresa in particolare”. Il secondo fronte su quale lavorare “è quello delle donne che vorrebbero mettersi in proprio, coltivare tutta la loro fantasia, ma che temono ed hanno paura a realizzare un passo del genere. C'è una difficoltà oggettiva da superare - aggiunge Isabella - il ricorso al credito, la formazione, ma anche tutte quelle dinamiche familiari che rendono più difficoltoso per una donna compiere un salto di questo genere”.

“Guardi - mi dice nel concludere l'intervista - oggi la società nonostante quello che si pensa è più matura e le donne lo stanno dimostrando in tutti i campi. La difficoltà di cui parlavo quindi non vengono tanto dal cosiddetto “maschilismo” ma da un ritardo abissale nell'indirizzare risorse sui servizi: dagli asili, ai trasporti, all'assistenza agli anziani. Non le dice nulla il fatto che oggi c'è un allarme nascite e una famiglia su due non ha figli?”.



COMITATO OPERATORI FIERA ANTIQUARIA

# Per dar voce agli espositori

Costituito in Confesercenti l'organo di rappresentanza degli operatori

**È** Obiettivo principale dare voce ai tanti espositori che hanno fatto della Fiera Antiquaria di Arezzo la più importante d'Italia. Dopo i numerosi incontri tra gli operatori, le associazioni di categoria e l'Ente Fiera, adesso si è evidenziata la necessità di allargare la rappresentanza all'interno dell'Ente Fiera degli operatori su area pubblica che partecipano alla fiera. L'importanza di un più stretto rapporto con gli operatori è stata evidenziata dal presidente dell'Ente fiera, Paolo Nicchi che si è dichiarato favorevole a rendersi promotore di una iniziativa in proposito.

Per il momento è stato costituito all'interno dell'associazione di categoria Confesercenti l'organo di rappresentanza degli operatori su area pubblica che partecipano alla Fiera. "La necessità di costituire questo gruppo - dichiara Luciano Peruzzi, coordinatore del Comitato - è nata dall'esigenza di rappresentare le istanze degli operatori stessi della Fiera. Un'esigenza maturata a seguito degli incontri fatti nel corso del 2009, con l'Ente Fiera Antiquaria e durante i quali sono state affrontate le problematiche legate all'organizzazione e alla nuova assegnazione dei posteggi per gli ambulanti". "Dagli incontri - aggiunge Peruzzi - è emersa la necessità di costituire un gruppo più ampio di operatori che rappresentasse le istanze degli oltre 400 espositori della Fiera. Fino ad

oggi infatti contavamo solo la rappresentanza attraverso un singolo membro all'interno del comitato tecnico. "Tra gli obiettivi che il comitato Confesercenti si pone - prosegue il coordinatore Peruzzi - ci sono quelli di lavorare affinché la sistemazione della nuova Fiera, fino ad oggi tracciata solo su carta, sia poi effettivamente attuabile in pratica. In particolare è importante incrementare il più possibile la presenza di espositori in piazza San Francesco, in via Cavour e in Corso Italia, oltre a migliorare l'assetto, già buono, di piazza Vasari".

"Inoltre l'impegno del Comitato - conclude il coordinatore del Comitato - riguarderà anche gli aspetti della promozione e dei servizi, fondamentali per il futuro della Fiera. Riguardo la promozione, consapevoli delle scarse risorse disponibili, riteniamo doveroso un contributo delle istituzioni. E non solo quello del Comune. Le istituzioni devono investire maggiormente sulla promozione e creare eventi collaterali capaci di far confluire in città maggiori persone, in occasione della Fiera Antiquaria.

Per i servizi, indispensabili, per continuare ad avere ad Arezzo i migliori operatori del settore, alcuni aspetti sono già stati affrontati come per esempio la disponibilità di parcheggi per gli espositori. Quello che rimane da fare su questo tema, sono l'individuazione di spazi più ampi necessari agli operatori dotati di mezzi più grandi delle vetture e la stipula di apposite convenzioni con ristoratori ed albergatori per rendere meno onerosa la permanenza in città degli espositori".

