



SICUREZZA

a pag. 2

Stop agli scippi nei mercati

L'iniziativa di Confesercenti per diminuirli

Ai nastri di partenza la campagna informativa organizzata dalla Questura di Arezzo e da Confesercenti Arezzo per sensibilizzare sul tema dei borseggi nei mercati provinciali e rendere così più sicuri gli acquisti fra i banchi, dal titolo "O la borsa o la vita?... Tieniti la borsa e goditi la vita!!!". I volantini illustrati distribuiti hanno lo scopo di evitare che venga sottovalutato il rischio di essere scippati, stimolando alla massima attenzione per riconoscere eventuali malintenzionati. Totale la disponibilità e l'impegno da parte del Questore e della Polizia di Stato, che garantisce una presenza costante e operativa.

TRIPADVISOR

a pag. 3

Recensioni certificate per servizi migliori

L'Associazione si esprime in attesa dell'Antitrust

Da Confesercenti una proposta per superare l'ormai noto problema della dubbia veridicità delle recensioni (specie quelle negative) pubblicate su Tripadvisor e che sempre più spesso fanno parte dell'insieme di informazioni sulle quali si basa la scelta definitiva del cliente. Lucio Gori, responsabile Assoturismo Arezzo indica come soluzione quella di adottare "recensioni certificate", verificabili e "identificabili". Anche Fiepet Arezzo sposa questa tesi, nella convinzione che, se utilizzato correttamente, Tripadvisor possa rivelarsi uno strumento utile soprattutto per quegli esercenti che puntano costantemente a migliorarsi.



PAGAMENTI ELETTRONICI

a pag. 6

Pos: ecco per chi pesa di più

Quattro categorie soffrono più delle altre

Edicolanti, benzinai tabaccai e ambulanti sono le categorie più colpite dalle conseguenze dell'obbligo del Pos per importi superiori a 30 euro. Un obbligo che non prevede ancora sanzioni, ma che vige e produce effetti negativi su moltissime categorie del commercio.

Troppe difficoltà per gli esercenti e costi eccessivi delle transazioni rispetto al resto d'Europa. Questa la posizione di Confesercenti, che registra anche un ritardo nell'approvvigionamento del Pos, specie per ciò che riguarda gli ambulanti.

IL NUOVO VIRTÙ. LA TUA BANCA, OVUNQUE SEI.

L'INTERNET BANKING MIGLIORA. E TI MIGLIORA LA VITA. OGGI ANCHE CON L'APPLICAZIONE GRATUITA PER MOBILE.



Virtù, l'Internet banking di Banca Etruria, si è rinnovato. Grazie alla nuova applicazione puoi pagare i bollettini, dimenticandoti della fila alla posta; il canone Rai e l'IMU, senza muoverti da dove sei; effettuare bonifici all'estero e ricaricare il cellulare mentre sei sulla spiaggia o sulla neve, all'aperitivo o sull'autobus. Con Virtù risparmi tempo e guadagni in energia, dimenticandoti dello stress. Perché nessuna banca ti è vicina come Banca Etruria.

www.bancaetruiria.it

Messaggio pubblicitario con finalità promozionali. Consultare l'avviso "Principali diritti del cliente" e, per informazioni sulle condizioni economiche e contrattuali, i fogli informativi disponibili presso tutti gli sportelli di Banca Etruria e su www.bancaetruiria.it.

L'APPELLO

Le richieste degli ambulanti Anva Confesercenti aretini ai nuovi Sindaci

Ruzzu: «Diminuire le tariffe, lotta all'abusivismo e alla concorrenza sleale, semplificazione amministrativa»



Dopo le elezioni tra i molti temi caldi che i neo amministratori si trovano ad affrontare, ci sono anche quelli portati in evidenza dall'Anva Confesercenti di Arezzo per le politiche del commercio su aree pubbliche.

Andrea Ruzzu e Lucio Gori, rispettivamente presidente e segretario dell'Anva Confesercenti di Arezzo, fanno il punto della situazione sullo stato di salute della categoria e le esigenze per il rilancio di questo importante comparto del commercio, che saranno sottoposte ai vari Enti. «Il 2013 - commenta Lucio Gori - è stato difficile come testimoniano i dati anche del saldo passivo tra le aziende ambulanti nate e quelle "morte" in provincia di Arezzo. I primi mesi del 2014 non sono stati migliori».

Alla fine del 2013 le aziende ambulanti registrate ad Arezzo sono state 810, con 42 aperture e 72 cessazioni, con un saldo di -32. Tra le priorità che l'Anva pone all'attenzione dei neo amministratori c'è quella della riduzione delle tariffe e altre che stanno a cuore agli ambulanti.

