

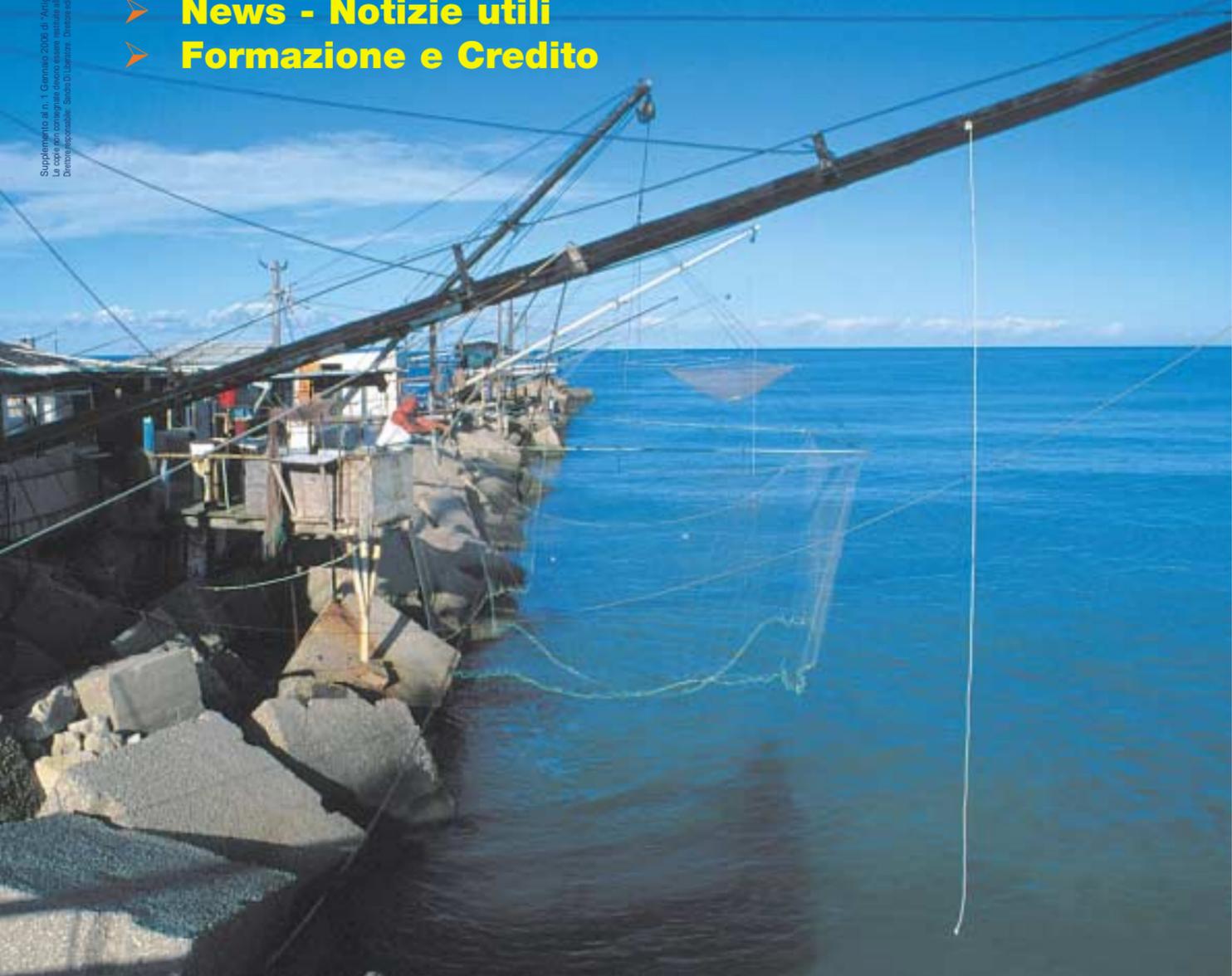


Teramo

• commercio
e TURISMO

TERAMO Via Ponte S. Giovanni 2/A - Tel. 0861/240204 - 243833 - Fax 0861/250780 • GIULIANOVA Via G. Galilei, 77 - Tel. e Fax 085/8907461
CORROPOLI C.da Vibrata, 201 - Tel. 0861/82271 - Fax 0861/808675 • ROSETO DEGLI ABRUZZI Via Nazionale, 567 - Tel. e Fax 085/8942985
www.cnateramo.com • commercredito@cnateramo.com

- **Val Vibrata: inaugurata la nuova sede CNA**
- **Roseto: assemblea di CNA•Commercio e Turismo**
- **Il nuovo centro commerciale a Teramo: Effetto Tsunami?**
- **Progetto Spiaggia Solare**
- **News - Notizie utili**
- **Formazione e Credito**





Taglio del nastro per la nuova sede CNA ad Alba Adriatica

Moderna, funzionale, destinata a diventare rapidamente il punto di riferimento per una delle aree della provincia teramana, come la Val Vibrata, più densamente popolate di piccole e medie imprese. E' la nuova sede della Cna di Teramo inaugurata Sabato 17 Giugno in via Vittorio Veneto 30, ad Alba Adriatica.

Si tratta dell'ultima arrivata di una ricca dotazione di strutture che la confederazione artigiana, presieduta da Giovanni Simonetti e diretta da Gloriano Lanciotti, ha messo in pista su tutto il territorio provinciale, con l'obiettivo dichiarato di adeguare costantemente l'offerta di servizi erogati dalla confederazione. In linea con la crescente richiesta di servizi qualificati da parte delle imprese associate e, più in generale, dall'intero tessuto di Pmi presenti nel territorio vibratiano. All'inaugurazione hanno partecipato oltre a moltissimi imprenditori della zona, il Sindaco di Alba A. Valerio Caserta che ha tagliato il nastro, il Sindaco Di Mosciano Franco Filipponi, Il Vice Sindaco di Giulianova Francesco Mastromauro, L'Onorevole



Nicola Crisci, Il Presidente della IV Commissione regionale Augusto Di Stanislao, i vertici della Banca Picena Truentina e della Tercas. Hanno portato il saluto il presidente della CNA Giovanni Simonetti ed il Presidente della Cooperativa artigiana Val Vibrata Gianfredo De Sanctis. Il Direttore Gloriano Lanciotti nel suo intervento ha dichiarato "Con questa nuova sede la CNA vuole affiancare le imprese dell'artigianato, del commercio e del turismo dei 12 comuni Vibratiani nel processo di ripresa del comparto. La Val Vibrata con le sue 6.000 imprese - ha continuato Lanciotti - è sempre stata fiore all'occhiello del distretto Vibrata-Vomano-Tordino e dovrà tornare ad esserlo e la CNA si deve impegnare a trovare soluzioni strategiche per la ripresa delle aziende locali, in particolare quelle del tessile ed della pelletteria".