**Dell'organo faranno parte gli operatori: Luciano Peruzzi di Arezzo, Settimo Petri di Lucca, Angelo Bellucci di Firenze, Anna Maria Severi di Arezzo, Daniele Palloni di Firenze, Piero Livi di Arezzo e Uly Winter di Arezzo.**



RINTRACCIABILITÀ

## Via alle etichette per tessile e calzature

L'obbligo dal 1 ottobre 2010

A partire dal 1° ottobre 2010 è obbligatoria l'etichettatura per i prodotti "finiti ed intermedi" destinati alla vendita nel settore tessile, di pelletteria e calzaturiero. Approvato quindi in via definitiva dalla Camera dei deputati il Disegno di legge n. 2624-B sulle Disposizioni concernenti la commercializzazione con lo scopo di

evidenziare il luogo d'origine di ogni singola fase di lavorazione dei richiamati prodotti e di garantirne la tracciabilità per opportuna informazione e tutela dei consumatori.

L'etichetta dovrà riportare le informazioni specifiche fornite dall'impresa produttrice sulla conformità dei processi di lavorazione

alle vigenti norme in materia di lavoro, sulla certificazione di igiene e di sicurezza dei prodotti in esame, sull'esclusione dell'impiego di soggetti minori di età nell'ambito del ciclo della produzione e sull'osservanza della vigente normativa europea e degli accordi internazionali siglati in materia ambientale.

BALZELLI

## Confesercenti: inesigibili le richieste del consorzio fonografici

Arbitraria la richiesta a ristoranti e bar

Indebite pressioni su ristoranti, bar e attività commerciali, per imporre un "balzello" legato all'uso della musica nelle proprie attività. Sono sempre più numerose le telefonate ricevute da bar, ristoranti, alberghi, ma anche negozi di abbigliamento aretini con le quali si rivendicando supposti crediti, applicando somme e interessi e oneri a favore di un consorzio di fonografici (SCF). In alcuni casi gli operatori hanno ricevuto anche lettere con minaccia di ricorrere a vie legali.

Confesercenti ha già provveduto a diffidare tale consorzio ed ancora oggi continua a ribadire l'inesigibilità di tale "balzello". Confesercenti invita tutti gli operatori a respingere queste indebite pressioni e a rinviarle al mittente. Scf vanta di aver stipulato convenzioni con le asso-

ciazioni di categoria. E da questo sembra trarre la legittimità a pretendere il pagamento delle somme richieste. Confesercenti contesta la legittimità dell'imposta perciò la possibilità che Scf la possa pretendere. "Certamente - aggiunge Stefano Micheli - non la può pretendere dai soci Confesercenti in quanto l'associazione non ha sottoscritto alcun accordo con Scf. Perché non la può pretendere? La società dei fonografici ritiene di trarre la legittimità del pagamento in un provvedimento, contestato, e che ad oggi manca ancora di un regolamento attuativo che ad esempio stabilisca l'entità dell'equo compenso. E proprio per il fatto che non esiste un regolamento, a parere dei legali di Confesercenti, non esiste la legittimità di Scf a pretendere quanto chiede".

FARMER'S MARKET

## Un freno ai mercati agricoli: maggiori controlli anche nell'interesse dei consumatori

Il grido di Confesercenti: "attenzione a non trasformare gli agricoltori in commercianti"

"L'agricoltura sta invadendo il commercio, assumendone le sembianze, cogliendo i vantaggi, e sottraendosi agli oneri. Proseguendo così chiederemo di diventare agricoltori". È questo il grido di allarme di Anva-Confesercenti di Arezzo che ha raccolto le rimostranze degli operatori del commercio ambulante e in sede fissa del settore ortofrutticolo.

Da diversi mesi ormai assistiamo anche nella nostra provincia, al diffondersi della moda dei mercati agricoli di vendita diretta. Inoltre sono sempre più numerose le amministrazioni comunali, che favoriscono la nascita di queste forme di vendita senza approfondirne le conseguenti problematiche.