«Tra i temi più delicati - sottolinea il presidente Andrea Ruzzu - indubbiamente quelli della riduzione delle tariffe, dell'abusivismo e della concorrenza sleale, dei mercatini arte ed ingegno, del Durc, dell'applicazione della Bolkestein. La priorità è quella di bloccare ogni ipotesi di aumento e, se possibile, ridurre le tariffe previste per i suoli pubblici e per il servizio di pulizia e smaltimento dei rifiuti nei mercati».

Per Ruzzu «Il fenomeno dell'abusivismo rimane tuttora aperto; a volte si vede un eccessivo permissivismo di coloro che dovrebbero vigilare e tutelare la categoria; a fronte di tutto ciò, non ci stiamo più ad essere etichettati come gli evasori fiscali, sottoposti a molteplici controlli, mentre poco innanzi gli abusivi si fa finta di non vederli e non vengono controllati».

Infine per l'Anva serve maggior chiarezza sulle regole di chi opera su area pubblica: tra *farmer market* o mercati della filiera corta, mercatini del riuso e dello scambio, mercatini dell'usato e hobbyisti.

SICUREZZA

Al mercato **attenzione alla borsa**

Questura e Confesercenti rilanciano la campagna antiborseggio



«O la borsa o la vita?... Tieniti la borsa e goditi la vita!!!». Al via la campagna antiborseggio al mercato di via Giotto e in altri mercati provinciali. Riparte la campagna di prevenzione della Questura di Arezzo e della Confesercenti di Arezzo per evitare i borseggi e altri reati di criminalità diffusa all'interno dei mercati.

Il Questore Enrico Moja, assieme al direttore Mario Checcaglini e al vicedirettore Lucio Gori, hanno presentato la campagna informativa per rendere maggiormente sicuri gli acquisti tra

attraverso le sue articolazioni della Sezione "Volanti" e del "Poliziotto di Quartiere", presta una particolare e mirata attenzione alle situazioni della vita sociale nelle quali in maggior misura possono inserirsi soggetti malintenzionati dediti alla ricerca ed individuazione di potenziali vittime cui indirizzare la propria condotta illecita».

«Condizioni ottimali - ha proseguito il Questore Moja - per porre in essere strategie ed attività delinquenziali volte al furto e al borseggio si presentano in occasione dei mercati, luoghi di concentrazione e convegno di numerosi commercianti e acquirenti. E proprio in questi contesti viene profuso il massimo impegno da parte della Questura per garantire una presenza operativa capace di infondere sicurezza e tranquillità da una parte e costituire un valido deterrente per le intenzioni criminose dall'altra».

«Appare quindi meritevole di plauso - ha concluso Enrico Moja - l'iniziativa di Confesercenti per l'opera di sensibilizzazione "sul campo". La Polizia di Stato è pronta ad affiancare e sostenere tale iniziativa con la consueta competenza professionale ed il sempre rinnovato sentimento di vicinanza alla collettività».

«Il mercato - ha spiegato il direttore di Confesercenti Mario Checcaglini - costituisce uno degli ambienti ove si svolge la vita di comunità. Un ambiente che oltre a favorire il contatto interpersonale, la socialità, purtroppo favorisce anche persone malintenzionate che, approfittando anche di luoghi ad alta frequentazione, vi si recano con il preciso scopo di commettere reati quali borseggi, furti di vario genere ed altro».

«L'iniziativa - prosegue Lucio Gori, vicedirettore e responsabile provinciale degli ambulanti - mira a sensibilizzare i consumatori affinché prestino attenzione tra le bancarelle. A volte basta una piccola distrazione per cadere nella trappola dei ladroncoli».

Ecco quindi che l'iniziativa "O la borsa o la vita?... Tieniti la borsa e goditi la vita!!!", tende a sottolineare proprio gli aspetti positivi del fare una spesa "tranquilla", cercando di evitare i reati di criminalità diffusa e, nel contempo, "godersi la vita".

le bancarelle al riparo da furti e borseggi.

La sensibilizzazione ha preso il via tra le bancarelle del mercato di via Giotto per poi proseguire nei principali mercati provinciali, tra cui quelli di Sansepolcro e di Monteverchi.

Tra le bancarelle sono stati distribuiti volantini, illustrati da Mariella Dei, e destinati a sensibilizzare la clientela a non sottovalutare l'eventualità di finire scippata.

«Come noto la Polizia di Stato - ha dichiarato il questore Enrico Moja - è da sempre impegnata sul fronte della prevenzione dei reati di tipo predatorio, in particolar modo dei furti, borseggi, scippi e rapine. L'Ufficio Prevenzione Generale e Soccorso Pubblico della Questura,



Banca Valdichiana, un nuovo amico

BCC BANCA VALDICHIANA
CREDITO COOPERATIVO TOSCO-UMBRO

Differente per responsabilità



www.bancavaldichiana.com

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 - CAMUCIA - viale Gramsci, 31/32 - tel. 0575 605086
www.bancavaldichiana.com

Confesercenti punta il dito su TripAdvisor

Brogi: «Preoccupati per un fenomeno che non è sotto controllo»



A fronte della recente decisione dell'antitrust di avviare un'indagine su TripAdvisor, il sito web di prenotazioni e recensioni turistiche, con l'ipotesi di pratica commerciale scorretta, prende posizione anche l'Assoturismo Confesercenti.