A conclusione dell'inaugurazione si è tenuta l'Assemblea straordinaria dei soci della Cooperativa artigiana "Val Vibrata". Cooperativa per il sostegno all'accesso al credito delle imprese Artigiane, valido strumento da utilizzare per fornire opportunità creditizie alle aziende Vibratiane.

G. L.



Il sindaco di Roseto
Franco Di Bonaventura

Si è svolta, recentemente, presso la Villa Comunale di Roseto degli Abruzzi, la prima assemblea rivolta ai commercianti ed agli operatori turistici del comune di Roseto. A promuovere l'iniziativa è stata la CNA Commercio e Turismo, struttura aderente alla CNA di Teramo, che ha scelto di partire proprio dal comune di Roseto perché è il secondo comune più grande della provincia dove si concentrano oltre 1000 imprese del settore commercio ed in particolare del turismo. Bisogna sottolineare che Roseto è stato tra i primi comuni ad ottenere la bandiera Blu non solo, per il mare incontaminato, ma anche per la qualità delle strutture ricettive locali. «Il nostro obiettivo - spiega il Direttore della Cna di Teramo, Gloriano Lanciotti - è quello di dare valore aggiunto alle imprese turistiche e commerciali di Roseto. Nel comune operano già altre associazioni di categoria che propongono un'azione sindacale a tutela del settore, noi non intendiamo metterci in concorrenza o peggio in contrapposizione con queste associazioni, ma vogliamo portare avanti un nostro progetto autonomo con un'azione sindacale "ragionata", "propositiva" e "non urlata". All'iniziativa hanno partecipato il Sindaco di Roseto, Franco Di Bonaventura, l'Assessore alle attività produttive, Enio Pavone, l'Onorevole Nicola Crisci, l'Assessore Regionale all'Agricoltura Marco Verticelli e tanti operatori commerciali e turistici che si sono dimostrati interessati all'iniziativa, partecipando con interventi dove chiedono un maggior coinvolgimento della categoria ed un

Nasce a Roseto CNA Commercio e Turismo

risalto particolare per valorizzare il turismo nel territorio rosetano.

«Insieme agli Enti locali infatti - continua il Direttore della CNA - possiamo creare i presupposti per superare la crisi che imperverosa da anni nel settore e cercare di rendere il nostro territorio più interessante agli occhi dei turisti e degli stessi abitanti». Gli stessi amministratori si sono subito mostrati entusiasti dell'iniziativa ed hanno promesso di mettere in calendario, assieme a CNA Commercio e Turismo, per il 2006-2007 una serie di eventi per la promozione del territorio e quindi per valorizzare le strutture turistiche e commerciali del comune. Il primo incontro è stato già fissato, in sede di assemblea, tra la CNA Commercio e Turismo e tutti i partecipanti, dandosi appuntamento tra 10 giorni presso la sede di Roseto in Via Nazionale. Nel corso dell'incontro, la CNA ha illustrato, inoltre finanziamenti agevolati studiati "su misura" per ogni tipologia d'impresa che sia la piccola bottega o la grande struttura alberghiera. Non solo, CNA Commercio e Turismo ha istituito una serie di corsi inerenti le attività commerciali quali il SAB (Somministrazione Alimenti e bevande), le Tabelle alimentari, riconosciuti dalla regione, anche corsi innovativi quali le tecniche di marketing, vetrinista, addetto alle vendite, e molti altri ancora. **CNA commercio e turismo** crede nelle potenzialità delle strutture commerciali del Comune di Roseto e vuole, assieme agli Enti locali, renderli più visibili.



On. Nicola Crisci

G. L.



Banca
Picena Truentina

CENTRO COMMERCIALE "GRAN SASSO"

Effetto TSUNAMI per i COMMERCianti TERAMANI

Il giorno 13 aprile, il Sindaco di Teramo, Gianni Chiodi, ha firmato la tanto discussa convenzione tra la Verdebosco e la ditta olandese Foruminvest, per la realizzazione dell'opera tanto attesa dai tifosi teramani, ma un po' meno per i commercianti della nostra città. Non a caso il centro commerciale lo definiamo lo "TSUNAMI" per i nostri piccoli imprenditori, che ad oggi con grandi sacrifici continuano ad andare avanti, lottando contro il sotto costo, le liquidazioni straordinarie, le aperture di nuovi negozi, per non parlare della viabilità.

Basti pensare che con il Lotto Zero, che consentirà di bypassare la città, molti negozi verranno penalizzati, e la mancanza di posti auto nel centro storico scoraggia l'utente a dedicare il suo tempo per lo shopping cittadino. Alcune associazioni di categoria, si sono adoperate per ricreare un percorso di shopping nel centro storico con la realizzazione di buoni sconto per invogliare l'utente a recarsi presso i negozi convenzionati, sicuramente è stata un'iniziativa lodevole, ma a nostro parere non basta. Sembrerebbe assurdo pensare di vedere il lato positivo nella realizzazione del Centro Commerciale, ma potremmo provarci!



Da una parte verranno creati nuovi posti di lavoro stabili dando un'opportunità concreta ai tanti giovani teramani, oltre ad invogliare a disertare i templi della spesa ben noti come l'Iper di Colonnella e il Megalò di Chieti Scalo, e fare shopping a due passi da casa. Dall'altra parte si potrebbe ipotizzare di "CONSORZIARE" i nostri negozianti affinché venga creato un monopolio di "imprese commerciali teramane", e limitando lo spazio alle grandi ditte, non è un'utopia!!!, basterebbe concentrare le forze di tutti, dagli amministratori locali, dalle associazioni di categoria ed infine dei commercianti.