Da anni Confesercenti sostiene l'accorciamento della filiera e la valorizzazione del prodotto locale. I protocolli firmati con le associazioni agricole e i progetti regionali come Vetrina Toscana, ne sono la conferma. Occorre però riconoscere l'importanza delle botteghe nei centri storici, e dei mercati dell'ortofrutta che da sempre riescono a calmierare i prezzi anche nei confronti della grande distribuzione.

Ormai ai farmer's market si associa il risparmio ma in realtà, anche sulla base di una ricerca effettuata, non si registra una sostanziale differenza dei prezzi. Infatti una comparazione condotta nella primavera da Confesercenti in alcuni mercati della Toscana, dimostra che solamente alcuni prodotti in vendita nei mercati analizzati potevano vantare prezzi più economici di quelli esposti nei negozi e nei mercati".

Nonostante tutto i coltivatori beneficiano dell'esonero del rilascio dello scontrino fiscale, oltre a quello di pagare il suolo pubblico e non sono soggetti agli adempimenti cui devono invece attenersi i commercianti. E in questa fase, come se non bastasse, fruiscono delle facilitazioni iniziali dovute ai compositi finanziamenti pubblici di Regione e del sistema camerale.

Come associazione di categoria il timore è che l'agricoltore, prima o poi, metterà sul banco non solo i prodotti di produzione propria, ma anche quelli di altre aziende agricole, magari di altre province, venendo meno al principio di filiera corta. E la preoccupazione maggiore è che non tarderà a ricorrere agli acquisti all'ingrosso. Ovvero agli stessi canali di approvvigionamento degli attuali commercianti. Per questi motivi chiediamo chiarezza e maggiori controlli nell'interesse non solo delle categorie coinvolte ma degli stessi consumatori".

ANVA

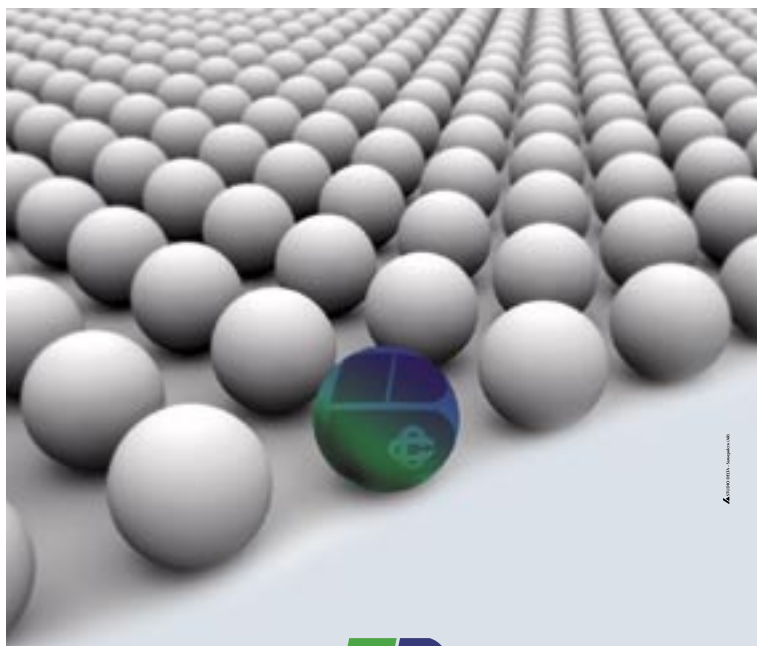


## Preoccupazione per gli aumenti Tosap e Tarsu

Ambulanti: "Non vogliamo un ulteriore balzello"

Preoccupazione per gli ambulanti aretini. Sono allarmanti le notizie sulle difficoltà di vari enti locali di predisporre il bilancio 2010 e sulla concreta possibilità di procedere a sostanziali aumenti delle tariffe del suolo pubblico (Tosap) e della nettezza urbana (Tarsu). L'ulteriore aumento di costi per le aziende, dopo l'episodio del comune di Firenze che ha deliberato aumenti tra il 20-40%, crea apprensione tra gli ambulanti e su questo argomento interviene l'ANVA Confesercenti di Arezzo che ha già provveduto ad inviare a tutti i sindaci della Provincia, una lettera per esprimere le loro perplessità.

