

# IL COMMERCIANTE

**nuovo**

Direttore Responsabile: **Leonardo Ventrella** - Direz. Redaz. e Ammin.: Via Trabaci, sn - Tel. (0835) 387851 - Aut. Trib. Matera n. 51 del 21/11/1978 - Sped. A.P. - E.P.I. Filiale di Matera - Fotocomposizione e Stampa: La Stamperia, Liantonio - Tel. e Fax (0835) 263326 - Matera

MENSILE DELLA **CONFCOMMERCIO** MATERA

Spett.

Anno XXXIII n. 4 novembre 2008 - Spediz. A.P. - E.P.I. Filiale di Matera

COPIA GRATUITA



Campagna di contenimento prezzi al bar promossa dalla Federazione Italiana Pubblici Esercizi  
in collaborazione con il Garante per la sorveglianza dei prezzi



## UN PREZZO DA AMICO

*Il PREZZO di una consumazione al bar è importante  
ma ci vogliono anche qualità e cortesia  
Noi cerchiamo di offrire tutto al meglio*

*Zeta  
System*



**INTERNATIONAL FORWARDERS**

Zona Industriale La Martella  
Lotti C55 e C56 - 75100 Matera  
Ph. +39 / 0835302311 - Fax +39 / 0835302330

[www.zeta-system.it](http://www.zeta-system.it)

**Direttore Responsabile:**

Leonardo Ventrella

**Direzione Redazione**

**e Amministrazione:**

Via Trabaci sn Matera  
Tel. 0835/387851  
Fax: 0835/387855  
www.confcommerciomatera.it  
ascom@confcommerciomatera.it  
Periodico della Confcommercio  
Matera  
Aut. trib. Matera n.51 del 21/11/1978  
E.P.I. Filiale di Matera

**Stampa:**

La Stamperia Liantonio - Matera

**Responsabile Pubblicità:**

MA.LI. Communication  
di Licchelli Mariella.

**SOMMARIO**

Editoriale	pag. 3
Vendite promozionali e saldi	
Obbligo di esposizione	
prezzi	pag. 4
Credito di imposta	pag. 6
Sempre più vuote le	
tasche degli italiani	
Indici ISTAT	pag. 7
Al bar un prezzo da amico	pag. 8
Zona franca: Matera	
tra le candidate	pag. 10
Governo: misure per	
imprese e famiglie	
Contratto di inserimento	pag. 11
La crisi della motorizzazione	pag. 14
Sacchetti biodegradabili	pag. 16
Prezzi: il caro pasta	pag. 18
Road-Show sicurezza	
sul lavoro	pag. 19
Formazione aggiornamento	
professionale	pag. 20
Benzina: prezzi giù	
Notizie in breve	pag. 21
Fi-data: tifare è scontato	pag. 22

**Editoriale**

*Varata la nuova legge regionale sul Commercio*

# La montagna ha partorito il topolino

Dopo anni di discussioni, osservazioni, proposte migliorative e marginali ritocchi, il Consiglio Regionale della Basilicata, all'improvviso, approva la legge senza che dovrebbe governare il nostro settore nel prossimo triennio. E' appena il case di evidenziare un passaggio: due giorni prima avevo chiesto all'assessore alle Attività Produttive, Vincenzo Folino, di incontrare le organizzazioni di categoria del commercio per fare il punto su questa legge prima che venisse discussa in Consiglio. Invito raccolto dall'assessore e incontro annunciato per la settimana successiva. Cogliendo tutti di sorpresa, invece, il Consiglio Regionale ha approvato questa legge. Ritengo che lo stesso assessore sia stato colto di sorpresa anche se il testo base è stato redatto dal suo dipartimento. La sorpresa più grossa, tuttavia, è venuta da due "postille" inserite all'improvviso in coda agli art. 4 e 5 della legge. Nella prima è comparsa la definizione del "parco commerciale territoriale" in aggiunta alle tradizionali definizioni degli esercizi di vicinato, medie e grandi strutture. Nella seconda (art. 5 comma 10) si individua la procedura per la realizzazione dei "parchi". E' bene chiarire che i "parchi" sono "strutture polifunzionali" dove possono insediarsi agglomerati di grandi, medie e piccole strutture commerciali insieme ad attività artigianali, di servizi, turistiche sportive e ludiche purché integrate da aree a verde. Altro che centri commerciali o ipermercati. Si va oltre. Vi è di più: mentre per le grandi e medie strutture si fissano parametri e iter procedurali per la realizzazione di un "parco" si aprono orizzonti assai vasti. Faccio un esempio: è stato limitato il numero di nuove grandi strutture (iper) autorizzabili



che comunque hanno già avuto un impatto violentissimo nella regione. E per esse è comunque prevista una conferenza di servizi cui partecipano (a titolo consultivo) le associazioni dei commercianti e dei consumatori; il "parco" invece può essere autorizzato da una conferenza tra Presidente della Giunta regionale e sindaci interessati. Nessun riferimento specifico a parametri e programmazione. La portata del provvedimento è sconvolgente. In questa regione può spuntare un villaggio commerciale senza limiti di dimensione che ridicolizza gli sforzi che pure si fanno in altra parte della legge (quella, per intenderci, su cui c'è stato il confronto con noi) di rivitalizzare i centri storici e di favorire lo sviluppo e dei centri commerciali naturali all'interno di essi. E' difficile immaginare, nell'attuale contesto economico, che imprenditori sani di mente possano ipotizzare investimenti di tale portata ma il varo di questa legge apre le porte a possibili azioni speculative o ad avventure prevedibilmente disastrose. Il Consiglio Regionale ha formalizzato, con questo atto, la sua scarsa attenzione alle problematiche del nostro comparto e alle sue specifiche esigenze preferendo inseguire le chimere di una evoluzione strutturale che colpirebbe irreparabilmente la piccola impresa di questa già martoriata regione.

# Vendite Promozionali e Saldi

## Le novità introdotte dalla nuova Legge Regionale sul commercio

Si informa gli operatori del settore non alimentare che la nuova Legge Regionale del Commercio (n. 23 del 30 settembre 2008) pubblicata sul BUR del 30.09.2008 ha introdotto alcune rilevanti novità in tema di vendite promozionali e saldi.

In particolare rispetto alla normativa precedente (L.R. n. 19 del 20.07.99) la nuova norma ha modificato (art.18 L.R. .23/08) il periodo estivo delle vendite dei saldi di fine stagione: i saldi invernali (rimasti invariati rispetto alla vecchia normativa) potranno effettuarsi dal 7 gennaio al 7 marzo, quelli estivi dal 7 luglio al 7 settembre (precedentemente il periodo era 10 luglio-10 settembre). Ricordiamo che è

stato altresì modificata la normativa riguardante le vendite promozionali, in particolare "... le vendite promozionali dei prodotti non alimentari **non possono effettuarsi nei periodi delle vendite dei saldi di fine stagione, nei 30 giorni precedenti a tali periodi e nel mese di dicembre (Art. 17 L.R. 23/08): quindi dal 1 dicembre 2008 e fino al 7 marzo 2009 tali vendite sono vietate.**

Nulla è cambiato in ordine all'obbligatorietà delle preventive comunicazioni da inoltrare al Comune



per l'avvio delle medesime. In ogni caso gli uffici della scrivente sono a disposizione per tutti i chiarimenti.

## Obbligo di esposizione prezzi

Al fine di evitare pesanti sanzioni amministrative, ricordiamo che le merci esposte per la vendita al minuto nelle vetrine esterne o all'ingresso del locale o nelle immediate adiacenze dell'esercizio, o su aree pubbliche, o su banchi di vendita, ovunque collocate esposte al pubblico, debbono recare, in modo chiaro e visibile, l'indicazione del prezzo di vendita. Quando sono esposti insieme più esemplari di un medesimo articolo normalmente venduto ad unità, identici o dello stesso valore, è sufficiente l'apposizione su di essi di un unico cartellino contenente l'indicazione del prezzo.

Per i giornali e le riviste non sussiste l'obbligo dell'indicazione del prezzo di vendita: l'esonero riguarda anche i libri, quando hanno il prezzo indicato in copertina o nel catalogo messo a disposizione dell'acquirente.