Quando citiamo la parola CONSORZIARE, non intendiamo i discorsi (validissimi senz'altro) già fatti su come ridare vitalità al Centro Storico, anche perché ci sono altri enti che stanno affrontando da tempo il problema, vedasi il progetto promosso dalla CCIAA congiuntamente con il Comune di Teramo. Ma vogliamo spostare per un attimo la nostra attenzione dal commerciante al **CANALE DELLA DISTRIBUZIONE**. Questo, a nostro avviso, è il primo nodo da sciogliere. I Centri Commerciali hanno un potere di approvvigionamento superiore rispetto ai singoli commercianti. Ma se il canale distributivo riuscisse a consor-

ziarsi, aumenterebbe il potere contrattuale e di rimando i benefici andrebbero spalmati sui commercianti. Superato quest'ostacolo, potremmo spaziare su svariati progetti come i **centri commerciali naturali** o su **consorzi formati dagli esercizi commerciali** nell'ambito di una città, che **possono offrire delle opportunità a tutti i loro negozi consociati**, avendo a disposizione un "PACCHETTO" a valore aggiunto che permette di creare un circuito "esclusivo" di commercianti con maggiori potenzialità commerciali, distinguendosi da altri negozianti.

Il consorzio potrebbe dotare ogni negozio di strumenti per azioni di marketing autonome e personalizzate e contemporaneamente di svolgere campagne di marketing associando non solo tutti i negozi che costituiscono il consorzio, ma soprattutto tutti gli effettivi acquirenti finali, a vantaggio di tutti.

Il consorzio potrebbe offrire numerosi e vantaggiosi servizi, quali ad esempio: card fedeltà; servizio SMS, MMS, e-mail; **Servizio città virtuale su misura**: Immaginate di andare a visitare una vera e propria città... centro storico, quartieri, vie, cinema, centri commerciali

... negozi!!! ricostruendo tramite un sito internet una città vera e propria, dove è possibile realizzare appositamente una via "creata su misura" per i negozi di un Consorzio.

E' inoltre possibile ricreare la vetrina e l'insegna dei negozi ... e soprattutto visitare virtualmente l'interno del negozio attraverso un mini video o conoscere i prodotti, i servizi. Ci sono cartelloni pubblicitari lungo le vie, come in una città vera, dove è possibile esporre i marchi (da cliccare) dei negozi che volessero maggiore visibilità, ci sono giochi nei quali appaiono simboli rappresentativi dei vari negozi, c'è una divisione per pubblicare promozioni, informazioni, sconti, e quant'altro il negozio vuole comunicare direttamente sull'home page del sito, diviso per città e regione, e tanto tanto altro ancora.

Il tempo passa inesorabilmente, senza darci modo di riflettere, c'è solo una cosa da fare, mettersi al passo delle innovazioni, perché oggi la clientela è molto esigente, e non legata a vecchie abitudini, pertanto l'imprenditore deve essere il porta bandiera, il creatore di idee, il prestatore di servizi, e non solo l'operatore di un registratore di cassa.

G.L.

Progetto: Spiaggia solare



L'ENERGIA RINNOVABILE SULLE NOSTRE SPIAGGE
LA CNA PROMUOVE L'USO DEI PANNELLI SOLARI TERMICI E DEGLI IMPIANTI FOTOVOLTAICI NEL SETTORE TURISTICO

Con il progetto "Spiaggia Solare" ci proponiamo di diffondere l'uso dei pannelli solari termici e degli impianti fotovoltaici lungo la nostra zona costiera all'interno degli stabilimenti balneari, degli alberghi, dei camping e delle colonie.

L'intervento, che interesserà principalmente il settore del Turismo, vuole offrire alle strutture interessate l'opportunità di poter coniugare al meglio gli aspetti di natura economica con quelli ambientali e turistici. Questi tre aspetti possono andare verso la stessa direzione e rappresentare la strada più efficace per la qualificazione del nostro sistema costiero. Il progetto potrebbe interessare circa 700 strutture ricettive della nostra Provincia, e rappresentare per la nostra regione un altro invitante biglietto da visita; sempre più i turisti mostrano interesse per l'attenzione che viene offerta all'ambiente nei luoghi visitati.

La condivisione e ideazione del progetto con l'Agenzia per l'Energia della nostra Provincia rappresenta inoltre un importante esempio di collaborazione tra qualificati attori istituzionali che muovono verso una stessa direzione nell'interesse del territorio e della collettività.

Il Progetto avrà inizio nel mese di settembre e si concluderà a Maggio del prossimo anno.

La prima fase che potremmo definire di "sensibilizzazione", si realizzerà per il tramite di seminari

informativi e formativi organizzati su tutto il territorio provinciale.

Detti seminari illustreranno, a quanti si interessassero all'iniziativa, i concreti vantaggi economici e non solo che, l'uso di tecnologie legate all'utilizzo dell'energia solare può generare (aspetti tecnici degli impianti, investimenti, tempi di rientro). Il progetto inoltre, volendo contribuire a sostenere lo sviluppo dell'economia prevede di coinvolgere la CCIAA di Teramo, la Provincia e i Comuni che appoggeranno l'iniziativa.

La Cna offrirà il tutto "chiavi in mano" attraverso il proprio sportello Tecnico e l'intervento delle proprie Strutture di Credito.

G.L.



I PUNTI VENDITA VINCENTI! (come essere funzionali, competitivi ed efficienti)



QUALI PUNTI DI VENDITA POSSONO DIRSI "VINCENTI"

I punti di vendita possono essere "vincenti" solo se sono:

- Moderatamente funzionali,
- Efficacemente competitivi,
- Economicamente efficienti.

E finché riescono a mantenersi tali.

L'AZIENDA COMMERCIALE "PRODUCE" SERVIZI COMMERCIALI

Riconoscere che il punto di vendita è un'azienda commerciale è il primo passo da fare verso una sua gestione più professionale. Il secondo passo consiste nel farsi consci che anche l'azienda commerciale produce utilità economica, aggiungendo valore ai prodotti che distribuisce: rendendoli disponibili come dove e quando sono utili a chi è interessato ad acquistarli. Un'azienda commerciale giustifica quindi la sua presenza sul mercato in quanto il proprio lavoro di distribuzione è funzionale alla clientela che ha scelto di servire. **Perciò tener sempre ben presente che l'azienda commerciale non è distributrice passiva di prodotti, ma produttrice attiva di servizi commerciali.**

IL PUNTO VENDITA COME "STABILIMENTO DI PRODUZIONE COMMERCIALE"

Questo lavoro produttivo l'azienda commerciale lo effettua, tipicamente, là dove essa svolge la sua attività di vendita. Si può quindi dire che il punto vendita costituisce lo "stabilimento di produzione" dell'azienda commerciale.