"Questi provvedimenti - ha dichiarato il presidente, Silvano Amatucci - qualora fossero attuati, andrebbero a colpire pesantemente le aziende commerciali e in particolare quelle dei mercati della nostra provincia. In un momento di grave crisi per il settore, occorrono politiche di sostegno e supporto alle imprese. Segnali positivi e tranquillizzanti sono arrivati dall'amministrazione comunale aretina. Infatti per il 2010 il Comune di Arezzo non ha adottato aumenti. Il suggerimento per gli altri sindaci della provincia aretina è quello di seguire l'esempio di Arezzo e non quello di Firenze".



BANCA DI ANGIARI E STIA

Differente per forza.

Sede Centrale: ANGIARI (Ar) - Tel. 0575.78761  
www.bancadianghiariestia.it



CCNL

# Ecco il nuovo Contratto di Lavoro per il Turismo

Analizziamo ed evidenziamo gli aspetti salienti dei documenti anche con l'aiuto del materiale realizzato dalla struttura nazionale

di Roberto Maestrini

**C**on il mese di Marzo prende corpo il progetto di riorganizzazione dell'Area Lavoro della Confesercenti Regionale con la definizione dello staff di lavoro che comprende Roberto Maestrini



Responsabile dell'area, Chiara Giombetti referente tecnico, Chiara Ciapetti segreteria ed Ebct mentre Gianni Masoni, responsabile regionale turismo e formazione, rappresenta l'associazione nella Commissione Tripartita Regionale. L'esordio dello staff avviene in contemporanea con l'uscita di due importanti atti di regolamentazione e gestione dei rapporti di lavoro: il rinnovo del

CCNL del settore Turismo e l'approvazione della delibera della Giunta Regionale Toscana che definisce gli interventi del "Pacchetto anticrisi" a sostegno dell'occupazione; risulta quindi opportuno andare ad analizzare ed evidenziare gli aspetti salienti dei documenti anche con l'aiuto del materiale realizzato dalla struttura nazionale.

## CCNL Turismo, firmato l'accordo di rinnovo

Il 4 marzo scorso tra ASSOTURISMO CONFESERCENTI e FILCAMS-CGIL, FISASCAT-CISL e UILTUCS-UIL è stato firmato l'accordo per il rinnovo del contratto collettivo nazionale di lavoro dei dipendenti delle imprese del turismo, il nuovo contratto ha decorrenza retroattiva dal 1° Gennaio 2010 ed avrà scadenza con la fine del mese di Aprile 2013, molti gli argomenti regolamentati oltre alla definizione delle nuove tabelle retributive con incrementi ripartiti in sette diverse scadenze.

Nelle premesse dell'accordo le parti firmatarie sottolineano la volontà di promuovere azioni congiunte nei confronti delle Istituzioni pubbliche finalizzate alla determinazione di politiche di rilancio del settore turistico oltre al raggiungimento di specifici obiettivi che possiamo così sintetizzare: favorire l'integrale applicazione del Ccnl in tutte le aziende del comparto, azioni per il prolungamento dei periodi di stagionalità combinando tali politiche con attività formative ed interventi di sostegno al reddito sollecitando a tal fine una riforma del sistema coinvolgendo le diverse forme di impiego previste dalla contrattazione di settore, nelle politiche fiscali sollecitare la riduzione dell'aliquota Iva di settore, una maggiore attenzione da parte delle Istituzioni nel rispetto dei termini di pagamento per i servizi di ristorazione ad esse fornite e sulla definizione di una più chiara normativa sulle attività in concessione. Dall'analisi dell'accordo si evidenziano novità importanti nei seguenti argomenti: nuova e più stringente regolamentazione del secondo livello di contrattazione e premio di risultato, il sostegno al reddito con particolare riferimento agli Enti Bilaterali, deroga sulla consecutività

dei contratti a termine, ampliamento del lavoro extra e di surroga, modalità di godimento del riposo settimanale, apprendistato e formazioni esclusivamente aziendale, aggiornamento della classificazione del personale oltre naturalmente alla definizione delle nuove tabelle retributive.