Negli esercizi e nei reparti d'eser-

cizio organizzati con il sistema di vendita del libero servizio, ad esempio supermercati e grande distribuzione, l'obbligo dell'indicazione del prezzo va osservato in ogni caso per tutte le merci comunque esposte al pubblico.

Per gli inadempienti è prevista una sanzione amministrativa da €uro 103,00 a €uro 5.164,00

### IMPORTANTE

La indicazione di "vetrina in allestimento" non esime dalla esposizione dei prezzi. Consigliamo quindi in caso di allestimento della vetrina ed in mancanza dei prezzi esposti, di operare coprendo la vetrina stessa sino al suo completamento.

L'esposizione del prezzo non è necessaria (secondo recenti pareri Ministeriali):

\* per il commercio di opere di pittura, scultura e grafica;

\* per oggetti d'interesse storico o

archeologico;

\* per commercio dei prodotti dell'industria orafa e delle pietre preziose; per queste dunque il cartellino col prezzo dev'esserci comunque ma non è necessario che sia leggibile dall'esterno;

\* nel caso di auto e motoveicoli, pezzi di ricambio e per le merci per cui sono messi a disposizione del consumatore cataloghi o listino prezzi dei prodotti;

\* per le rivendite di giornali e riviste;

\* per le librerie e rivendite di libri purché questi abbiano il prezzo stampato in copertina o ci siano dei cataloghi a disposizione di chi compra.

Nel caso degli ambulanti (merci su aree pubbliche) l'indicazione del prezzo non è necessaria per i prodotti alimentari e di abbigliamento (vestiario, biancheria intima, calzature ecc.).

CommercioAurora ► Dedicato agli esercizi commerciali

Per te la **sicurezza**  
Aurora non chiude mai.



**Aurora**  
ASSICURAZIONI

Nasce un nuovo modo di fare assicurazione. Pensato dalla parte del cliente. In ognuno dei nostri prodotti, abbiamo voluto riservarti qualcosa di nuovo e di migliore. Offrirti tutta la sicurezza che hai sempre desiderato. Darti servizi e prodotti a passo coi tempi. Per farti scegliere in modo ancora più facile; vedere in modo ancora più trasparente; godere di vantaggi sempre più utili. Questa è l'Aurora che vogliamo per te.

Aurora è oggi una delle principali compagnie d'assicurazione in Italia con oltre 1000 agenzie. Una compagnia che, grazie ad una raccolta premi di oltre 3 miliardi di Euro e a ingenti apporti di investimenti e riserve, garantisce solidità e affidabilità ai suoi 3 milioni di clienti.

Chiedi al tuo agente Aurora

Aurora Assicurazioni S.p.A.  
Agenzia di Matera

Via L. Einaudi, 19 - Centro Direz. - 75100 Matera  
Tel.: 0835.334344 Fax: 0835.256982  
34272@age.auroraassicurazioni.it

# Convenzione CONFCOMMERCIO - AURORA ASSICURAZIONI

*Comunicazione a tutti gli iscritti*

Abbiamo il piacere di comunicare a tutti gli iscritti che la Confcommercio, Unione Provinciale di Matera, ha sottoscritto un accordo con l'Agenzia generale Andrea Stella dell'Aurora Assicurazioni.

Tale accordo prevede agevolazioni particolari per tutti gli associati in regola con l'iscrizione; in particolare gli iscritti alla Confcommercio usufruiranno delle seguenti agevolazioni:

**Polizza Attività Commerciale - 20%**

**Polizza Infortuni professionale - 20%**

**Polizza Abitazione Personale - 20%**

Per ulteriori informazioni potete contattare l'Agenzia Generale dell'Aurora Assicurazioni, Ag. Andrea Stella, sita in Matera alla Via Luigi Einaudi n. 19, al numero telefonico 0835/334344 o potrete inviare un fax al n. 0835/256982, specifican-

do "Accordo Confcommercio - Aurora Assicurazioni S.P.A." e riportando nome, cognome ed un numero di telefono su cui essere contattati.

Gli associati interessati, inoltre, potranno rivolgersi presso la sede della Confcommercio per concordare eventuali appuntamenti con l'Agente presso la sede della propria attività.

# Esaurimento risorse finanziarie per il credito d'imposta per nuove assunzioni nelle aree svantaggiate

Con provvedimento del Direttore dell'Agenzia delle entrate del 30 ottobre 2008, l'Amministrazione ha comunicato l'esaurimento delle risorse finanziarie stanziata per gli anni 2008, 2009 e 2010, pari a 200 milioni di euro per ciascun anno, per il credito d'imposta per nuove assunzioni nelle aree svantaggiate, di cui all'articolo 2, commi da 539 a 547, della legge finanziaria per il 2008, con l'accoglimento parziale dell'istanza presentata il 1° ottobre 2008 alle ore 7, 51 minuti e 26 secondi.

Come stabilito nel decreto 12 marzo 2008 (art. 6, comma 5), i soggetti non ammessi al beneficio

per esaurimento dei fondi stanziati possono presentare dal 1° al 20 aprile di ciascuno degli anni 2009 e 2010 una nuova istanza in via telematica.

Le istanze rinnovate sono ammesse al beneficio secondo l'ordine cronologico di presentazione di quelle originarie e nei limiti delle risorse divenute disponibili a seguito di:

- rinunce al credito richiesto;
- mancato invio della comunicazione attestante il rispetto della condizione di cui al comma 1, lett. a) dell'art. 7 del citato decreto (ai sensi del quale, su base annuale, il numero complessivo dei lavo-

ratori dipendenti, a tempo indeterminato e a tempo determinato, compresi i lavoratori con contratti di lavoro con contenuto formativo, non deve risultare inferiore o pari al numero complessivo dei lavoratori dipendenti mediamente occupati nel periodo compreso tra il 1° gennaio 2007 ed il 31 dicembre 2007);

- indicazione nella predetta comunicazione di un minor credito spettante.

Per un approfondimento dell'agevolazione rivolgersi agli uffici della scrivente

**LA MARK**

**CASH & CARRY**

**VIA DELLE ARTI, 24 • (ZONA PAIP 1) MATERA**

**Tel. 0835.388588 – Fax 0835.388509**

**e-mail lamarksrl@libero.it**

**CI TROVI ANCHE PRESSO: DALGROSS**

**di Loscalzo Francesco & C. SAS**

**C.da Macchia del Cerro ZONA PIP • 75010 GARAGUSO SCALO MATERA**

**Tel e Fax 0835.671286**

# Sempre più vuote le tasche degli italiani Un italiano su due è scontento

Più di un italiano su due è scontento della propria situazione economica: il dato emerge dall'Annuario statistico dell'Istat.

Il livello di insoddisfazione è infatti aumentato passando dal 46,3% del 2007 al 53,7% del 2008 (era del 33,1% nel 2001), mentre è scesa la percentuale di chi si dichiara soddisfatto, pari al 43,7% rispetto al 51,2% del 2007.

I più scontenti sono al Sud (64,2%), seguono il Centro (53,5%) e il Nord (45,9%). Il numero di chi si dice molto o abbastanza soddisfatto è calato quindi al 43,7% dal 51,2% del 2007 e dal 64,1 del 2001.

Aumenta anche la quota di famiglie che esprime un giudizio negativo confrontando la situazione economica attuale con quella di un anno fa.

La realtà è peggiorata per il 54,5% delle famiglie contro il 41% del 2007. Chi dice che la situazione è molto peggiorata si trova soprat-



tutto nel Mezzogiorno (18,7%), mentre al Nord la percentuale è del 14,9%. Ad aumentare sono anche coloro che considerano scarse proprie le risorse economiche: la percentuale passa dal 36,3% del 2007 al 41,3% del 2008.

Così come scende la percentuale delle famiglie che considerano adeguato il proprio reddito: dal 55,9% del 2007 al 48,1% di quest'anno.