Questo punto di vendita è funzionale se è in grado di soddisfare le esigenze di acquisto della clientela e di commercializzazione della produzione.

Ed è efficiente se garantisce economicità a sé stesso come azienda commerciale un'economica fornitura di servizi commerciali alla clientela, e una distribuzione economica dei prodotti dei propri fornitori.

Per garantire una produzione commercialmente funzionale ed economicamente efficiente, il punto di vendita moderno deve essere impostato e gestito alla stregua di una vera e propria "macchina per vendere".

DIMINUISCE IL NUMERO DI PUNTI DI VENDITA, MA NE AUMENTA LA VARIETÀ

La trasformazione dei punti di vendita in moderne "macchine per vendere" mette irrimediabilmente

fuori mercato i vecchi negozi generici e riduce il numero di punti di vendita necessari al mercato.

E i negozi stancamente tradizionali sono via via soppiantati da una varietà crescente di punti di vendita, che commercializzano un numero crescente di prodotti in una sempre più ampia varietà di aggregazioni merceologiche e funzionali: una precisa risposta alle diverse esigenze di acquisto di una sempre più ampia varietà di acquirenti.

NECESSITÀ DI PADRONEGGIARE IL CAMBIAMENTO COMMERCIALE

Il commercio al dettaglio è fortemente sollecitato al cambiamento funzionale e strutturale. Diversi cambiamenti sono già intervenuti. Altri più consistenti si stanno avviando.

Questi cambiamenti non comportano solo nuovi vincoli e nuove problematiche, ma **offrono anche nuove interessanti opportunità di sviluppo agli operatori commerciali più attenti, innovativi e modernamente professionali**, o quanto meno segnalano un'impellente necessità di cambiamento per il punto di vendita che non sono più adeguatamente funzionali per il nuovo mercato.

Non fosse altro perché sul mercato commerciale entrano clienti nuovi: funzionalmente e strutturalmente diversi da quelli tradizionali; con problematiche mercatistiche e di rapporto coi loro fornitori considerevolmente diverse da quelle della loro clientela tradizionale.

Ma **anche ai produttori mercantisticamente più accorti si offrono interessanti opportunità di sviluppo commerciale** che richiedono nuove segmentazioni distributive, che aprono nuovi spazi di marketing nel punto di vendita (oltre che di visual merchandising). Che esigono nuove strategie di trade marketing. E che innanzitutto richiedono una più oggettiva conoscenza del sistema distributivo reale e una più realistica amministrazione dei rapporti con la nuova clientela commerciale: che è sempre più operatrice di marketing in prima persona.

Ed è ai nuovi punti di vendita "vincenti" che si devono riferire le aziende commerciali nei loro programmi di sviluppo.

La CNA di Teramo organizza corsi di formazione in **Comunicazione e Marketing** per esercenti. Il successo di una qualsiasi organizzazione lavorativa dipende innanzitutto dal livello motivazionale e dalle competenze presenti al suo interno. Alla Comunicazione

spetta, però, il compito fondamentale di promuovere beni e servizi e di migliorare l'immagine di un'impresa, acquisendo informazioni e trasferendo processi comunicativi sia interni che esterni all'azienda.

Il Marketing a sua volta da centralità al consumatore e ai suoi bisogni, per questo diventa necessario imparare a prevedere e pianificare, ma soprattutto capire come suscitare emozioni nel cliente.

Corso di formazione

"Creare valore aggiunto in un'attività commerciale con la Comunicazione ed il Marketing"

- Il processo di comunicazione e percezione
- La comunicazione persuasiva
- La comunicazione telefonica
- Il concetto di Marketing

SODDISFAZIONE DI CNA

UNIONE EUROPEA: PRIMO SÌ DELLA COMMISSIONE ALL'ETICHETTATURA OBBLIGATORIA PER LE MERCI EXTRA EUROPEE

Anche se in grande ritardo e con la possibilità di applicazione solo a partire dal 2007, la Commissione Europea ha varato di recente la proposta di regolamentazione sulla "etichettatura di origine" obbligatoria per le merci importate in Europa. Dal 2007, dunque, finalmente i consumatori potranno conoscere in modo più consapevole l'origine di capi di abbigliamento, scarpe, mobili e scegliere tra questi prodotti preferiti con completa cognizione di causa. E' una battaglia che dura da anni, iniziata da Cna e Confartigianato/Lapam e che ha avuto la forte opposizione dei Paesi del Nord Europa.

BAR E RISTORANTI:

STOP ALLE AMPOLLE DI OLIO D'OLIVA

Cna Tecno Quality informa che la nuova legge vieta l'esposizione di contenitori di olio privi di etichettatura. Addio anonime oliere poste sui tavoli dei ristoranti o al bancone del bar. Con la pubblicazione della legge 81/2006 è entrato in vigore il divieto, nei pubblici esercizi, di proporre al consumo olio d'oliva in contenitori non etichettati conformemente alla normativa in vigore. Ne dà notizia Cna Tecno Quality che informa bar e ristoranti che non possono più porre sui tavoli o sui banconi le classiche oliere, relegate ormai ad un uso meramente domestico. "Tutti i recipienti contenenti olio di oliva - spiega il direttore di Cna Tecno Quality Giorgio Giancamilli - devono essere regolarmente etichettati. Questa regola si pone nell'ottica di lotta alla contraffazione di sostanze alimentari ed è finalizzata alla tutela del consumatore". Il pro-

- Il comportamento del consumatore
- La piramide dei bisogni
- Le diverse modalità per comprendere la soddisfazione del cliente
- Tecniche di fidelizzazione della clientela

Materiali utilizzati

- Slides in Power Point
- Dispensa
- Bibliografia di riferimento
- Questionario di valutazione

Gli incontri privilegeranno l'interazione con i partecipanti al fine di traslare gli aspetti teorici nel contesto lavorativo di ognuno.