## Secondo livello di contrattazione e premio di risultato

Assegnato da questo rinnovo un importante ruolo alla contrattazione integrativa sia aziendale che territoriale infatti nel testo viene definita, in modo schematico e dettagliato, una procedura con tempi certi per l'attivazione e la definizione di accordi di secondo livello. Il testo individua gli importi da tenere presenti per la definizione di accordi in quelle aziende ove non siano già definiti accordi di secondo livello, inoltre vengono individuati anche gli importi da erogare con la retribuzione di ottobre 2012 ai lavoratori per tutte quelle aziende e quei territori ove la contrattazione di secondo livello, pur se attivata, non abbia prodotto la sottoscrizione di effettivi accordi.

Da evidenziare che gli accordi integrativi potranno individuare casi in cui, in presenza di situazioni di difficoltà economico produttiva che possano comportare il ricorso ad ammortizzatori sociali o comunque determinino risultati che si discostino negativamente dai valori raggiunti dal territorio di riferimento, l'azienda non sarà tenuta all'erogazione del premio.

Sono stati definiti infine due importanti principi: che la contrattazione integrativa, nel rispetto dell'attuale prassi contrattuale, non potrà avere per oggetto materie già definite in altri livelli di contrattazione, salvo quanto espressamente stabilito dal CCNL; che l'accordo è stato sottoscritto dalle parti nel presupposto che gli importi del premio vengano ammessi a beneficiare dei particolari trattamenti contributivi e fiscali previsti dalla normativa di legge e che qualora tale ipotesi non si realizzi, le parti assicureranno l'invarianza dei costi, adottando i necessari correttivi.

### PARAMETRI DI RIFERIMENTO PER IL PREMIO DI RISULTATO

livello	Euro
A, B	279,00
1, 2, 3	237,00
4, 5	210,00
6, 5, 6, 7	168,00

Premio di risultato in caso di procedura attivata ma non conclusa.

livello	Euro
A, B	166,00
1, 2, 3	141,00
4, 5	125,00
6, 5, 6, 7	100,00

## Sostegno al reddito ed Enti Bilaterali

Nell'accordo di rinnovo, tenendo conto dell'attuale situazione di crisi economica generale, viene data particolare importanza al tema del sostegno al reddito individuando nella percentuale del 30%

la quota contrattuale di finanziamento dell'Ente Bilaterale Territoriale che dovrà essere destinata al sostegno al reddito dei lavoratori dipendenti da aziende coinvolte in situazioni di crisi o processi di ristrutturazione o riorganizzazione aziendale interessati da periodi di sospensione dell'attività, previo accordo tra l'associazione territoriale di categoria a cui l'azienda è iscritta o conferisce mandato e le Organizzazioni sindacali territoriali, nei limiti e con le modalità che verranno disciplinati dall'Ente Bilaterale Territoriale, con apposito regolamento.

Viene inoltre definita la procedura sempre in tema di sostegno al reddito per i casi di aziende multilocalizzate presenti in più ambiti territoriali che coinvolgerà anche l'Ente Bilaterale Nazionale.

L'accordo, a salvaguardi di quanto già esistente su tale materia negli Enti territoriali, ha definito una espressa deroga a tali disposizioni facendo salve le regolamentazioni territoriali già in essere ed effettivamente funzionanti.

Le parti infine cercano di dare un ulteriore peso agli Enti bilaterali definendo che l'azienda che ometta il versamento dei contributi dovuti al sistema degli enti bilaterali, così determinato, rimane obbligata verso i lavoratori aventi diritto all'erogazione delle prestazioni assicurate dall'Ente bilaterale competente con particolare riferimento a quanto previsto per il sostegno al reddito.