## VIGILANZA

**VIGILANZA**  
**LA RONDA DEL MATERANO**

- Pattugliamento
- Plantasoccorso
- Trasporto Valori
- Radiocollare
- Videovigilanza

- Scorta a Valori
- Servizio di pronto intervento
- Servizio custodia clienti
- Teleallarme

via Della Arti, 12  
Zona PAIP 75100 Matera  
tel. 0835 34.82.80 Fax. 0835 26.88.20  
e-mail: [vigilanzadelmaterano@gmail.com](mailto:vigilanzadelmaterano@gmail.com)  
[vigilanzadelmaterano@gmail.com](mailto:vigilanzadelmaterano@gmail.com)

Azienda certificata  
UNI EN ISO 9001/700

## Locazione di immobili urbani ad uso non abitativo. Indici ISTAT.

Sulla Gazzetta Ufficiale n. 250 del 24.10.08 è stato pubblicato il comunicato ISTAT concernente l'indice dei prezzi al consumo relativo al mese di settembre 2008, necessario per l'aggiornamento del canone di locazione degli immobili ai sensi della legge 392/78. La variazione annuale settembre 2007 - settembre 2008 è pari a più 3,7 (75%= 2,77). La variazione biennale settembre 2006 - settembre 2008 è pari a più 5,3 (75%= 3,97).

## Al Bar: “Un prezzo da amico”



o tariffe, rimanendo indifferenti agli appelli di solidarietà nei confronti della Campagna.

La promozione che ha riscosso maggior successo, cioè quella che verrà promossa dal maggior numero di baristi di Matera e provincia è Happy hour ( a)Cappuccino + brioche scontati in fasce orarie specifiche es: pomeriggio o mattina presto di domenica ,b) “Bentornato al lavoro”: lunedì mattina fascia oraria 6,00-8,00 sconto su caffè e/o brioche; c) Gastronomia+bevanda sconto in fasce orarie specifiche:es. pomeriggio o serali)

Il secondo genere di promozione più frequente è Carta fedeltà (ogni 10 consumazioni 1 è gratis oppure abbonamento prepagato a 10 consumazioni).

Le associazioni dei consumatori, in particolare Adoc e Movimento Difesa del Consumatore, hanno contribuito a divulgare il messaggio, centrando immediatamente il vero obiettivo della campagna: difendere il potere d’acquisto delle famiglie. L’idea è stata molto gradita alle istituzioni. Al benessere da parte di Mister Prezzi, Antonio Lirosi, si è aggiunto anche il plauso del presidente del Consiglio, Silvio Berlusconi che ha invitato altre categorie a seguire questo esempio.

**I soci interessati che non avessero ancora aderito possono comunicare anche telefonicamente agli uffici della scrivente la promozione scelta .**

Dal primo novembre i baristi della Fipe- Confcommercio di Matera provincia tengono fermi i listini dei prodotti e propongono ai clienti promozioni la cui tipologia varia da regione a regione in base alle caratteristiche di mercato.

Come associazione provinciale, aderendo alla proposta della Fipe Nazionale, abbiamo deciso di agire a difesa della professionalità e principalmente a favore dell’unico vero arbitro e patrimonio: il cliente!

Dopo aver sentito quello che molti esercenti nella nostra regione ed in tutta Italia hanno convenuto, ed a cui la stampa e le televisioni hanno dato

ampio risalto, ANCHE I BARISTI DI Matera e provincia hanno aderito alla campagna che consiste nell’adesione a due “azioni”: bloccare i listini prezzi a tempo indeterminato e “lanciare” una o più delle iniziative promozionali (di cui alleghiamo qualche “proposta”insieme alla locandina di riconoscibilità dell’iniziativa ). Ovviamente sia a livello nazionale che locale, abbiamo coinvolto anche i “fornitori” (anche quelli dei “servizi”) a cui abbiamo chiesto la stessa sensibilità, pronti anche ad “intervenire” segnalazioni nei confronti di coloro che, privati o pubblici, dovessero aumentare costi

# LA STAMPERIA

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

L I A N T O N I O



• EDIZIONI • PACKAGING • GRAFICA PUBBLICITARIA • SERIGRAFIA • STAMPE DIGITALI • CARTELLONISTICA  
STAMPE DI: GRATTA E VINCI - DATI VARIABILI - DEPLIANTS

Via Giardinelle, 14 (Zona PAIP) - 75100 MATERA - Tel. e Fax 0835/263326 - e-mail: [info@lastamperialiantonio.it](mailto:info@lastamperialiantonio.it)

# ATTIVITA' PROMOZIONALI DELL'ESERCENTE BAR DA ABBINARE ALLA CAMPAGNA DI "CONTENIMENTO PREZZI"

Qui di seguito riportiamo gli esempi di attività promozionali:

## HAPPY HOUR

(in varie fasce orarie per varie consumazioni)

### \* Cappuccino + brioche

(sconto in fasce orarie specifiche: ad es. pomeriggio o la mattina presto di domenica)

### \*Gastronomia+bevanda

(sconto in fasce orarie specifiche: ad es. pomeriggio o ore serali)

\* **"Bentornato al lavoro!"**: il lunedì mattina

(ad es. tra le 6.00 e le 8.00) sconto sul caffè e/o sulla brioche

## MENU FISSO BAR

("a pacchetto")

abbinamenti cibo-bevande a prezzi convenzionati.

Esempi:

\* Cappuccino+brioche

\*Cappuccino+brioche+succo o spremuta

\* Gastronomia+bevanda

\*Gastronomia+bevanda+caffè

## CARTA FEDELTA'

\* abbonamento prepagato a 10 consumazioni con prezzo scontato (per singole consumazioni: ad. es. cappuccino o caffè; oppure: cappuccino +brioche o gastronomia+bevanda)

Oppure: ogni 10 consumazioni una è gratis oppure viene offerto un omaggio al cliente.

## SCONTI FAMIGLIA

\* pagano mamma e papà, il figlio fino a 12 anni una consumazione gratis (di prezzo equivalente alla consumazione richiesta dai genitori)

## BRINDISI COMPLEANNO

\* Gratis una consumazione a chi si presenta con almeno due amici il giorno del compleanno (e/o dell'onomastico)

## BAR "VETRINA"

in collaborazione con le ditte fornitrici

(caffè, prodotti di gastronomia, vini, ecc.):

\* Degustazioni e omaggi periodici

\* Lancio linee prodotti esclusivi per bar

(ad es. "giornate" o settimane del prodotto X o Y)

## MENU DA ASPORTO PER TURISTI E SPORTIVI

\* Cestino viaggio/escursione/stadio/parco: confezione asporto composta da gastronomia+bevanda+dolce+caffè sport

\* Atleti o sportivi: sconto consumazione per chi presenta tessera palestra o circolo sportivo (convenzionato)

## BEVANDE DA ASPORTO

\* Sconto sulle bevande da asporto a chi consuma al banco un prodotto di gastronomia o pasticceria.

## MENU BAR CINEMA/TEATRO

\* Sconto consumazione gastronomia prima o dopo teatro/cinema (convenzionato, a chi presenta il tagliando dello spettacolo)



## Zona franca: Matera tra le candidate

C'è anche Matera tra le 22 le "zone franche urbane" in città grandi, medie e piccole in 11 regioni italiane che avranno diritto a incentivi e agevolazioni fiscali e previdenziali (es. Esonero dal pagamento delle Imposte sui redditi (IRES ed IRPEF), IRAP, ICI (per gli immobili posseduti dall'azienda nella ZFU e dei contributi sulle retribuzioni da lavoro dipendente) per una cifra pari a 50 milioni l'anno in tutto, per nuove attività economiche, soprattutto piccole e micro imprese costituite entro il 2009.

Gli incentivi e le agevolazioni previsti per le zone franche, già sperimentate con successo in Francia e autorizzate dall'Ue, sosterranno la creazione di nuova imprenditorialità e fanno parte dei nuovi strumenti normativi per rilanciare l'intervento nel Mezzogiorno e nel-

le altre aree deboli del Paese.

Le 22 "zone franche urbane" sono Catania, Gela, Erice in Sicilia; Crotona, Rossano e Lamezia Terme in Calabria; Matera; Taranto, Lecce e Andria in Puglia; Napoli, Torre Annunziata e Mondragone in Campania; Campobasso in Molise; Cagliari, Quartu Sant'Elena e Iglesias in Sardegna; Velletri e Sora nel Lazio; Pescara in Abruzzo; Massa Carrara in Toscana e Ventimiglia in Liguria. In Basilicata Matera era l'unica candidata. In Puglia le candidature erano 11 ma la Regione aveva effettuato una pre-selezione inserendo nella fascia alta proprio i tre Comuni capoluogo che poi sono stati selezionati.