Sulla questione interviene il presidente di Confesercenti Barbara Brogi, anche in veste di nota albergatrice del Valdarno. «Come categoria - puntualizza la Presidente di Confesercenti Arezzo - non possiamo che essere molto preoccupati per l'emergere di un fenomeno che è sotto ad ogni controllo. Ci preme sottolineare che gli albergatori non intendono affatto sottrarsi alle giuste critiche di coloro che non hanno apprezzato la nostra offerta, ma solo quando sia verificata la fonte delle recensioni. Invece molto spesso chi scrive negativamente su di noi non è mai entrato nelle nostre

strutture e questo non è accettabile».

Da tempo, infatti, consumatori, albergatori e ristoratori, lamentano la poca attendibilità del sito che pubblica recensioni sugli esercizi non veritiere e anonime.

Per Lucio Gori, responsabile dell'Assoturismo di Confesercenti Arezzo, «è necessario fare al più presto chiarezza sull'attendibilità delle recensioni, soprattutto per offrire a chi utilizza le nostre strutture un'autentica vetrina degli hotel e dei ristoranti presenti sul sito».

Gori ricorda che «circa un anno fa, Assohotel nazionale e recentemente anche i ristoratori Fiepet Confesercenti della costa Toscana avevano incontrato i responsabili di TripAdvisor, suggerendo loro di prevedere delle "recensioni certificate", per cui verificabili, di-

stinte da quelle non certificate».

Sulla stessa linea si pone Fabrizio Tavanti, vice presidente della Fiepet Arezzo: «Una corretta informazione sulle imprese che operano nella ristorazione e su tutti i locali coinvolti nel settore turistico, aiuta il consumatore a orientarsi per scegliere l'offerta più vicina alle proprie aspettative e, contemporaneamente, sollecita noi esercenti a migliorarci continuamente. Perché tutto questo sia realizzabile però, è necessario avere la garanzia della veridicità delle recensioni e la possibilità di dialogare con chi recensisce. Per questo chiediamo che chi invia i propri commenti sia identificabile e che sia possibile verificare che abbia realmente usufruito del servizio. Speriamo che la decisione dell'Antitrust conduca ad avere regole certe».

INDAGINE FIEPET

I danni della crisi

Consumi in calo dal 2010 nei bar e ristoranti

La tavola ai tempi della crisi economica. Ovvero, come sono cambiate le abitudini degli italiani in fatto di consumi nei pubblici esercizi e quanto ne hanno risentito i bilanci delle imprese del settore?

Dati alla mano, dal 2010 ad oggi sono diminuiti dell'8,5% i consumi nei bar e del 7,9% nei ristoranti. Cala la spesa per la pausa pranzo (-3,5%), per l'aperitivo (-2,7%) e perdono terreno persino cappuccino e cornetto mattutini (-3,3%).

Il volume d'affari scende a 15,1 miliardi di euro l'anno (-18%) con un calo stimato della spesa media del 13%.

I pubblici esercizi rappresentano sempre più un luogo di incontro e di aggregazione per i giovani tra i 18 ed i 25 anni (46,6%) e per gli ultra sessantenni (38,9%), mentre per gli altri resta soprattutto un luogo in cui consumare.

I dati elaborati dalla Confesercenti evidenziano per il 2013 un calo dei consumi del 2,2% ed una flessione della spesa delle famiglie del 2,6%. Il fatturato delle imprese della ristorazione è calato del 3,6%: il dato più pesante in Europa dopo quello del Portogallo. Il fatturato degli esercizi alimentari, tabacchi e bevande è sceso del 3,1%.

Gli italiani continuano a stringere la cinghia per far quadrare il bilancio a fine mese e lo fanno anche sacrificando qualche pranzo, cena o aperitivo e persino il rito della colazione la mattina al bar. Il settore che resisteva alla spending review familiare e che, anzi, funzionava da premio di consolazione per le tante altre rinunce, dalle vacanze all'abbigliamento ai divertimenti, ha pagato il suo peggio alla crisi.

POLEMICA PIAZZA GIOTTO

Serve maggior decoro al Giotto

Micheli: «Confesercenti impegnata per evitare il degrado e riqualificare la piazza»



A seguito degli episodi di degrado in piazza Giotto, Confesercenti ha promosso un incontro con l'amministrazione comunale per tentare di risolvere una questione annosa. I dirigenti dell'associazione di categoria hanno incontrato assieme ai commercianti l'assessore al Commercio Paola Magnanensi per affrontare la questione del decoro al Giotto.