## Contratti a termine

Importante quanto sottoscritto fra le parti in tema di contratti a termine perché riesce a dare finalmente risposta ad un problema gestionale dei rapporti di lavoro che le nostre sedi sollecitavano da tempo, infatti l'accordo prevede una deroga generalizzata alla disciplina della trasformazione del contratto a termine in contratto a tempo indeterminato nei casi di superamento del limite temporale di 36 mesi, qualora nel contratto individuale sia prevista per il lavoratore la facoltà di esercitare il diritto di precedenza nella riassunzione.

Nel caso in cui il diritto di precedenza non venga accordato si applicano le disposizioni dell'accordo del 17 giugno 2008.

## Lavoro extra e di surroga

L'insieme dei casi in cui è ammesso il ricorso al lavoro extra è stato ampliato includendo anche le attività svolte durante il fine settimana e durante le festività.

## Modalità di godimento del riposo settimanale

L'accordo chiarisce il quadro normativo contrattuale di applicazione delle disposizioni di legge in tema di godimento del riposo settimanale (articolo 9, decreto legislativo n. 66 del 2003). Per effetto delle nuove disposizioni la possibilità di fruire del riposo settimanale ad intervalli più lunghi di una settimana - purché la durata complessiva, ogni quattordici giorni, corrisponda a non meno di ventiquattro ore consecutive ogni sei giornate effettivamente lavorate - è estesa all'intero anno.

Tali modalità di godimento del riposo settimanale rispondono ad esigenze oggettive tipiche del settore turismo in quanto volte a favorire:

- l'organizzazione dei turni e la rotazione del giorno di riposo, con particolare riferimento alle esigenze che si realizzano in seno alle aziende che non effettuano il giorno di chiusura settimanale;
- la conciliazione della vita professionale dei lavoratori con la vita privata e le esigenze familiari.

## Apprendistato e formazione esclusivamente az.

L'accordo introduce la possibilità di svolgere la formazione per l'apprendista esclusivamente all'interno dell'azienda.

La formazione aziendale è costituita da percorsi di formazione formale, informale e non formale, comprensivi di un monte ore di formazione di base e di formazione tecnico professionale.

L'attività formativa potrà così essere svolta dal datore di lavoro, anche avvalendosi di strutture formative esterne organizzate o dell'Ente bilaterale.

L'impegno formativo è stato graduato in relazione al livello di inquadramento come segue: 120 ore medie annue per i livelli secondo e terzo, 100 ore medie annue per i livelli quarto, quinto e sesto super, 80 ore medie annue per il livello sesto.

L'impegno formativo viene ulteriormente ridotto (di un quarto) nel caso in cui l'azienda si avvalga dell'ente bilaterale per la verifica del piano formativo individuale. Inoltre, la durata della formazione sarà proporzionale alla durata del rapporto di lavoro (vedi apprendistato stagionale).

## Trattamento economico

Questa la tabella principale degli aumenti previsti dal rinnovo del CCNL Turismo:

livello	Gen/10	Set/10	Mar/11	Set/11	Mar/12	Set/12	Apr/13	totale
A	14,26	21,38	21,38	21,38	21,38	35,63	28,49	163,90
B	13,20	19,80	19,80	19,80	19,80	32,99	26,37	151,76
1	12,30	18,44	18,44	18,44	18,44	30,74	24,57	141,37
2	11,24	16,86	16,86	16,86	16,86	28,09	22,46	129,23
3	10,60	15,90	15,90	15,90	15,90	26,50	21,18	121,88
4	10,00	15,00	15,00	15,00	15,00	25,00	20,00	115,00
5	9,38	14,07	14,07	14,07	14,07	23,45	18,74	107,85
6s	9,02	13,53	13,53	13,53	13,53	22,55	18,02	103,71
6	8,89	13,34	13,34	13,34	13,34	22,23	17,77	102,25
7	8,33	12,50	12,50	12,50	12,50	20,83	16,65	95,81

Per maggiori si rimanda alla delibera integrale ed alle maggiori informazioni che regione e province potranno fornire nei prossimi giorni.