Tale designazione rappresenta una grossa opportunità per la comunità materana ed un'occasione di nuovo sviluppo delle sue aree produttive:

Matera diventerà un vero e proprio "Paradiso Fiscale" per tutte quelle aziende che decideranno di insediare le proprie attività nell'ambito della ZFU (è disponibile sul sito del Comune di Matera, [www.comune.mt.it](http://www.comune.mt.it), la planimetria con individuazione della perimetrazione della "Zona Franca Urbana" e l'individuazione del tratto stradale al bordo)

Si resta in attesa del decreto del Ministero dell'Economia e delle Finanze, che stabilirà le condizioni, i limiti e le modalità di applicazione per accedere alle agevolazioni (che con molta probabilità potranno essere concretamente erogati entro la prossima primavera)

L'Amministrazione Comunale ha annunciato che a breve terrà una serie di incontri finalizzati ad informare i cittadini sul tema.



**New  
Style**  
T.P.E. srl

**Lavorazione resine espanse  
Sagomati  
Imbottitura salotti  
Lastrame per coibentazione**

**Z.I. La Martella - 75100 Matera - Tel. 0835 307480 - 0835 307578  
info@newstyletpe.it**

# Governo al lavoro sulle misure per imprese e famiglie

Sostegno a imprese e famiglie per rimettere in moto l'economia reale, che rischia di restare paralizzata dalla crisi finanziaria. E' l'obiettivo cui sta lavorando il Governo e lo strumento sarà un provvedimento da varare presto, probabilmente, entro la data del 25 novembre indicata da Giulio Tremonti alla Camera.

Quanto alle misure, ancora nessuna decisione ("ci stiamo ragionando", ha detto il ministro Scajola). Un po' più preciso il suo collega Sacconi, secondo il quale il Governo punta a "dare stabilità ai mercati", di concerto con gli altri Paesi europei: intende verificare, anche attraverso un controllo parlamentare, che le banche diano

liquidità alle imprese; lavora a un piano di investimenti in opere pubbliche in grado di dare lavoro; agirà con la leva fiscale (il ministro ha parlato di "deducibilità dell'Irap") per mettere le imprese in grado di competere; si impegna a estendere gli ammortizzatori sociali per aiutare chi

perde il lavoro, E, inoltre, "pensa a misure di sostegno del reddito di alcune fasce deboli della società". Quanto alla detassazione delle tredicesime chiesta con insistenza da Confcommercio, Sacconi ha



ricordato che una misura del genere costerebbe tra 6 e 9 miliardi di euro, ma ha anche affermato di non voler rispondere con certezza di no.

## Al via le riduzioni contributive per il lavoro femminile. Il contratto di inserimento

I Ministeri del Lavoro e dell'Economia hanno individuato per il triennio 2007-2009 le aree territoriali nelle quali sarà possibile assumere donne con contratto di inserimento. Lo sconto contributivo può arrivare al 50%

Il Dlgs 276/03, con gli artt. da 54 a 59, in materia di contratto di inseri-

mento, individua i punti cardine sui quali si basa tale contratto. I soggetti interessati dal nuovo decreto ministeriale, che va a sostituire il decreto 17 novembre 2005, (in Gu n. 25/2006) sono:

- le donne residenti in tutte le regioni e le province autonome, con riferimento ai parametri contenuti

nell'art. 54, comma 1, lettera e), del Dlgs 276/03;

- le donne residenti nelle regioni del Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia e Sardegna, con riferimento ai parametri indicati dal reg. Ce 2204/02.

Per informazioni rivolgersi presso i nostri uffici.

<p><b>EBERHARD &amp; CO</b> <i>Manufacture Suisse et Horlogerie depuis 1857</i></p> <p>MIRCO VISCONTI</p> <p><b>DD GIOIELLI</b> DAVITE &amp; DELUCCHI</p> <p>PRYNGEPS</p>	<p><b>DI LECCE</b></p> <p>— GIOIELLI —</p> <p>Via XX Settembre, 30 - 75100 MATERA</p> <p>Tel. e Fax 0835.256658</p> <p>e-mail: gioiellidilecce@alice.it</p>	<p>Rebecca</p> <p>DOLCE &amp; GABBANA</p> <p>FOPE MORE THAN GOLD.</p> <p>NAUTICA</p>
---	---	--



**IMPEL** s.r.l.



Via Delle Comunicazioni sn (PAIP 2) 75100 MATERA

www.impelsrl.com tel. 0835/389470-389453 fax 0835/271119

**IMPIANTI ELETTRICI E FOTOVOLTAICI**



**OFFERTA PROMOZIONALE** riservata ai soci della confcommercio

**per tutti coloro che realizzeranno un impianto FV  
in REGALO una splendida bici elettrica**

**FINANZIAMENTI con convenzioni ENEL.si**

(fino al 100% dell'investimento a tasso agevolato per una durata massima di 10 anni)

un impianto FV produce energia pulita ad emissione zero di CO2 con un risparmio in atmosfera di 0,53 Kg per ogni kWh prodotto **IL SOLE AIUTA L'AMBIENTE**

# IMPEL presenta: l'energia del sole porta la convenienza sotto il tuo tetto.

## Scopri i vantaggi fotovoltaici

### COS'È UN IMPIANTO FOTOVOLTAICO

È un impianto per la produzione di energia elettrica. La tecnologia fotovoltaica permette di trasformare direttamente l'energia solare incidente sulla superficie terrestre in energia elettrica, sfruttando le proprietà del silicio, un elemento semiconduttore.

I principali vantaggi degli impianti fotovoltaici sono:

- assenza di qualsiasi tipo d'emissione inquinante;
- risparmio dei combustibili fossili;
- estrema affidabilità;
- costi di manutenzione ridotti al minimo;
- modularità del sistema.

### I COMPONENTI DI UN IMPIANTO FOTOVOLTAICO

moduli fotovoltaici sono i pannelli che ospitano le celle fotovoltaiche di silicio, che può essere monocristallino, policristallino o amorfo. Ogni modulo converte l'energia solare incidente, in energia elettrica in corrente continua, normalmente ha una potenza compresa tra 125 e 200 Watt, occupa una superficie inferiore a 1,5 metri quadri e pesa circa 18 kg.

• strutture di sostegno dei moduli sono le strutture che sorreggono i moduli e, in caso di installazione su superficie piana, vengono orientati con un'inclinazione rispetto al piano orizzontale normalmente, in Italia, di circa 30°.

• inverter è un dispositivo elettronico che consente di adeguare l'energia elettrica prodotta dai moduli alle esigenze delle apparecchiature elettriche e della rete, operando la conversione da corrente continua a corrente alternata con una frequenza di 50 Hz. Normalmente gli inverter incorporano dei dispositivi di protezione e interfaccia che determinano lo spegnimento dell'impianto in caso di black-out o di disturbi della rete.

• misuratori di energia sono degli apparati che vengono installati sulle linee elettriche e misurano l'energia che li attraversa, ad esempio vengono utilizzati per conteggiare l'energia prodotta dall'impianto e quella immessa in rete.

• quadri elettrici e cavi di collegamento quadri, cavi, interruttori ed eventuali ulteriori dispositivi di protezione sono i componenti elettrici che completano l'impianto.

### DOVE PUO' ESSERE INSTALLATO

I moduli fotovoltaici possono essere

collocati su tetto, su facciata o a terra. La decisione in merito alla fattibilità tecnica si basa sull'esistenza nel sito d'installazione dei seguenti requisiti, che dovranno essere verificati dal progettista/installatore in sede di sopralluogo:

- disponibilità dello spazio necessario per installare i moduli;
- corretta esposizione ed inclinazione della suddetta superficie.
- assenza di ostacoli in grado di creare ombreggiamento.