«L'associazione di categoria - spiega il

vice direttore Stefano Micheli - ha proposto un piano di riqualificazione a 360° di piazza Giotto. Occupazione suolo pubblico dei pubblici esercizi, parco giochi per bambini, introduzione di elementi di decoro urbano sono gli argomenti che sono stati affrontati al tavolo. Nel frattempo abbiamo segnalato alla Polizia Municipale gli episodi di degrado che si sono susseguiti».

«Confesercenti prosegue quindi l'impegno nel portare avanti il piano di riqualificazione già avviato da due anni con l'installazione della pista del ghiaccio, con l'organizzazione di una serata di animazione, con la Giostra e il Brucomela. Eventi che rappresentano il miglior modo per allontanare il degrado e creare le condizioni per rendere vivibile e frequentata la zona».

BANCA DI ANGIARI E STIA
Differente per forza.
 Sede Centrale: ANGIARI (Ar) - Tel. 0575.78761
 www.bancadianghiariestia.it

POS

I dubbi di Confesercenti

Barbara Brogi: «Troppe difficoltà e costi eccessivi»

L'introduzione dell'obbligatorietà del pagamento Pos è un argomento che preoccupa molte categorie del commercio. Barbara Brogi, presidente di Confesercenti, ci tiene a sottolineare che «le perplessità sull'introduzione dell'obbligatorietà dei pagamenti attraverso il Pos per cifre superiori a 30 euro sono legate alle troppe difficoltà e ai costi eccessivi, superiori di gran lunga a quanto stabilito negli altri Paesi europei».

«Il timore è che siamo di fronte ad un ulteriore balzello - spiega Barbara Brogi - e lo diciamo non per pregiudizio verso il pagamento elettronico, che tra l'altro appare uno strumento che generalmente spinge il consumatore a spendere di più».

L'attacco di Confesercenti è quindi verso una novità che di fatto pesa ancora una volta sulle tasche dei commercianti con canoni troppo alti. Benzinai, edicolanti, tabaccai e ambulanti sono le categorie del commercio maggiormente in difficoltà dall'entrata in vigore della normativa sul Pos obbligatorio. Per quanto riguarda le prime tre, dovranno sopportare - più di altri - costi proibitivi; nel caso degli ambulanti, gran parte di essi non ha ancora provveduto a dotarsi di Pos.

Benzinai

Discorso analogo per la distribuzione carburanti: a fronte di un ricavo oscillante fra il 2,5% e il 3% (pari a una media di 3 centesimi al litro), i benzinai hanno un costo Pos di 0,5%-0,6%, più una media di 10/20 euro al mese per il Pos. Dunque, più basso è l'erogato, più incide il costo della transazione. «In realtà - precisa Claudio Marraghini, presidente della Faib, la federazione dei benzinai di Confesercenti - il problema dei costi della transazione non nasce certo oggi: gran parte di noi usa da tempo il Pos, anche per transazioni sotto i 30 euro, altrimenti si rischia di perdere il cliente. A questo si aggiunge che la transazione con carte di credito costa ancora di più di quella con il bancomat e può superare anche l'1%. Risultato: per un impianto medio a Torino i costi bancari oscillano fra i 5000 e i 7000 euro l'anno. Eppure vendiamo un prodotto il cui prezzo è rappresentato per oltre il 60% da imposte. Insomma: paghiamo per fare gli esattori dello Stato».

Tabaccai

Per questa categoria le conseguenze del Pos obbligatorio sono ancora più gravi. Per i tabaccai, infatti, le vendite di prodotti con aggio rappresentano la parte preponderante: fra i principali, sigarette e prodotti di monopolio in genere, valori bollati, giochi, bollo auto. Assotabaccai, l'associazione di categoria della Confesercenti, ha fatto un po' di conti: una tabaccheria che abbia un incasso di 1.250.000 euro ricava circa 75.000 euro, dei quali 8.000 vanno in transazioni. «L'enorme differenza che c'è fra l'incasso e quello che rimane al tabaccaio - spiega Mara Andreani, responsabile di Assotabaccai-Confesercenti - deriva dal bassissimo aggio che ci viene riconosciuto: del 10% sulle sigarette, esso si riduce all'8% per i giochi, al 4,5% per le marche da bollo, al 2% per le carte telefoniche. Adirittura, per il bollo auto l'aggio non è a percentuale, ma in cifra assoluta: 1,85 euro a bollo, a prescindere dal valore; in pratica, sui bolli, lavoriamo in perdita. L'ultima "sorpresa" è, anzi, la minacciata ulteriore riduzione degli aggi sui valori bollati, contro la quale Assotabaccai ha iniziato una raccolta di firme da consegnare al governo».