## NOTIZIARIO

# Il radiogiornale del commercio

Ogni sabato su Radio Wave International alle 10,35 e 12,50

Un notiziario ideato per dar voce ai commercianti, per aggiornarli e informarli settimanalmente è quello realizzato da Confesercenti Arezzo in collaborazione con Radio Wave International. Il radiogiornale del commercio andrà in onda tutti i sabati mattina alle ore 10,35 su Radio Wave International sulle frequenze 98.500-106.100. La replica alle 12,50 dello stesso giorno.

"Un servizio utile per i commercianti - ha dichiarato Mario Checcagliani direttore di Confesercenti. Crediamo che la radio sia un mezzo di comunicazione capace di raggiungere direttamente i commercianti.

Al lavoro, all'interno dei negozi, gli operatori ascoltano i brani musicali e un radiogiornale del commercio,

servirà all'associazione di categoria per comunicare notizie utili agli operatori nella convinzione di prestare loro un ulteriore servizio".

"La preziosa collaborazione con Radio Wave International, la radio storica aretina - conclude il direttore di Confesercenti Arezzo - permetterà agli operatori di essere costantemente informati. Attraverso le loro frequenze diffuse sul territorio, i commercianti aretini infatti riceveranno ogni settimana, le ultime notizie sul settore commercio".



## SUAP

# Il Comune per le imprese

Lo sportello Unico per le Attività Produttive

Il Comune di Arezzo ha realizzato lo Sportello Unico per le Attività Produttive, per permettere agli imprenditori di rapportarsi agevolmente con l'amministrazione comunale, con tempi certi, al fine di investire con facilità.

Il SUAP costituisce l'interfaccia unica per gli imprenditori che intendono avviare, ampliare, rilevare attività produttive. Si occupa di coordinare il rilascio dei titoli autorizzativi per l'esercizio delle attività produttive, accoglie le istanze di richiesta di avvio delle attività imprenditoriali/produuttive, le trasmette agli uffici competenti fornendo risposta unica all'utenza, coordina i procedimenti e ne comunica l'esito.

Il SUAP del comune di Arezzo è collocato all'interno dell'Ufficio Sportello Unico Attività Produttive, sviluppo economico e marketing in piazza Amintore Fanfani al 2° piano della Palazzina centrale della ex caserma Cadorna.



# Banca Valdichiana, un nuovo amico

BANCA VALDICHIANA CREDITO COOPERATIVO TOSCO-UMBRO

Differente per responsabilità

Message pubblicitario con finalità promozionali. Per le altre condizioni economiche e contrattuali si rinvia ai fogli informativi disponibili gratuitamente presso i nostri sportelli.



AREZZO - via Romana 17/23 - tel. 0575 906373  
 AREZZO CENTRO - via Petrarca 2/4 - tel. 0575 20294  
 CASTIGLION FIORENTINO - s.s. 71 Um. Cas. - tel. 0575 657571  
 MONTE SAN SAVINO - via Fiorentina, 9 - tel. 0575 849686  
 TERONTOLA - via Fosse Ardeatine, 32a - tel. 0575 678588  
 www.bancavaldichiana.it www.valdichiana-produzione.it



**PRODOTTO INTERNO LORDO**

**Istat -5,1%**

Nel 2009 il prodotto interno lordo italiano è diminuito del 5,1 per cento secondo i dati comunicati dall'Istat in via definitiva.

Nella precedente rilevazione, effettuata con diversi metodi statistici, la prima stima del Pil segnava una contrazione del 4,9 per cento.

È il dato peggiore praticamente da sempre, ovvero almeno dal 1971, quando è cominciata la rilevazione statistica. Cresce il debito pubblico

**Deficit/Pil al 5,3%**

In valore assoluto nel 2009, l'indebitamento netto è aumentato di circa 38.200 milioni di euro, attestandosi al livello di 80.800 milioni. Conseguentemente il rapporto Deficit pubblico/PIL sale al 5,3%.

**CRESCITA LA PRESSIONE FISCALE**

**Superato il 2008, siamo al 43,2 per cento**

In base ai dati contenuti nei "Conti economici nazionali" diffusi dall'Istat la pressione fiscale complessiva (ammontare delle imposte dirette, indirette, in conto capitale e dei contributi sociali in rapporto al Pil) nel 2009 è risultata pari al 43,2 per cento, superiore di 3 decimi di punto rispetto al valore del 2008 (42,9 per cento).