Le condizioni ottimali per l'Italia sono:

- esposizione SUD
- inclinazione 30-35° gradi;

### QUANTA ELETTRICITA' PRODUCE

La produzione, elettrica annua di un impianto fotovoltaico può essere stimata attraverso un calcolo che tiene conto:

- della radiazione solare annuale del luogo;
- di un fattore correttivo calcolato sulla base dell'orientamento, dell'angolo d'inclinazione dell'impianto e di eventuali ombre temporanee;
- delle prestazioni tecniche dei moduli fotovoltaici, dell'inverter e degli altri componenti dell'impianto;
- delle condizioni operative dei moduli (con l'aumento della temperatura di funzionamento diminuisce l'energia prodotta). La potenza di picco di un impianto fotovoltaico si esprime in kWp (chilowatt di picco), cioè la potenza teorica massima che l'impianto può produrre nelle condizioni standard di insolazione e temperatura dei moduli (1000 W/mq e 25°C).

### QUANTI ANNI PUO' FUNZIONARE

Nelle analisi tecniche ed economiche si usa accreditare l'impianto ha una vita complessiva di 25 anni. Se si considerano separatamente i componenti economicamente più rilevanti, si evince che:

- i moduli monocristallini e policristallini, la tipologia più venduta al mondo, hanno una durata di vita da 25 a 30 anni.
- gli inverter, apparecchi ad elevata tecnologia, hanno una durata nel tempo abbastanza lunga, ma generalmente inferiore a quella dei moduli; il loro costo è relativamente contenuto.

Un impianto fotovoltaico è un sistema completamente modulare, e la sostituzione di un qualsiasi componente è generalmente facile e veloce.

### AUTORIZZAZIONI PER L'INSTALLAZIONE

Nei casi in cui l'immobile non sia in una

zona sottoposta a vincoli (ditipo ambientale; storico; artistico; paesaggistico...), l'impianto fotovoltaico può essere installato senza alcuna autorizzazione; è sufficiente una semplice dichiarazione di inizio attività, come richiesto per qualsiasi tipo di lavoro di manutenzione straordinaria. Se si tratta di un edificio in costruzione è preferibile integrare l'impianto fotovoltaico nella licenza stessa dell'edificio in costruzione.

Qualora l'impianto venga installato in un'area protetta, bisognerà richiedere all'autorità competente sul territorio un "nulla osta".

### COSTI DI UN IMPIANTO FOTOVOLTAICO

La maggior parte del costo è dovuta all'investimento in materiali, di cui i moduli rappresentano la percentuale più alta. Il costo può variare, a seconda che l'installazione avvenga a terra, su fabbricati nuovi o già esistenti, che la posa sia in sovrapposizione o integrazione della copertura, che si debbano sostenere spese per i permessi di costruzione, allacciamento alla rete, cavi che coprano grandi distanze (pannelli-inverter e inverter-quadro utente), utilizzo di attrezzature durante il montaggio (gru, impalcature).

### INCENTIVI PER L'INSTALLAZIONE E STRUMENTI DI FINANZIAMENTO

Il sistema di incentivazione in conto energia consente di remunerare l'energia prodotta dall'impianto con una tariffa incentivante. La tariffa incentivante può essere concessa a tutti gli impianti fotovoltaici connessi alla rete elettrica nazionale o alle piccole reti rurali, l'ente predisposto ad erogare questo incentivo è il GSE (Gestore dei Servizi Elettrici - ex GRTN). L'Incentivo viene concesso per una durata di 20 anni. Grazie agli incentivi in "conto energia", alla possibilità di effettuare lo scambio alla pari dell'energia con la rete (per gli impianti fino a 20KW di picco\*) o alla possibilità, in alternativa, di vendere l'energia prodotta e non autoconsumata, il tempo medio di ritorno economico dell'investimento (non attualizzato) può essere stimato intorno ai 10-13 anni, anche tenendo conto della necessità di provvedere ad eventuali interventi di manutenzione straordinaria nell'arco di vita dell'impianto.

# La crisi non risparmia il settore della motorizzazione

A Milano si è tenuto un convegno organizzato da Federmotorizzazione-Confindustria. Presentata un'indagine Format-Confindustria: per nove imprese su dieci nell'ultimo anno la situazione è peggiorata. Sette imprese su dieci risultano direttamente colpite dalla crisi.

La crisi non risparmia il settore della motorizzazione

A Milano si tenuto nei giorni scorsi il convegno "Dimensioni, analisi e prospettive del comparto della motorizzazione in Italia. Il mercato, la semplificazione amministrativa, gli aspetti fiscali e la normativa europea" organizzato da Federmotorizzazione-Confindustria.

Durante i lavori, che si sono svolti presso la Fiera di Milano-Rho nel Centro Congressi Sala Taurus, il direttore dell'Ufficio studi Confindustria, Mariano Bella, ha presentato la ricerca "L'impatto della

crisi economica sulle imprese del settore motorizzazione" realizzata in collaborazione con Format.

Secondo l'indagine, la stragrande maggioranza delle imprese del comparto motorizzazione, il 91,2% ritiene che la situazione economica generale del paese sia peggiorata negli ultimi 12 mesi. Poco più di un quarto, il 23,3% ritiene che la situazione economica migliorerà nei prossimi 12 mesi. L'analisi congiunturale dell'andamento delle imprese con riferimento agli ordini, al fatturato, all'occupazione e al livello dei prezzi praticati alle imprese dai propri fornitori è caratterizzata dal segno negativo per quanto concerne tutti gli indicatori considerati.

Oltre il 70,0% delle imprese ha dichiarato di essere stata colpita dalla crisi. Poco meno della metà delle imprese che non sono state ancora

colpite ritiene che probabilmente lo sarà a breve. La crisi ha colpito le imprese operative in tutte le regioni d'Italia, anche se sembrerebbe assai più accentuata in quelle del Centro Italia e del Meridione.

Il 67,8% delle imprese ha fiducia nelle prospettive di superare la crisi attuale. Il 45% circa del campione ha fiducia nelle recenti misure adottate dal Governo Italiano per fronteggiare la crisi. Il livello di fiducia verso l'azione del Governo risulta molto alto presso le imprese operative nelle regioni del Nord Italia e meno diffuso nelle regioni del Sud. Per quel che riguarda lo stato degli ordini, nel periodo settembre/ottobre 2008, rispetto al periodo settembre/ottobre 2007 è risultato "superiore" per l'8,1% delle imprese, "invariato" per il 26,5%, "inferiore" per il 65,1%. Il cosiddetto saldo netto dell'indica-



## IL COMMERCIANTE

*nuovo*

tore (restituito dalla differenza tra coloro che hanno affermato che il livello degli ordini è stato superiore, e coloro che hanno affermato che il livello degli ordini è stato inferiore) è pari quindi a -56,9%.

Il livello del fatturato nel periodo settembre/ottobre 2008, rispetto al periodo settembre/ottobre 2007 è risultato "superiore" per il 12,2% delle imprese, "invariato" per il 19,9%, "inferiore" per il 67,3%. Il saldo netto relativo al fatturato per gli ultimi 12 mesi è risultato pari a -55,1%.

Il livello dell'occupazione nel periodo settembre/ottobre 2008, rispetto al periodo settembre/ottobre 2007 è risultato "superiore" per il 10,9% delle imprese, "invariato" per il 72,8%, "inferiore" per il 16,1%. Il saldo netto relativo al livello dell'occupazione per gli ultimi 12 mesi è risultato pari a -5,3%.

Il livello dei prezzi praticati dai fornitori nel periodo settembre/ottobre 2008, rispetto al periodo settembre/ottobre 2007 è risultato "superiore" per il 64,5% delle imprese, "invariato" per il 22,6%, "inferiore" per il 11,3%. Il saldo netto relativo ai prezzi delle merci per gli ultimi 12 mesi è risultato pari a +53,1%.

Le imprese che più delle altre hanno registrato un aumento dei prezzi delle merci sono state quelle del comparto dei rivenditori al dettaglio e all'ingrosso di parti di ricambio per autoveicoli, motocicli e ciclomotori e gli operatori del Sud Italia. Si mette in evidenza come le imprese associate a Federmotorizzazione-Confcommercio sembrerebbero essere risultate leggermente meno esposte all'aumento dei prezzi da parte dei propri fornitori.

Le imprese del comparto motorizzazione che ritengono di essere state colpite "molto" o "abbastanza" dalla crisi economica attuale sono il 70,7%. Le imprese che ritengono di essere state colpite "poco" o "per nulla" dalla crisi sono risultate il 29,3%.