Edicolanti

Apparentemente non dovrebbero essere coinvolti, dal momento che è difficile immaginare una spesa media per i giornali superiore ai trenta euro. Tuttavia, le edicole vendono anche altro e in particolare gli abbonamenti Gtt e di altre aziende di trasporto: in questo caso i 30 euro si superano ampiamente. Il cosiddetto "aggio" per ciascun abbonamento (cioè il ricarico riconosciuto all'edicolante) è del 2%, a fronte di uno 0,4% del costo rappresentato dalla transazione (esclusi i 28/40 euro mensili per il noleggio dell'apparecchiatura).

Ambulanti

Secondo una ricerca condotta da Confesercenti, gran parte di essi non ha ancora provveduto a dotarsi di Pos. «Comprensibile - sottolinea Andrea Ruzzu, presidente dell'Anva-Confesercenti - se si pensa che sui mercati, specialmente nel settore alimentare, è difficile che lo scontrino superi i 30 euro».

«In realtà - continua Lucio Gori di Confesercenti - il vero problema non riguarda la normativa in sé, quanto i costi esorbitanti delle transazioni, che non hanno uguali in alcun altro Paese europeo e rispetto ai quali siamo fermamente intenzionati ad aprire un contenzioso con le banche. Il maggiore uso della moneta elettronica sarebbe senz'altro positivo, perché diminuirebbe i rischi e i costi connessi alla gestione del contante. Bisogna però intervenire subito a favore degli esercizi a basso margine e abbandonare l'approccio utilizzato fino ad ora. Meglio percorrere la strada degli incentivi fiscali, da riservare alle imprese e ai consumatori che usano carte di debito e di credito. Una strategia che, nei Paesi dove è stata applicata, ha dato ottimi frutti».

«La scelta fatta in Italia, invece - conclude Gori - è squilibrata, poiché sposta l'intero onere dell'operazione sugli esercenti: complessivamente, il "conto" pagato dal totale delle imprese italiane per sostenere l'operazione ammonterà a 5 miliardi di euro l'anno. Una "tassa" superiore, per esborso, al gettito dell'addizionale comunale dell'Irpef, e che rischia di mettere in difficoltà le imprese proprio nel momento in cui si spera nei primi barlumi di ripresa».

VALTIBERINA

Estate di eventi ad Anghiari

Cascianini: «L'impegno dell'Associazione per animare lo shopping»

Il centro commerciale naturale di Anghiari si animerà ogni mercoledì grazie a Confesercenti, all'amministrazione comunale, alla Banca di Anghiari e ai commercianti protagonisti dell'evento.

I Mercoledì di Anghiari per tutto il mese di luglio ed agosto, settimanalmente attireranno nel borgo della Valtiberina migliaia di visitatori. Chiara Cascianini, responsabile della Confesercenti della Valtiberina, spiega l'impegno dell'associazione di categoria nel promuovere un evento fiore all'occhiello dell'estate anghiarese.

Quali sono gli eventi che animeranno Anghiari?

«Il bellissimo centro storico di Anghiari sarà occupato dalle bancarelle ogni mercoledì per tutto il mese di luglio ed agosto.

I negozi rimarranno aperti con grandi opportunità di acquisti per la clientela. Inoltre ci saranno numerosi eventi riservati alle famiglie. Eventi che renderanno le strade e le piazze del borgo maggiormente attraenti per turisti e visitatori che in questo periodo estivo soggiornano negli agriturismo della Valtiberina toscana».



Quali obiettivi si prefigge l'associazione di categoria assieme al Comune e agli enti che sostengono l'evento?

«La promozione del territorio e delle eccellenze anche gastronomiche, la vitalità del paese, l'incontro tra clientela e commercianti, oltre alla voglia di creare un momento di socialità e divertimento e occasioni per favorire lo shopping: sono queste le ragioni che stanno alla base dell'evento».

Quali sono gli eventi che animeranno il centro storico?

«I Mercoledì di Anghiari cui si aggiungeranno gli appuntamenti con l'iniziativa "Stasera cena sotto le stelle... con la chianina" di "Vetrina Toscana a tavola"».



SALDI ESTIVI: LE PREVISIONI

Al via la stagione degli sconti: Confesercenti fiduciosa

Spese medie fino a 160 euro in un clima di positività

Partenza dei saldi: ci sono le condizioni perché sia migliore degli scorsi anni. È fiducioso il direttore di Confesercenti Mario Checcagliani. «Se osserviamo i dati del mese di aprile, dove i consumi hanno invertito la tendenza alla caduta, registrando un significativo più 2% - spiega il direttore Checcagliani - rispetto l'analogo mese dell'anno precedente, c'è la speranza che questo avvii consolidi la tendenza. Siamo lontani naturalmente da una duratura inversione di tendenza, però vogliamo credere che qualche cosa cambi anche nel settore dei consumi».