G.L.

Si tratta ora di presidiare il percorso della proposta al fine di arrivare alla reale applicazione del regolamento nei tempi più rapidi possibili. Sicuramente questo provvedimento anche se tardivo, rafforzerà la competitività delle nostre produzioni; è un passo in avanti importante, al quale ne devono seguire altri quali: la lotta contro il **dumping** (vendita della merce di un paese sul mercato di un altro paese ad un prezzo inferiore a quello che è praticato sul mercato nazionale) e a lotta contro la concorrenza sleale sull'utilizzo di metodi di produzione stranieri che creano danno alla salute dei consumatori.

G.L.



blema è che è entrata in vigore in sordina e senza la previsione di alcun periodo transitorio per permettere ai gestori di pubblici esercizi di smaltire le giacenze di olio di oliva acquistato in contenitori di grandi dimensioni proprio in previsione dell'uso delle oliere. "Tenendo conto che la sanzione amministrativa per la violazione di questo divieto è piuttosto pesante (dai 1000 ai 3000 euro) - continua Giancamilli - gli esercenti devono smaltire le rimanenze utilizzandole in cucina per la preparazione di alimenti". Tale prescrizione è prevista solo per l'olio di oliva.

G.L.

FORMAZIONE

La **CNA-Commercio e Turismo** ti assiste in materia di Sicurezza sui luoghi di lavoro, normativa ambientale, qualità e formazione, supportando le imprese nella redazione dei documenti di valutazione dei rischi per la sicurezza e la salute durante il lavoro, nell'indicazione dei piani di emergenza e nelle misure di prevenzione, nella rilevazione dei rumori e nella sorveglianza sanitaria. Inoltre svolge attività di consulenza nella gestione delle attività legate all'ambiente con la possibilità di ottenere analisi di laboratorio sui rifiuti, sulle acque e sui fumi; nella corretta gestione dei rifiuti: tenuta registri, denuncia annuale rifiuti, permessi ed autorizzazioni per lo stoccaggio, il trasporto, le emissioni in atmosfera, ecc.

CORSI DI FORMAZIONE ATTIVATI:

- Responsabile Servizio Prevenzione e

Protezione Luoghi di lavoro D.Lgs 626/94 (16 ore);

- Rappresentante dei lavoratori per la sicurezza D. Lgs 626/94 (32 ore);
- Corso Pronto Soccorso Aziendale obbligatorio (12/16 ore);
- Corso di marketing commerciale (20 ore);
- Corso abilitazione vendita prodotti alimentari (D. Lgs 114/98);
- Corso abilitazione somministrazione alimenti e bevande (220 ore);
- Corso preparatorio per l'iscrizione ruolo agenti in mediazione immobiliare (150 ore);
- Agente e rappresentante di commercio (ore 100);
- Corso di formazione Sistema HACCP (D. Lgs 155/97) e stesura **Manuale di sicurezza e igiene dei prodotti alimentari**

NOVITÀ - Corso di scrittura-Tecniche di comunicazione efficace (on line)

40 h (base) + 20h (approfondimento)

Il corso è rivolto a tutti coloro che, pur essendo in grado di scrivere correttamente un testo, intendono migliorare la loro preparazione linguistica per comunicare in modo preciso e rigoroso, efficace e funzionale, utilizzando il linguaggio specifico più adeguato.

Attraverso sintetici quadri strutturati vengono presentate le varie fasi in cui si articola il processo della scrittura, le procedure e le tecniche utili per la costruzione del testo, le scelte linguistiche più idonee alla scrittura funzionale, le varie tipo-

logie testuali. Per ciascun tipo di testo vengono forniti esempi, tracce ed utili schemi operativi che mettono il corsista nella condizione di riscrivere agevolmente il tipo di testo preso in esame.

Per ogni argomento vengono proposti test che consentono di effettuare un' immediata autovalutazione on line e alcuni esercizi aperti, che saranno controllati personalmente da un tutor.

Il Corso, essendo on line, può adattarsi agevolmente ai tempi e ai ritmi propri del corsista.

Abolito il LIBRETTO SANITARIO sarà sostituito da CORSI OBBLIGATORI

Dal 1° gennaio 2005 sono entrate in vigore, nella nostra Provincia, le nuove procedure per il rilascio o rinnovo dei libretti di idoneità sanitaria per gli alimentaristi. Il provvedimento varato dalla ASL prevede che per il rilascio e/o rinnovo di tali documenti sanitari, non saranno prescritti accertamenti di

laboratorio, salvo casi specifici. Per gli alimentaristi che richiedono per la prima volta il libretto di idoneità sanitaria, saranno programmati corsi di formazione con il rilascio di attestato. Al momento però la Regione Abruzzo non si è ancora pronunciata sulle modalità di svolgimento e la periodicità dei corsi. A tal proposito la CNA COMMERCIO e TUSRIMO, si sta adoperando affinché la Regione Abruzzo approvi i criteri e le modalità per l'organizzazione di detti corsi.

FINANZIAMENTI AGEVOLATI con CONTRIBUTI in C/INTERESSI alle IMPRESE COMMERCIALI e TURISTICHE

| PRODOTTO | IMPORTO MAX | DURATA | TASSO |
|--|--------------|----------|--------|
| FINANZIAMENTO per liquidità, investimenti o consolidamento | € 100.000,00 | 84 MESI | *2,00% |
| Scoperto c/c, Castelletto, SBF | € 77.000,00 | A revoca | 4,65% |
| MUTUO IPOTECARIO | € 500.000,00 | 120 MESI | 4,20% |

* tasso agevolato con contributo Regionale, abbattimento 2 punti percentuali.

BANCHE CONVENZIONATE:

- TERCAS
- Banca Popolare di Ancona
- Banca Picena Truentina
- BCC dell'Adriatico Teramano s.c.a.r.l.
- Banca San Paolo dell'Adriatico
- Banca Popolare di Lanciano e Sulmona
- Serfina S.p.A.