Gli operatori più colpiti dalla crisi sono risultati i rivenditori di autoveicoli, motocicli e ciclomotori, i rivenditori al dettaglio e all'ingrosso di pezzi di ricambio, le imprese operative nelle regioni del Nord est, del Centro Italia e del Meridione, dove la crisi appare più grave che in altre aree del paese. Risulta piuttosto alto il dato di coloro che segnalano di essere stati colpiti dalla crisi presso gli associati a Federmotorizzazione-Confcommercio. Leggermente meno colpiti dalla crisi sono risultati i rivenditori di pneumatici, le imprese di dimensioni più piccole e quelle operative nelle regioni del Nord ovest.

Le principali difficoltà che le imprese stanno incontrando sul mercato sono la diminuzione delle vendite, che ha colpito l'82,0% delle imprese e l'aumento dei prezzi praticati dai fornitori, con una conseguente riduzione dei margini, che ha colpito il 35,8% delle imprese. Altre difficoltà hanno colpito percentuali inferiori le imprese rilevate: la difficoltà di accesso al credito ha colpito il 22,9% degli operatori. L'aumento dei costi del credito bancario ha colpito il 22,6% degli operatori.

La diminuzione delle vendite è accentuata in prevalenza presso i rivenditori di autoveicoli, motocicli e ciclomotori, presso i rivenditori

di pezzi di ricambio, presso le imprese delle regioni del Nord ovest, del Centro e del Sud Italia. Particolarmente evidente risulta la diminuzione delle vendite della quali hanno e stanno soffrendo le imprese associate a Federmotorizzazione-Confcommercio.

Il 45,6% delle imprese ha adottato dei provvedimenti correttivi, o comunque intende adottarli, per fronteggiare l'attuale stato di crisi del mercato. Il 49,1% degli operatori non ha compiuto alcuna azione per fronteggiare la crisi. Le principali iniziative adottate dalle imprese, o che le imprese si stanno accingendo ad adottare, sono una riduzione generalizzata dei costi (ad esclusione di quelli del personale) attuata da parte del 73,3% degli operatori ed un aumento delle investimenti nelle attività promozionali e pubblicitarie attuata da parte del 22,5% degli intervistati.

Il 44,2% delle imprese del settore ha dichiarato di avere "molta" o "abbastanza" fiducia nelle recenti misure adottate dall'Unione Europea per fronteggiare l'attuale stato di crisi.

Il 44,7% delle imprese del settore ha dichiarato di avere "molta" o "abbastanza" fiducia nelle recenti misure adottate dal Governo Italiano per fronteggiare l'attuale stato di crisi.

Hanno dimostrato maggiore fiducia nei confronti delle misure adottate dal Governo italiano i rivenditori di autoveicoli, motocicli e ciclomotori, le imprese che operano nelle regioni del Nord ovest e del Nord est. Assai meno fiducia nell'iniziativa del Governo è stata rilevata presso le imprese del Centro e del Sud Italia.



**basentour**  
agenzia di viaggi

Via Annunziatella, 69 • MATERA  
Tel. 0835 334110 - Fax 0835 333072  
info@basentourviaggi.com  
oppure visita il sito  
www.basentourviaggi.com

Iniziare a sognare conviene... e non impegnarsi! Solo 30 euro di acconto per prenotare una fantastica crociera Costa 2009

## Programma sperimentale a livello nazionale

# Sacchetti biodegradabili entro dicembre 2009

Le buste di plastica della spesa saranno sostituite da più ecologici sacchetti biodegradabili realizzati con materiale di origine vegetale entro dicembre 2009.

La Legge n. 296/2006 ( legge finanziaria 2007 ) prevede, già a partire dall'anno 2007, un programma sperimentale a livello nazionale per la progressiva riduzione della commercializzazione di sacchetti per l'asporto delle merci che, in base alla normativa comunitaria, non risultino biodegradabili.

Tale programma è finalizzato ad individuare le misure da introdurre progressivamente nell'ordinamento giuridico italiano al fine di giungere al definitivo divieto, a de-

correre dal 1° gennaio 2010 della commercializzazione di sacchi non biodegradabili per l'asporto delle merci che non rispondano, entro tale data, ai criteri fissati dalla normativa comunitaria.

La legge finanziaria 2007 recepisce una normativa comunitaria ( la EN13432 ) che ritiene indispensabile a partire dal 1° gennaio 2010, la sostituzione degli shoppers in polietilene con sacchetti biodegradabili, che privilegino l'utilizzo di materie prime di origine agricola contribuendo così alla riduzione dei gas ad effetto serra e alimentando lo sviluppo di nuovi comparti industriali strettamente collegati alle produzioni agricole locali.



**Pionieri  
del Passato...**

**... Protagonisti  
del Futuro**

**Giovanni Gaudiano**

**Telefonia  
TV Color**

**Elettronica di consumo**

Via XX Settembre, 1 - 7100 MATERA  
Tel. +39 0835 336181 - Fax +39 0835 339412  
e-mail: [giovannigaudiano@tin.it](mailto:giovannigaudiano@tin.it)

**DE/SALVO**

**Gelati e Surgelati  
Prodotti ittici freschi**



**CARTE D'OR**

**Ingresso e Dettaglio**

Via della Tecnica 19-23 • Matera • tel. 0835 262941

**Ingresso e Lavorazione**

Zona Ind. La Martella 19-23 • Matera • tel. 0835 307747 • fax 0835 313919

# Confcommercio per le sue aziende



## Fondo Est

assistenza sanitaria integrativa  
commercio turismo e servizi

**La tua Azienda pensa a te  
e ti offre un  
Mondo di Salute**



A cura dell'ufficio Comunicazione del Fondo Est

\*Sono esclusi quadri e dirigenti

**FONDO EST ESTENDE A TUTTI I DIPENDENTI**

DELLE AZIENDE IN REGOLA CON L'APPLICAZIONE DEL CCNL  
DEI SETTORI TERZIARIO E TURISMO

**PRESTAZIONI DI ASSISTENZA SANITARIA INTEGRATIVA**

**ALTA DIAGNOSTICA, VISITE SPECIALISTICHE, RIMBORSO DEI TICKET,  
PACCHETTO MATERNITA', PACCHETTO PREVENZIONE, SERVIZI DI CONSULENZA,  
RICOVERO PER GRANDI INTERVENTI CHIRURGICI**

**Info PRESTAZIONI: 06 510311    Info CONTRIBUTI: 06 518511**

**[www.fondoest.it](http://www.fondoest.it)**



# Prezzi: dalla distribuzione promozioni per contenere il caro-pasta

E' di questi giorni la notizia che le organizzazioni della distribuzione si sono impegnate a ridurre i prezzi della pasta, sia attraverso promozioni ed offerte speciali, soprattutto nel prossimo periodo natalizio, sia riversando immediatamente sui prezzi al consumo le attese riduzioni dei prezzi industriali. Confcommercio, Fida, Federdistribuzione e le altre Associazioni della distribuzione commerciale (Ancc-Coop, Ancc-Conad, Federconsumo-Confcooperative, Fiesa-Confesercenti), hanno incontrato, su disposizione del ministro dello Sviluppo Economico, Claudio Scajola, il Garante dei Prezzi Antonio Liroso, per valutare le dinamiche degli andamenti del prezzo al consumo della pasta di semola. Le associazioni hanno condiviso le analisi sui trend dei prezzi contenute nel dossier elaborato dall'Osservatorio prezzi del MSE, sulla base dei dati ISTAT ed Ismea, da cui emerge sia uno scenario di diminuzione congiunturale del prezzo delle materie prime (grano duro e semola di grano duro) necessarie per la produzione della pasta, sia un ulteriore aumento congiunturale nel mese

di ottobre del prezzo al consumo della pasta di semola (+1,4%) che porta la variazione tendenziale annua ad un + 32%.

**Le Associazioni hanno poi confermato l'entità (dal 35% al 50%) e le frequenze (fino a tre volte) degli aumenti dei listini industriali dei principali prodotti di marca intervenuti nel corso degli ultimi dodici mesi.** Circostanza che era già emersa nel corso degli incontri della settimana scorsa tra il Garante e i primi cinque gruppi industriali del settore.