«Finalmente - prosegue Checcagliani - c'è un segno positivo che deve essere analizzato con fiducia. L'associazione di categoria intende infatti interpretarlo positivamente sperando in una ripresa. È anche quello che si aspettano i commercianti e la speranza è che i consumatori approfittino di questo clima di fiducia per fare acquisti approfittando delle occasioni». L'analisi di Checcagliani prevede che rispetto allo scorso anno non ci saranno cali considerevoli nella spesa che ciascun consumatore riserverà agli acquisti a prezzi scontati. «I consumatori - spiega Checcagliani - spenderanno 150-160 euro a testa. C'è infatti da sperare che i provvedimenti del Governo per i redditi medio bassi siano una risorsa per permettere ai consumatori di acquistare ciò che desiderano da tempo e per di più a prezzi realmente vantaggiosi».

«Ormai rispetto ad alcuni anni fa - prosegue il direttore di Confesercenti - le percentuali di sconto sono considerevoli con punte del 50% fino al 70%. Ineccepibile poi il comportamento dei commercianti, che negli anni si sono conquistati la fiducia della clientela. Il nostro territorio non ha mai registrato lamentele da parte dei consumatori, a testimonianza della correttezza di commercianti nell'applicare gli sconti e nell'offrire merce di qualità a prezzi realmente vantaggiosi. In questo quadro e clima speranzoso non c'è che da augurarsi che l'avvio dei saldi sia ottimale».



VENDITE AL DETTAGLIO

Indice di fiducia è in rialzo (+4%). Ma i consumi sono fermi

Dati simili al 2013 anche in questa prima parte dell'anno

Nonostante l'indice di fiducia segni un +4%, i consumi degli italiani sono sempre più in basso. Le vendite al dettaglio rilevate da Istat registrano un segno negativo: -0,9% rispetto a un anno fa. Insomma, per ora non è cambiato nulla rispetto al dato medio del 2013, il peggiore dal 1990. In attesa di capire se i timidi segnali di ripresa e i recenti provvedimenti del Governo (i famosi 80 euro e il taglio Irap del 10%) fermeranno almeno la discesa, i dati diffusi dall'Istat registrano ancora una flessione. L'ultimo dato destagionalizzato delle vendite al dettaglio (incorpora la dinamica sia

delle quantità sia dei prezzi) registra una variazione nulla rispetto al mese precedente. La flessione annuale dello 0,9% è la sintesi del -0,1% per i prodotti alimentari e del -1,3% per i non alimentari. I dati sulle vendite (di gennaio) però stridono con l'indice del clima di fiducia dei consumatori che, in marzo, è in netto rialzo, balzato da 97,7 a 101,7.

La debolezza estrema della domanda è coerente anche con il dinamismo dei discount: le famiglie in difficoltà hanno ridotto gli acquisti, ma hanno anche puntato sul low-cost. Sempre in gennaio, a fronte di una

mini crescita di iper e supermercati (tra 0,2 e 0,6%), le vendite dei discount sono balzate del 3,1% su base annua (anche in frenata rispetto al passato). Continua invece la grande crisi del piccolo commercio, alimentare e non: -2,5%. «Dall'Istat non ci aspettavamo notizie diverse – esordiscono in Confesercenti – l'economia è ferma, le famiglie sono sofferenti per l'erosione del reddito e nel carrello mettono meno prodotti alimentari, ma soprattutto hanno tagliato il non food». «È importante che il Governo abbia deciso di aggiungere 80 euro nelle buste paga di milioni di lavoratori. È un primo

segnale di ottimismo. Auguriamoci che funzioni da volano. Ma più che i volumi preoccupa l'erosione dei margini. Ora speriamo che dopo la tempesta faccia capolino il sole». Tornando ai dati Istat, bersagliati i prodotti non alimentari. A gennaio i dati negativi hanno coinvolto quasi tutti i gruppi di prodotti, compresi farmaceutici e giocattoli: le flessioni maggiori riguardano cartoleria, libri, giornali e riviste (-3%), foto-ottica (-2,6%) e prodotti farmaceutici (-2,2%). Appena due le eccezioni: profumeria e cura della persona (+1,7%) e dotazioni per l'informatica e telefonia (+0,2%).