ESEMPI RATE MENSILI

| CAPITALE | TASSO | DURATA | RATA MENSILE |
|--------------|-------|--------|--------------|
| € 10.000,00 | 2,00 | 36 | € 286,43 |
| € 10.000,00 | 2,00 | 48 | € 216,95 |
| € 10.000,00 | 2,00 | 60 | € 175,28 |
| € 20.000,00 | 2,00 | 36 | € 572,85 |
| € 20.000,00 | 2,00 | 48 | € 433,90 |
| € 20.000,00 | 2,00 | 60 | € 350,36 |
| € 30.000,00 | 2,00 | 36 | € 859,28 |
| € 30.000,00 | 2,00 | 48 | € 650,85 |
| € 30.000,00 | 2,00 | 60 | € 525,83 |
| € 40.000,00 | 2,00 | 60 | € 701,11 |
| € 50.000,00 | 2,00 | 60 | € 876,39 |
| € 50.000,00 | 2,00 | 84 | € 638,37 |
| € 100.000,00 | 2,00 | 60 | € 1.752,78 |
| € 100.000,00 | 2,00 | 84 | € 1.276,74 |

SANPAOLO
BANCA DELL'ADRIATICO

SERFINA®

Diamo Credito ai tuoi progetti
MUTUI, FINANZIAMENTI, LEASING

FINANZIARIA ABRUZZESE PER L'ARTIGIANATO E LA PICCOLA IMPRESA
LARGO BARBELLA N° 6 / 66100 CHIETI / TEL. 0871 369236

CONVENZIONI

CNA-SIAE 2005

RIDUZIONI PER GLI ASSOCIATI DAL 25 AL 40%

La CNA provinciale di Teramo comunica che tutti gli associati possono usufruire della convenzione CNA-SIAE per ciò che concerne i compensi in abbonamento per strumenti musicali, apparecchi musicali, strumenti meccanici (quali televisori, videoregistratori, radiodiffusori vari).

La convenzione prevede inoltre agevolazioni per coloro che effettuano intrattenimenti danzanti e concerti.

Tali possibilità di sconto nella quota annua che gli imprenditori sono chiamati a versare, qualora in possesso dei requisiti sopra esposti, entro il 28 febbraio (di ogni anno), interessano tutte le imprese che fanno uso di musica d'ambiente nello svolgimento della propria attività, sia in locali aperti al pubblico, sia in laboratori il cui accesso è riservato ai soli dipendenti.

Le tariffe fissate dalla SIAE, visionabili presso le sedi CNA territoriali della provincia, sono soggette ad una riduzione calcolata in base alla tipologia di impresa richiedente e vanno dal 25% al 40% di quanto imponibile per ciascuna categoria.

I SERVIZI DELLA CNA



CONSORZIO SMAC ed il CAAF CNA servizi fiscali ed amministrativi

Il CONSORZIO SMAC ed il CAAF CNA svolgono assistenza fiscale, tributaria e consulenza del lavoro alle aziende associate, in particolare si occupa di:

- Iscrizioni alla Camera di Commercio.
- Iscrizione ad Albi speciali (impiantisti, autoriparatori, acconciatori, estetiste).
- Autorizzazioni comunali e pubblica sicurezza.
- Apertura Partita IVA
- Iscrizione all'INPS ed all'INAIL.
- Normativa ambientale e di sicurezza in collaborazione con la Promarter srl.

Centro Assistenza Fiscale

Quando è tempo di dichiarazione dei redditi, vai sul sicuro e scegli la competenza dei migliori: scegli CAF/CNA.

Troverai un'assistenza fiscale professionale e precisa per la compilazione del 730 nei tempi e nei modi giusti.

Punto di riferimento certo per i pensionati, i dipendenti e per tutta la famiglia.

Modello 730, ISE-ISEE, RED, ICI...

Se cerchi un'assistenza completa e qualificata, vai sul sicuro e affidati a chi se ne intende: i consulenti CAF/CNA sono a tua disposizione nelle 1000 sedi CNA sul territorio Italiano.

AL VIA PER LE VENDITE DI FINE STAGIONE
SALDI ESTIVI: inizio: 15 luglio 2006 - termine: 28 agosto 2006

Alcune semplici e piccole raccomandazioni:

Le vendite di fine stagione riguardano i prodotti, di carattere stagionale o di moda

La vendita di fine stagione deve essere preceduta da comunicazione al Comune.

Le condizioni favorevoli di acquisto prospettate al consumatore attraverso il messaggio pubblicitario devono essere reali ed effettive.

I prodotti esposti per la vendita nelle vetrine esterne o all'ingresso del locale e nelle immediate adiacenze dell'esercizio o su aree pubbliche o sui banchi di vendita, ovunque collocati, devono indicare in modo chiaro e ben leggibile il prezzo di vendita al pubblico, mediante l'uso di un cartello o con altre idonee modalità; quando siano esposti insieme prodotti identici dello stesso valore è sufficiente l'uso di un unico cartello. Negli esercizi di vendita e nei reparti di tali esercizi organizzati con il sistema di vendita del libero servizio l'obbligo di indicazione del prezzo deve essere osservato per tutte le merci esposte al pubblico.

I dati da esporre nei cartellini sono:

il prezzo normale (quello originario);
la percentuale (x %) di sconto sul prezzo normale di vendita;
il prezzo finale di vendita (quello scontato).

Il prezzo va obbligatoriamente indicato in euro; l'indicazione in lire può essere usata in via di mera opportunità.

Alle vendite di fine stagione non si applicano le norme relative alle vendite sottocosto: l'esercente, dunque, è libero di vendere i prodotti anche a prezzo inferiore a quello di acquisto.

Il commerciante, pur non avendone l'obbligo legale, continuerà ad accettare i pagamenti con carta di credito e POS secondo i termini delle relative convenzioni.

In caso di mancanza di conformità del bene al contratto (difetti o mancata corrispondenza rispetto alle caratteristiche descritte prima della vendita) il cliente ha diritto, ai sensi del D.Lgs. n. 24/2002:

al ripristino, senza spese, della conformità del bene mediante riparazione o sostituzione (a scelta, salvo che il rimedio richiesto sia oggettivamente impossibile o eccessivamente oneroso rispetto all'altro);

ad una riduzione adeguata del prezzo o alla risoluzione del contratto (se la riparazione e la sostituzione sono impossibili o eccessivamente onerose; se il venditore non ha provveduto alla riparazione o alla sostituzione entro un congruo termine; se la sostituzione o la riparazione precedentemente effettuata hanno arrecato notevoli inconvenienti al consumatore).