Di fronte a tale situazione, i rappresentanti delle associazioni hanno dichiarato che le imprese commerciali non hanno trasferito integralmente sui prezzi al consumo i rialzi subiti nei listini industriali ed hanno inoltre fatto presente che l'ampiezza dell'offerta di pasta di semola sia per numero di referenze che per fasce di prezzo è aumentata nel corso di quest'anno per andare incontro alle esigenze dei consumatori.

In considerazione dell'attuale fase di rallentamento del livello generale di inflazione e delle condizioni di mercato delle materie prime che

costituiscono il presupposto per un atteso e generale calo dei prezzi industriali della pasta di semola, il Garante ha chiesto la disponibilità al settore della distribuzione commerciale ad assumere impegni concreti per il contrasto al caro-vita e nello specifico per il contenimento dei prezzi al consumo della pasta. Tutte le Associazioni presenti si sono impegnate a trasferire immediatamente sui prezzi al consumo tutte le eventuali riduzioni dei listini industriali che dovessero intervenire nel prossimo periodo. Inoltre, Fida-Confcommercio e Fiesa-Confesercenti si sono impegnate a sensibilizzare i propri associati a praticare promozioni ed offerte sulla pasta di semola nel periodo natalizio. La Grande Distribuzione Organizzata (GDO), si è invece impegnata a proporre ai consumatori il prodotto "pasta di semola di grano duro" in offerta speciale a prezzi ridotti attraverso l'utilizzo crescente delle promozioni e degli sconti su singoli marchi nazionali e/o sostenendo i propri marchi commerciali, peraltro già in calo dallo scorso settembre, fino alla conclusione delle prossime festività natalizie.



nuovo

*Importanti novità introdotte dal Decreto Legislativo  
9 aprile 2008 n. 8*

## **Road-Show sul nuovo Testo Unico sulla sicurezza sul lavoro**

### ***Seminario della Confcommercio Matera***

Le importanti novità introdotte dal Decreto Legislativo 9 aprile 2008 n. 8 che riordina tutta la vigente normativa in materia di salute sicurezza sui luoghi di lavoro, e la nuova serie di obblighi e di adempimenti che il datore di lavoro deve necessariamente conoscere al fine di mettere a norma le attrezzature, i macchinari e i dispositivi di protezione utilizzati dai lavoratori della propria azienda sono state oggetto di approfondimento nella giornata di formazione/informazione indetta da Confcommercio-Matera lo scorso 13 novembre.

La d.ssa Grazia Nuzzi, referente tecnico del settore Ambiente, Qualità e Sicurezza di Confcommercio ha illustrato ai numerosi operatori presenti, tematica per tematica, le novità di maggior rilievo, il cui punto di partenza è costituito dalla legge n. 123 del



7 agosto 2007 che ha delegato il Governo all'emanazione di uno o più decreti legislativi di riordino, coordinamento e integrazione delle varie disposizioni legislative esistenti in materia.

Ai partecipanti alla giornata di formazione/informazione è stato

consegnato un attestato di partecipazione rilasciato ai sensi dell'art. 36 della nuova normativa, nonché la documentazione di approfondimento relativa al nuovo Testo Unico sulla Sicurezza.



# Formazione e Aggiornamento professionale

**CORSI PER: SOMMINISTRAZIONE DI ALIMENTI E BEVANDE - COMMERCIO PRODOTTI ALIMENTARI - AGENTE DI COMMERCIO - AGENTI DI AFFARI IN MEDIAZIONE - SICUREZZA SUL LAVORO D.LGS 626/94 - ALIMENTARISTI (EX LIBRETTO SANITARIO)**

**Le prenotazioni sono accettate anche via fax (0835/387855) e saranno tenute in considerazione secondo l'ordine cronologico fino ad esaurimento dei posti disponibili in aula**

Confcommercio organizza, attività di formazione mirata al conseguimento dei titoli necessari all'avvio d'attività oppure alla qualificazione professionale nel settore del commercio, turismo e servizi.

## **SOMMINISTRAZIONE DI ALIMENTI E BEVANDE**

Obbligatorio per chi intende avviare attività di pubblici esercizi : bar, pizzeria, trattoria, pub,...  
Durata del corso 120 ore  
Attestazione finale: Qualifica

## **COMMERCIO PRODOTTI ALIMENTARI**

Obbligatorio per chi intende avviare attività di commercio dei prodotti alimentari: negozi di generi alimentari, frutta e verdura, pescheria, enoteche, latteria, supermercati,...  
Durata del corso 120 ore  
Attestazione finale: Qualifica

## **AGENTE DI COMMERCIO**

Obbligatorio: (esonerati geom/commerciale) per chi intende avviare attività di rappresentante, informatore medico, ...Durata del corso: 81 ore  
Attestazione finale: Qualifica

## **AGENTI D'AFFARI IN MEDIAZIONE**

obbligatorio per chi intende avviare attività di intermediazione (finanziaria, immobiliare)  
Durata del corso: 80 ore  
Attestazione finale: Qualifica

(necessario esame CCIAA)

## **SICUREZZA SUL LAVORO DLgs 626/94 DATORI DI LAVORO**

obbligatorio per i datori di lavoro che hanno alle dipendenze personale compresi i coadiuvanti con posizione INPS. Sono esonerati i titolari di ditte individuali senza dipendenti.  
Durata del corso: 16 ore  
Attestazione finale: Attestato di Frequenza valido ai fini di legge

## **ADDETTO ANTINCENDIO**

(rischio basso, medio, alto)  
Obbligatorio per i datori di lavoro che hanno alle dipendenze personale compresi i coadiuvanti con posizione INPS. Sono esonerati i titolari di ditte individuali senza dipendenti: 4 ore - 8 ore - 12 ore  
Attestazione finale: Attestato di Frequenza valido ai fini di legge

## **ADDETTO PRIMO SOCCORSO**

Obbligatorio per i datori di lavoro che hanno alle dipendenze personale compresi i coadiuvanti con posizione INPS. Sono esonerati i titolari di ditte individuali senza dipendenti:12 ore  
Attestazione finale: Attestato di Frequenza valido ai fini di legge

## **RAPPRESENTANTE LAVORATORI PER LA SICUREZZA**

(solo per dipendenti deve farlo chi è eletto dai colleghi RLS nelle aziende con più di due dipendenti): 32 ore Attestazione finale: Attestato di Frequenza valido ai fini di legge

## **CORSO DI AGGIORNAMENTO E FORMAZIONE PER ALIMENTARISTI (IN SOSTITUZIONE DEL LIBRETTO DI IDONEITA' SANITARIA)**

Obbligatorio per tutti gli addetti alla produzione, vendita, alla somministrazione di prodotti alimentari  
Durata: 6 ore (per soggetti che richiedono per la prima volta l'attestato di formazione e non sono in possesso di libretto sanitario rilasciato precedentemente)  
4 ore (per soggetti in possesso del libretto sanitario e a quelli che richiedono il rinnovo dell'attestato di formazione)

**IL COSTO DEI CORSI E' INTEGRAMENTE DEDUCIBILE ALLA VOCE SPESE**

# Benzina: “prezzi giù agendo sulle compagnie petrolifere, non sulla rete”



“Immaginare che esistano interventi da effettuare sulla distribuzione finale per risolvere la questione prezzi dei carburanti appare almeno velleitario”, mentre è necessario porre fine ai ‘monopoli verticali’ rappresentati dalle compagnie petrolifere, che estraggono petrolio e vendono benzina al pubblico. E’ quanto dichiarato dalle sigle dei gestori nel corso di un’audizione alla Commissione Industria del Senato, durante la quale Figisc Confcommercio, Faib e Fegica hanno sottolineato come sia “giunto il momento che il

legislatore prenda finalmente atto che la libera concorrenza è negata ai gestori, che sono assoggettati al regime di acquisto in esclusiva”. Le compagnie, hanno spiegato, sono ora in grado di “fissare sia il prezzo di acquisto al rivenditore, sia il ‘prezzo raccomandato’ al pubblico”.