**ENTRATE DELLO STATO 2009**

**Diminuzione del 1,9 per cento**

Nel 2009 le entrate totali, pari al 47,2 per cento del Pil, sono diminuite dell'1,9 per cento rispetto all'anno precedente. Nel 2008 erano cresciute dell'1,1 per cento.

Lo comunica l'Istat, sottolineando che le uscite totali sono risultate pari al 52,5 per cento del Pil (49,4 per cento nel 2008), con una variazione del +3,1 per cento rispetto all'anno precedente.

**DISOCCUPAZIONE/1**

**Oltre due milioni di persone in cerca di lavoro**

Il tasso di disoccupazione ha raggiunto l'8,6%. Il dato peggiore dal 2004. L'Istat rileva che l'occupazione a gennaio è rimasta sostanzialmente invariata rispetto a dicembre, mentre ha perso l'1,3 per cento rispetto a gennaio 2009, pari a 307mila unità in meno.

Sempre nel mese di gennaio il numero delle persone in cerca di occupazione risulta pari a 2.144.000.

**DISOCCUPAZIONE/2**

**Il 27% sono giovani e donne**

Il tasso di disoccupazione giovanile, fa inoltre sapere l'Istat, è pari al 26,8 per cento, con una crescita di 0,3 punti percentuali rispetto al mese precedente e di 2,6 punti percentuali rispetto a gennaio 2009.

La disoccupazione maschile raggiunge a gennaio un livello pari a 1 milione 147 mila unità, in aumento del 2,1 per cento (+23mila unità) rispetto al mese precedente e del 27,2 per cento (+245mila unità) rispetto allo stesso mese dell'anno precedente.

Il numero di donne disoccupate è invece pari a 997.000 unità con una riduzione dell'1,9 per cento rispetto a dicembre (-19mila unità), a fronte di un aumento del 9,8 per cento rispetto a gennaio 2009 (+89mila unità).

Banca Monte dei Paschi di Siena e Italia Comfidi

**OLTRE 200 MILIONI PER IL RILANCIO DEL COMMERCIO E DEL TURISMO**

*Accordo per nuove opportunità a favore delle piccole e medie imprese*

**QUESTI I NUOVI PRODOTTI:**

**CRESCITA**

A finanziare sul medio/lungo periodo, con piani di ammortamento fino a 10 anni, gli investimenti ed i consolidamenti delle piccole e medie imprese. Le condizioni economiche offerte alle aziende saranno a tassi particolarmente competitivi.

**NUOVA CLIENTELA**

Prodotto studiato per le forme tecniche sul breve periodo, scoperti c/c ed anticipi vari, con tassi finiti particolarmente vantaggiosi. Il prodotto è dedicato sia ai nuovi clienti per la Banca e sia ai clienti

già fidelizzati da MPS che vorranno procedere ad un aumento significativo delle linee di credito sul breve periodo in essere con il medesimo l'Istituto.

*Inoltre Italia Comfidi in collaborazione con Monte dei Paschi di Siena ha inserito questi nuovi prodotti in convenzione ordinaria.*

**FLUSSO**

Mutui chirografari destinati a sostenere gli investimenti derivanti dalla costituzione di capitale circolante delle PMI socie di Italia Comfidi. È un prodotto a scadenza semestrale con possibilità per l'azienda di

rinnovarlo fino ad un massimo di 5 anni.

**PRESTITI PARTECIPATIVI INSIEME E PARTNER**

Mutui chirografari ed ipotecari, con piani di ammortamento fino a 10 anni, finalizzati sia alla ristrutturazione finanziaria, sia ad investimenti che consentono al contempo alle imprese socie di Italia Comfidi un programma di ricapitalizzazione utile a fronteggiare le nuove sfide poste alle aziende con l'applicazione dal 1 gennaio 2008 degli accordi di Basilea 2.