RISPARMIO ENERGETICO



La soluzione giusta per finanziare la Tua Azienda
Finanziamenti a breve, medio e lungo termine per investimenti produttivi ed esigenze di gestione
www.bpls.it

 **Banca Popolare di Ancona**
GRUPPO BPU < > banca

Conto Impresa

tercas

cassa di risparmio della provincia di teramo spa

PREVIDENZA

CONTRIBUTI DOVUTI per il 2006 dai COMMERCianti

L'I.N.P.S. ha comunicato la misura dei contributi dovuti per l'anno 2006 per gli artigiani e gli esercenti attività commerciali, le agevolazioni contributive, le modalità ed i termini di versamento.

MISURA DEI CONTRIBUTI DOVUTI PER L'ANNO 2006.

Contribuzione I.V.S. sul minimale di reddito.

Per l'anno 2006, il reddito minimo annuo da prendere in considerazione ai fini del calcolo del contributo IVS dovuto dagli esercenti attività commerciali è pari a € **13.345,00**. La contribuzione IVS dovuta sul minimale sopraindicato deve essere calcolata in base alle seguenti aliquote percentuali:

- **17,79%** per i titolari di qualunque età e per i collaboratori di età superiore ai 21 anni;

- **14,79%** per i collaboratori di età non superiore ai 21 anni.

La riduzione contributiva al 14,79% (commercianti), è applicabile fino a tutto il mese in cui il collaboratore interessato compie i 21 anni. Di conseguenza, il contributo minimo è determinato in € **1.921,68** per i collaboratori d'età non superiore ai 21 anni;

COMMERCianti:

- € **2.374,08** annui per i titolari di qualunque età e per i collaboratori di età superiore ai 21 anni;

- € **1.973,73** per i collaboratori d'età non superiore ai 21 anni.

Per i periodi inferiori l'anno solare, i contributi sono rapportati a mese. Pertanto, gli importi contributivi minimi mensili sono a € **197,84** ed a € **164,48** per i commercianti.

I redditi ed i relativi contributi minimi devono essere riferiti ad ogni singolo soggetto operante nell'impresa.

CONTRIBUTI IVS SUL REDDITO ECCELENTE IL MINIMALE

Il contributo per l'anno 2006 è dovuto sulla totalità dei redditi d'impresa prodotti nel 2005, per la quota eccedente il reddito minimale di € 13.345,00 annui.

Le aliquote contributive sono le seguenti:

- **17,59%** del reddito superiore a € **13.345,00** e fino a € **39.297,00**

- **18,39%** del reddito superiore a € **39.297,00** e fino al massimale di € **65.495,00**

Per i collaboratori d'età non superiore ai 21 anni, le ali-

quote di cui sopra sono ridotte rispettivamente al 14,79% e al 15,79%.

Si rammenta che per i soci di S.R.L., iscritti in quanto tali alle Gestioni dei commercianti e degli artigiani, la base imponibile, fermo restando il minimale contributivo, è costituita dalla parte del reddito d'impresa dichiarato dalla S.R.L. ai fini fiscali, attribuita al socio in ragione della quota di partecipazione agli utili, prescindendo dagli eventuali accantonamenti a riserva o dall'effettiva distribuzione degli stessi e nel limite dei massimali previsti.



REDDITO IMPONIBILE MASSIMO

Come anticipato nel paragrafo precedente, per l'anno 2006, il massimale di reddito annuo entro il quale sono dovuti i contributi IVS è pari a € **65.495,00**. Le aliquote contributive sono quelle indicate nel paragrafo precedente; in conseguenza, il contributo massimo è

il seguente:

- € **11.913,54** annui per i titolari di qualunque età e per i collaboratori d'età superiore ai 21 anni; per i collaboratori d'età non superiore ai 21 anni, il contributo è ridotto a € **9.948,69** annui.

Per i periodi di assicurazione inferiori l'anno, il massimale deve essere rapportato a mese. Gli importi contributivi massimi

sono pertanto i seguenti:

COMMERCianti

- € 992,80 mensili, per i soggetti ai quali si applicano le aliquote del 17,79% e del 18,79% ;

- € 829,06 mensili, per i soggetti ai quali si applicano le aliquote ridotte del 14,79% e del 15,79%.

Si ricorda che quelli sopraindicati sono limiti individuali, da riferire ad ogni singolo soggetto operante nell'impresa e non massimali globali, da riferire all'impresa stessa.

Si ricorda inoltre che, per i lavoratori privi d'anzianità contributiva che s'iscrivono con decorrenza gennaio 1996 o successiva, il massimale annuo 2006 è pari ad € 85.478,00. Tale massimale non è frazionabile in ragione mensile.

CONTRIBUZIONE A SALDO

Il contributo IVS dovuto dai commercianti:

a) è calcolato sulla totalità dei redditi d'impresa denuncia-

PREVIDENZA

ti ai fini IRPEF (e non più soltanto su quello derivante dall'attività che dà titolo all'iscrizione nella gestione di appartenenza);

b) è rapportato ai redditi d'impresa prodotti nello stesso anno al quale il contributo si riferisce (quindi -per i contributi dell'anno 2006 - ai redditi 2006, da denunciare al fisco nel 2007).

Quindi, qualora la somma dei contributi sul minimale e di quelli a conguaglio versati alle previste scadenze sia inferiore a quanto dovuto sulla totalità dei redditi d'impresa realizzati nel 2006, è dovuto un ulteriore contributo a saldo da corrispondere entro i termini di pagamento delle imposte sui redditi delle persone fisiche.

Si ritiene opportuno far presente che, nell'ipotesi in cui gli interessati siano percettori di redditi di segno opposto, i contributi a conguaglio e quelli a saldo vanno calcolati sull'importo risultante dalla sottrazione del reddito negativo da quello di segno positivo.