Nel breve, per riequilibrare e rendere più competitivo il settore è necessario “vietare la possibilità che un operatore possa integrare verticalmente le attività di estrazione, raffinazione e logistica, oltre a quella commerciale”.

## Notizie in brevi

### Autotrasporto:

firmata l’intesa tra le associazioni e Matteoli

Soddisfatto il segretario generale di Unatras, Pasquale Russo: “il ministro ha accettato di pubblicare sul sito ministeriale i dati che avevamo richiesto e che erano oggetto della trattativa”.

### Fiva in congresso a Venezia

Il 15 e 16 novembre XIV congresso nazionale dell’Associazione di categoria più rappresentativa del settore dei venditori ambulanti e su aree pubbliche. Interverrà il presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli.

### Giornalisti:

incontro tra Fnsi e Aerantico-rallo

Le delegazioni della Fnsi, guidata dal segretario generale Siddi e di Aeranti-Corallo, guidata dal presidente Rossignoli, si sono incontrate per aprire la trattativa per il rinnovo del contratto nazionale nel settore dell’emittenza radiotelevisiva locale.

### Istat:

inflazione “confermata” al 3,5 per cento

La stima definitiva dell’Istat ha confermato che ad ottobre l’inflazione si è attestata al 3,5 per cento facendo segnare una variazione mensile nulla. Il tasso acquisito per il 2008 è invariato al 3,4 per cento.



Biglietterie nazionali ed internazionali - Servizi trasfer con bus GT ed autovetture  
Organizzazione viaggi di gruppo ed individuali  
Viaggi di nozze, di istruzione, crociere e soggiorni.

Via Passarelli, 5/7 • 75100 Matera • Tel. 0835-334743 • Fax 0835-334553  
e mail: [traveltop@casam.it](mailto:traveltop@casam.it) • [www.casam.it](http://www.casam.it)

# Fi-data: tifare è scontato

Sono circa 100 le attività che fino ad oggi hanno aderito al network Fi-data nella città di Matera. Ma quali sono i vantaggi che dischiude questo programma ed a chi si rivolge? Fi-data è il nome dell'innovativo programma di fidelizzazione promosso dalla società sportiva F.C. Matera, in collaborazione con il partner tecnico DATACONTACT ed il partner finanziario BANCA POPOLARE DI BARI, riservato in modo esclusivo agli abbonati alla stagione agonistica 2008-2009. L'elemento di assoluta novità del programma è rappresentato dalla meccanica promozionale che prevede concreti vantaggi per i titolari di card, ma anche per le attività commerciali che decidono di aderirvi.

Come è possibile analizzare in dettaglio leggendo il regolamento (disponibile sui siti [www.fcmatera.it](http://www.fcmatera.it), [www.fi-data.it](http://www.fi-data.it) e sulle pagine del settimanale FC Matera News), gli abbonati - ed i componenti del loro nucleo familiare muniti di Family Card - possono materializzare vantaggi concreti preferendo nei propri acquisti gli esercizi affiliati, che si sono impegnati a riconoscere ai componenti della community F.C. uno sconto nella misura percentuale convenuta. Sconto non goduto contestualmente all'acquisto da parte dei titolari di tessere ma da cumularsi sulla propria posizione nominativa fi-data, unitamente a tutti gli altri maturati con i propri acquisti, e da riscuotere in modo differito recandosi presso gli sportelli di Matera della Banca Popolare di Bari. Fi-data non è pertanto un programma che permette di cumulare punti da utilizzare poi nella scelta di premi da catalogo, come si è ormai abituati a pensare, ma un programma che permette di maturare veri e propri crediti economici.

Il sistema sta riscuotendo un forte

interesse in termini di attenzione da parte della comunità locale ed anche da parte degli esercizi commerciali affiliati. L'utilizzo è semplice ed immediato, oltre che gestito in modo informatizzato con un dispositivo POS installato presso gli esercizi affiliati, che permette di tracciare tutte le movimentazioni effettuate con la tessera.

Quest'ultima è personale e non cedibile e gli esercizi convenzionati potrebbero richiedere, come da regolamento, di esibire un documento di identità per la verifica di corrispondenza con il nominativo del titolare riportato sulla card. Per godere degli sconti occorre presentare la tessera contestualmente al pagamento di quanto acquistato, in quanto non è prevista la possibilità di accreditare in un secondo momento lo sconto eventualmente non goduto in assenza della card. Tutti i movimenti, aggiornati a fine giornata, possono essere visualizzati anche sul sito internet accedendo alle pagine riservate, essendo previste due sezioni distinte, una prima per le attività commerciali ed una seconda per i titolari di card.

L'obiettivo finale da parte dei promotori e gestori del programma è quello di arrivare ad una rappresentatività complessiva di tutte le categorie commerciali e professionali presenti nella città di Matera, al fine di diversificare la rosa degli affiliati ed espandere le opportunità per i titolari di materializzare vantaggi. Tutte le attività commerciali, artigianali e professionali che desiderano aderire al network hanno a loro volta a disposizione una opportunità concreta per accrescere il traffico sul punto vendita, in considerazione della visibilità dell'operazione presso la community. Il loro nome è infatti pubblicizzato attraverso appositi elenchi disponibili sul

sito internet e sul settimanale, distribuito gratuitamente con una tiratura di 15.000 copie. A regime 10.000 tessere stimate fra titolari abbonati e componenti del nucleo familiare potranno avere visibilità di tutti i luoghi presso cui recarsi per accumulare sconti, con un tetto massimo per categoria che spinge pertanto ad invitare tutti gli interessati ad affrettarsi nella prenotazione affinché si possa procedere con l'installazione dei POS presso le attività. Tutte le attività commerciali interessate al programma possono contattare la info-line predisposta per richiedere informazioni e chiarimenti. Il numero di telefono è il seguente: 0835 - 700044. Ma per il network i vantaggi non sono solo questi. Il sistema POS in dotazione, che con il programma FI-DATA è concesso in comodato d'uso gratuito, è semplice, facile da usare, non prevede canone di locazione e può estendere le proprie funzionalità includendo anche quelle correlate agli altri POS bancari. Vi sono dunque numerosi vantaggi legati al programma Fi-data, sia per i titolari di tessere che per tutte le attività commerciali che decideranno di aderire. L'invito pertanto è quello di avvicinarsi al programma, conoscerlo meglio, prendervi confidenza, aderirvi e contribuire al suo successo, in considerazione della portata innovativa dell'iniziativa e del contributo che essa può portare in questa fase delicata alla vivacizzazione dell'economia locale.





www.ladycucine.com

RENDILA UNICA

NEW LADY COLLEZIONE 2008

MATERA  
TEL. 0835.2682

MARTINA FRANCA  
TEL. 080.4839720

BARI  
TEL. 080.5054394

BARLETTA  
TEL. 0883.348047

Clio Elite  
la cucina che asseconda le tue idee  
si distende nel tuo spazio  
si apre alla funzionalità totale  
si concede come luogo dei sogni

LADY CUCINE  
REALIZZA LE TUE IDEE

# emmeti

## PORTE - FINESTRE - SCALE

Agenzia per la Basilicata di  
ERACLIT - VENIER  
Soluzioni ecobiocompatibili per:  
Acustica - Antincendio - Termica

Via Taranto, 9/T • 75100 MATERA  
Tel. e Fax 0835 387808  
[www.emmetisas@libero.it](http://www.emmetisas@libero.it) - [info@emmetisas.it](mailto:info@emmetisas.it)

# Due grandi storie si uniscono a Mezzogiorno



## Banca Popolare del Materano e Banca Popolare di Crotona fondano la Banca Popolare del Mezzogiorno

La Banca Popolare di Crotona e la Banca Popolare del Materano si fondono e danno vita alla Banca Popolare del Mezzogiorno, una nuova, luminosa realtà che corona la tradizione di due banche radicate da più di 120 anni nei loro territori.

Presente con 89 sportelli in Calabria, Basilicata, Puglia e Sicilia, la Banca Popolare del Mezzogiorno appartiene al Gruppo Banca

popolare dell'Emilia Romagna: per questo può sommare i molteplici vantaggi di un istituto nazionale alla flessibilità delle banche locali.



**Banca Popolare  
del Mezzogiorno**

 GRUPPO BPER

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