ISTAT

La produzione industriale torna a salire +1,6%. Il massimo dal 2011

Non siamo ancora fuori dalla crisi, ma si registra la prima inversione di tendenza. Se una rondine non fa primavera, il segnale non va però sottovalutato. Ad aprile la produzione industriale torna a salire, con un aumento dello 0,7% su marzo, quando era risultata negativa, e una crescita dell'1,6% su base annua. Lo rileva l'Istat, spiegando che il rialzo annuo è il più alto dall'agosto del 2011. In aprile l'indice destagionalizzato registra variazioni congiunturali positive nei comparti dell'energia (+3%), dei beni di consumo (+2,2%) e dei beni intermedi (+0,5%). Segna una variazione negativa, il raggruppamento dei beni strumentali (-1,3%). Con riferimento alle sole attività manifatturiere, la produzione aumenta dello 0,4%. Gli indici corretti per gli effetti di calendario registrano, ad aprile 2014, aumenti tendenziali nei raggruppamenti dei beni intermedi (+3,9%) e dei beni di consumo (+3,2%).

Segna una flessione il comparto dell'energia (-5,3%) e, in misura più lieve, quello dei beni strumentali (-0,7%). Le attività manifatturiere aumentano del 2,1%.

Per quanto riguarda i settori di attività economica, ad aprile 2014 i comparti che registrano la maggiore crescita tendenziale sono quelli del metallo, esclusi macchine e impianti (+7,1%), delle industrie alimentari, bevande e tabacco (+5,8%) e dei mezzi di trasporto (+3,4%). Le diminuzioni maggiori si registrano nei settori della fabbricazione di coke e prodotti petroliferi raffinati (-8,1%), della fabbricazione di apparecchiature elettriche e apparecchiature per uso domestico non elettriche (-6,7%) e della fornitura di energia elettrica, gas, aria (-4,9%).

Variazione nulla della produzione industriale in maggio su aprile, dopo l'incremento dello 0,7% su marzo comunicato dall'Istat.

Segnali positivi dovrebbero arrivare dal manifatturiero. A maggio, la variazione congiunturale acquisita per il secondo trimestre del 2014 è di +0,2%.

REGIONE TOSCANA

“Ricetta rossa” addio, la prescrizione diventa elettronica

Piero Melandri

La “ricetta rossa”, la tradizionale ricetta di carta, lascia il posto alla ricetta elettronica, a partire dalle prescrizioni farmaceutiche. Questione di pochi giorni, e (prima a Empoli, poi progressivamente in tutta la Toscana) il medico non consegnerà più al cittadino la ricetta, ma un foglietto con un codice, che il paziente consegnerà a sua volta al farmacista, il quale, in base al codice, rintraccerà su internet la ricetta del medico. Sul foglietto, ci sarà anche il codice relativo alla fascia economica di appartenenza, necessario per la determinazione del ticket aggiuntivo. La delibera che contiene il progetto regionale “Ciclo di vita della prescrizione elettronica: dematerializzazione della prescrizione farmaceutica” e che dà alle aziende disposizioni per la sua attuazione, è stata approvata dalla giunta nel corso della sua ultima seduta. “La prescrizione elettronica migliorerà notevolmente la qualità dell'assistenza sanitaria e l'efficienza dei servizi, aumentando l'appropriatezza, il collegamento tra i professionisti, contribuendo a diminuire gli errori medici, e aiutando a monitorare i costi”.

I primi a partire, dal prossimo 16 giugno, limitatamente alla prescrizione farmaceutica, saranno un gruppo di medici di famiglia di Empoli. Le farmacie, in quanto erogatori, saranno tutte attive fin da subito. Dopo il primo avvio, il sistema sarà progressivamente esteso a tutto il territorio toscano (sempre limitatamente alla prescrizione di farma-

ci). Il progetto dovrebbe concludersi e andare a completo regime in tutta la Toscana entro la fine del 2014.

La ricetta rossa però non scompare del tutto. Per il momento, continua ad essere utilizzata per le prescrizioni diagnostiche e specialistiche. E rimane anche per le prescrizioni farmaceutiche nel caso in cui il medico non abbia a disposizione il collegamento telematico (per esempio, durante le visite a domicilio).

Con il nuovo sistema, il cittadino non potrà più effettuare l'autocertificazione della propria fascia economica di appartenenza sulla singola ricetta al momento della fruizione della prestazione specialistica o in farmacia. Sarà il medico prescrittore a riportare sulla ricetta, attraverso il software di prescrizione elettronica che interroga le banche dati del Mef e dell'Inps, la posizione economica dell'utente. Se nelle banche dati non è presente nessuna informazione, oppure la fascia economica riportata è errata, il cittadino è tenuto a presentare idonea autocertificazione con validità annuale.

In tutte le Asl, nelle farmacie, negli studi dei medici di famiglia, saranno affisse locandine per informare in maniera corretta e uniforme la popolazione.