IMPRESE CON COLLABORATORI

Si ricorda che, nel caso in cui il titolare si avvalga anche dell'attività di familiari collaboratori, i contributi eccedenti il minimale vanno determinati nella seguente maniera:

a) Imprese familiari legalmente costituite: sia i contributi per il titolare, sia quelli per i collaboratori debbono essere calcolati tenendo conto della quota di reddito denunciata da ciascuno ai fini fiscali;

b) Aziende non costituite in imprese familiari: il titolare può attribuire a ciascun collaboratore una quota del reddito denunciato ai fini fiscali; in ogni caso, il totale dei redditi attribuiti ai collaboratori non può superare il 49% del reddito globale dell'impresa; i contributi per il titolare e per i collaboratori debbono essere calcolati tenendo conto della quota di reddito attribuita a ciascuno di loro.

CONTRIBUZIONE PER LE PRESTAZIONI DI MATERNITÀ

Il contributo per la maternità è fissato nella misura di € 0,62 mensili (€ 7,44 annui), per ciascun soggetto iscritto alla gestione di appartenenza.

Nei moduli di pagamento, in corso d'emissione, il contributo per le prestazioni di maternità è stato sommato agli importi dovuti per la contribuzione IVS sul minimale di reddito.

AFFITTACAMERE E PRODUTTORI DI ASSICURAZIONE DI TERZO E QUARTO GRUPPO

Coloro che esercitano l'attività di affittacamere ed i produttori di terzo e quarto gruppo, iscritti alla Gestione dei Commercianti, non sono soggetti all'osservanza del minimale annuo di reddito; di conseguenza gli stessi sono tenuti al solo versamento dei contributi a percentuale IVS calcolati sull'effettivo reddito, maggiorati dell'importo della contribuzione, dovuta per le prestazioni di maternità, pari a € 0,62 mensili (€ 7,44 annui).

Continuano ad applicarsi, anche per l'anno 2006, le disposizioni della legge 27 dicembre 1997, n.449, relative alla riduzione del 50% dei contributi dovuti dagli esercenti attività commerciali già pensionati presso le gestioni INPS e con più di 65 anni di età. L'agevolazione non è automatica ma deve essere richiesta dall'interessato all'INPS; il pagamento del 50% dei contributi riduce, di fatto, anche il supplemento di pensione. Per conoscere i soggetti interessati a questa agevolazione nelle sedi territoriali è presente un REPORT che estrae i nominativi degli associati che compiono 65anni nel corso del 2006.

Non esiste più (dal 1° gennaio 2002) l'agevolazione per i soggetti di età inferiore ai 32 anni che si iscrivono per la prima volta alla gestione artigiani o commercianti.

AGEVOLAZIONI CONTRIBUTIVE PER ARTIGIANI E COMMERCianti PENSIONATI CON PIÙ DI 65 ANNI DI ETÀ

TERMINI E MODALITÀ DI PAGAMENTO

Anche nell'esercizio 2006 tutti gli artigiani e gli esercenti attività commerciali devono corrispondere i contributi tramite i modelli di pagamento unificato F24, alle scadenze che seguono:

- 16 maggio 2006,
- 16 agosto 2006,
- 16 novembre 2006,
- 16 febbraio 2007.

per il versamento delle quattro rate dei contributi dovuti sul minimale di reddito;

- entro i termini previsti per il pagamento delle imposte sui redditi delle persone fisiche in riferimento ai contributi dovuti sulla quota di reddito eccedente il minimale, a titolo di saldo 2005, primo acconto 2006 e secondo acconto 2006.

DIAMO UN LAVORO AI NOSTRI GIOVANI
e
un VALORE AGGIUNTO ALLE IMPRESE

IL “VETRINISTA”

UNA PROFESSIONE ALTAMENTE TECNOLOGICA,
AFFASCINANTE E MODERNA



L' A.N.V.I.

Ass. Nazionale Vetrinisti d'Italia
in collaborazione con la C.N.A.

organizza Corsi di Formazione in Arte Vetrinistica legalmente riconosciuti.

Sono previsti a Teramo presso la sede CNA Via Ponte San Giovanni 2/a
Corsi di Formazione in Arte Vetrinistica di 60 ore
con la docenza di Maestri altamente qualificati.

AVVISO

“SPAZI PUBBLICITARI”

Riserviamo spazi pubblicitari all'interno delle nostre riviste d'informazione CNA ARTIGIANATO e CNA COMMERCIO e TURISMO, dirette a tutte le piccole e medie imprese iscritte presso la CCIAA di Teramo; con 7 numeri annuali e per un totale di 50.000 copie.

Se siete interessati compilate il coupon di seguito riportato o contattateci telefonicamente, Vi verranno fornite tutte le modalità richieste ed il relativo tariffario.

DAVVERO UNA BELLA OPPORTUNITA'
PER FARSI PUBBLICITA' A PREZZI VANTAGGIOSI.

Desidero ricevere informazioni sui Vostri pacchetti pubblicitari

Cognome _____

Nome _____

Titolare della ditta _____

Sede ditta: Via _____ n° _____

Comune _____ Prov. (____) C.A.P. _____

Tel. _____ fax _____

Indirizzo e-mail _____

Attività svolta _____

Cedola da compilare, ritagliare e spedire in busta chiusa a:

CNA Provinciale Teramo Via Ponte San Giovanni 2/a oppure inviare a mezzo fax allo 0861/250780

Ai sensi della legge 196/03 i dati forniti compilando il presente coupon saranno utilizzati – con strumenti automatizzati e non – dai dipendenti della struttura, unicamente per fornirLe le informazioni richieste. Se Lei lo consente, i suoi dati potranno essere utilizzati per informarla – anche tramite e-mail - su nuove iniziative che possono essere di Suo interesse. In ogni momento potrà rivolgersi alla CNA Provinciale Via Ponte San Giovanni 2/a – 64100 Teramo, titolare del trattamento, per avere piena chiarezza sull'utilizzo e per chiedere modifiche, aggiornamenti o altri interventi sulle informazioni che vengono gestite.

Barri le seguenti caselle per ricevere ulteriori informazioni, anche e-mail SI

NO

non sei ancora iscritto? non sai cosa perdi...

Negli ultimi due anni quasi 1000 imprese hanno deciso di associarsi alla CNA. Il passaparola è il nostro migliore biglietto da visita. Da quest'anno, se si associano due imprese da te presentate, ti premiamo con una stupenda bici Malibù.

Se diventi nostro socio o sei già un nostro vecchio iscritto, nei nostri uffici potrai ritirare un utilissimo tappetino per mouse.