Per saperne di più: numero verde 800 556060 www.regione.toscana.it/salute/ticket_sanita@regione.toscana.it Urp delle aziende sanitarie

L'INIZIATIVA

Successo per il maxischermo a Sant'Agostino per vedere la giostra

Micheli: «Una bellissima serata dedicata a turisti e aretini, tra cibo, divertimento e Saracino in diretta Tv»



Ha riscosso uno straordinario successo l'evento organizzato da Confesercenti per far vivere alla città un bellissimo appuntamento legato alla rievocazione storica aretina. L'installazione del maxischermo in piazza Sant'Agostino, per consentire agli aretini di assistere alla diretta tv della Giostra del Saracino in una festosa atmosfera, ha contagiato migliaia di persone. E così sabato 21 giugno, mentre in piazza Grande i quartieri scendevano in lizza, piazza Sant'Agostino ha finito per essere assediata dalle famiglie con la voglia di assistere alla Giostra sul maxischermo.

Confesercenti, In-eventi, Milk Agency e i ristoratori di piazza Sant'Agostino, a partire dalle 18 hanno dato il via alla festa. I ristoratori, i bar, le gelaterie e alcuni commercianti hanno organizzato una serata di divertimento, regalando l'opportunità di assistere all'incendio degli armati in piazza Grande per poi seguire carriera dopo carriera il torneo cavalleresco.

«Un evento – spiega Stefano Micheli, vicedirettore di Confesercenti – per le famiglie e per i turisti che hanno ammirato la Giostra seduti in piazza Sant'Agostino. È stata una bellissima serata dedicata a turisti e aretini, tra cibo, divertimento e Saracino in diretta Tv».

CREDITO PERFETTAMENTE ACCORDATO

Italia Comfidi,
agevola l'accesso
al credito bancario
per le imprese
del commercio,
del turismo,
del terziario.
Dal 1980 aiuta
le imprese
ad avere credito
in modo semplice,
vantaggioso
e trasparente.



C
ITALIA
COMFIDI
società consortile a r.l.

Riparti con noi "Investi"

Garanzia a costo zero per le imprese della Toscana

Queste le caratteristiche delle intese intercorse con il sistema bancario della Toscana.
Si tratta di un plafond di 10 milioni di euro.

Italia Comfidi, in partnership con Banca di Cambiano, Chianti Banca, Banca CR Firenze, Cassa di Risparmio di Pistoia e della Lucchesia, Cassa di Risparmio di Volterra, Monte dei Paschi di Siena, Unicredit, Carige Italia, BNL e Banca Popolare dell'Etruria e del Lazio ha stanziato uno specifico plafond di 10 milioni di euro destinato a sostenere le PMI socie, con sede legale in Toscana, che vogliono investire sul proprio futuro e credono nell'innovazione per competere sul mercato.

La campagna prevede il rilascio della Garanzia Diretta del Comfidi a valere su operazioni finalizzate ad investimenti materiali ed immateriali da realizzare.

L'importo massimo del finanziamento previsto è pari a 500mila euro, di durata da 3 a 5 anni, a costo zero della garanzia di assoluta eccellenza ed uno spread bancario in linea con le migliori condizioni di mercato, grazie alla possibilità di accedere a fondi pubblici nell'ambito del POR Regione Toscana 2007/2013.

Le nostre filiali sono sempre a vostra completa disposizione per qualsiasi informazione

- Ufficio di Firenze 50100 - piazza P.Vettori 8/10 - tel. 055 906771
- Ufficio di Prato 59100 - via Pomeria, 71/b - tel. 0574 40291
- Ufficio di Pistoia 51100 - via Galvani, 17 - zona industriale S.Agostino - tel. 0573 927732
- Ufficio di Livorno 57123 - via C. Cogorano, 25 - tel. 0586 896256
- Ufficio di Lucca 55100 - via delle Tagliate, 130 - tel. 0583 43281
- Ufficio di Massa Carrara 54033 - via Frassina, 71 - Carrara - tel. 0585 83801
- Ufficio di Pisa 56125 - via Catalani, 8 - tel. 050 888000
- Ufficio di Viareggio 55049 - via Matteotti, 180 - tel. 0584 329511
- Ufficio di Arezzo 52100 - via Fiorentina, 240 - tel. 0575 984312
- Ufficio di Grosseto 58100 - via De' Barberi, 108 - tel. 0564 438858
- Ufficio di Siena 53100 - S.S. Statale 73 Levante, 10 - tel. 0577 252203

Via Stazione delle Cascine, 5/v - 50145 Firenze - tel. 055 303441 - fax 055 301078
comfidi@comfidi.it - www.comfidi.it



Mensile di informazione al servizio
del commercio e del turismo

Reg. Trib. FI: nr. 5091 del 30/7/2001
Anno 14 - n. 10 aprile-maggio 2014

Editore: Edimedia Srl
Direttore Responsabile: Massimo Biagioni
Redazione e Pubblicità: Edimedia Srl
via Voltorno, 10/12a 50019 Sesto Eno - FI
tel. 055340811 - fax 055340814
info@edimedia-fi.it

Stampa: Industria Grafica Valdarnese
tel. 0559122550

Chiuso in redazione il 28 aprile

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