

EDITORIALE / LA SFIDUCIA È IL NOSTRO PEGGIORE NEMICO



Crediamo nel Centro storico, nonostante tutto

di **RICCARDO BRUZZANI**
Confesercenti di Pistoia

Oggi il centro storico di Pistoia è più croce che delizia. Non c'è una politica adeguata, non ci sono gli strumenti necessari. Le cose non si modificano da sole. Grandi potenzialità inespresse. Occorre:

UN CAMBIAMENTO CULTURALE

A Pistoia vivono almeno tre diverse visioni:

CITTÀ DEI RESIDENTI. Un sacco di gente ha scelto di abitare a Pistoia, pur lavorando fuori, e vorrebbe che la città restasse come l'ha trovata. È legittima quest'aspirazione, ma comprime il terziario e non crea ricchezza.

PISTOIA NON HA CULTURA

DEL TERZIARIO, DEI FLUSSI

COMMERCIALI E DEL TURISMO; sono presenti mentalità frutto di una cultura operaia, oppure elitaria, in ogni caso provinciale. Ci sono i pro e contro tra vivere in una città sonnacchiosa oppure in una vivace, che non deve significare caos e confusione, né tantomeno perdita dell'identità. Chi governa deve, in ogni caso, compiere delle scelte.

Pistoia può e deve avere un

ruolo nello sviluppo dell'area

metropolitana, facendo tesoro degli errori degli altri, puntando ad uno sviluppo del terziario con ordine e programmazione. Senza sciogliere questi nodi non si va da nessuna parte.

Essere competitivi con la concorrenza: compiere scelte, programmare, investire. Da qui la nostra linea per il

Centro Storico:

Realizzare e gestire il centro commerciale naturale. È cosa complessa. Sono necessari uno statuto, un regolamento, un direttore. Il Centro Commerciale Naturale si fonda:

- su esame domanda e offerta, equilibrio qualità e prezzi dei prodotti, cortesia, personalizzazione dei servizi, programmi per la promozione, iniziative per l'attrazione della clientela, arredo adeguato, accessibilità, favorendo l'accesso in città (via Puccini, via Dalmazia), parcheggi attestati alla ZTL, incremento trasporto pubblico per il centro;
- qualificazione dei mercati su area pubblica, come indica il nostro progetto condiviso da CC.I.A.A. e Comune, che vorremmo vedere realizzato in tempi brevi. I mercati costituiscono un'offerta commerciale utile anche a quella del commercio fisso, che però deve essere riqualificata in base alla domanda dei residenti e dei turisti. Bisogna migliorare l'immagine, risolvere i problemi di contrasto con i negozi, non appesantire ulteriormente il centro.

Accordo su manifestazioni ed iniziative nel centro storico allargato (mercatinetti tematici, esposizioni e degustazioni prodotti tipici, spettacoli itineranti) per rafforzare la capacità di attrazione. È forte la nostra perplessità per la loro attuale sospensione. Progetto per realizzare definiti ed adeguati servizi turistici, oggi insignificanti. Piano economico finanziario che

preveda sinergie tra gli Enti pubblici (Comune, Provincia, CC.I.A.A.) e Operatori Privati.

Piano di marketing territoriale per valorizzare le eccellenze esistenti nella città e

per sviluppare, attraverso azioni mirate, quelle potenziali del terziario. Un primo importante passo è stato compiuto. Il Comune ha aperto tavoli di lavoro su queste priorità. Abbiamo apprezzato molto l'iniziativa dell'assessore Rino Fragai di definire i temi e il percorso per giungere, in tempi brevi, a concrete azioni d'intervento per il commercio a Pistoia, ritenendolo insostituibile per la vita del Centro, così come la presenza dei residenti e delle funzioni pubbliche.

Pistoia

via Galvani, 17
Tel. 0573/934492 - Fax 0573/934494,
confpistoia@confesercenti.pistoia.it

Pieve a Nievole

via Mezzomiglio 41
Tel. 0572/954210 - Fax 0572/954212,
confpieve@confesercenti.pistoia.it

Lamporecchio

via Martiri del Padule 1/A
Tel. 0573/81737
www.confesercenti.pistoia.it

“Essere competitivi con la concorrenza: compiere scelte, programmare, investire.”

AGEVOLAZIONI

2003: a cosa dà diritto l'adesione a Confesercenti?

- **Ad una polizza infortuni**
- **Ai servizi dell'ufficio legale** completamente gratuiti, oltre alla possibilità di valutare i vantaggi della sottoscrizione di una speciale "polizza assistenza sanitaria" realizzata con UniSalute. Il socio potrà, altresì, utilizzare tutte le altre convenzioni in essere (bancarie, assicurative, telefoniche ecc.). La Confesercenti provinciale di Pistoia è sempre più impegnata a sostenere gli imprenditori commerciali e turistici, attraverso progetti innovativi ed i nuovi strumenti operativi, quali il C.A.T. (Centro

di Assistenza Tecnica), il C.A.F. Imprese, TOSCANA TURISMO & CONGRESSI per le aziende del turismo. A tutto questo si aggiungono servizi qualificati riguardanti: il Credito (TOSCANA COMFIDI è il più grande Consorzio Nazionale), la Formazione Professionale con il CESCOT, le Pratiche Pensionistiche con il PATRONATO ITACO, la Previdenza Integrativa con FUNDUM (il primo fondo dei lavoratori autonomi), l'Area Commerciale per le Pratiche e l'Assistenza nel rapporto Cliente/Comune/Regione/A.S.L.
CAMPAGNA PROMOZIONALE 2003
Confesercenti offre, a chi intende utilizzare

per la prima volta la qualità dei nostri servizi, una formula economicamente vantaggiosa, denominata **tutto compreso** cablata e personalizzata a misura sui dati contabili aziendali.

I nostri uffici sono a disposizione per tutte le informazioni.

Imprenditori del commercio, del turismo e dei servizi venite in confesercenti. insieme ci possiamo difendere meglio.

La Giunta della Confesercenti Provinciale di Pistoia

BD ORTOFRUTTA

Iscrizione obbligatoria entro il 1° di marzo

In base al decreto del 28 dicembre del 2001 ed in attuazione del regolamento comunitario n. 1148 del 2000, gli operatori ortofrutticoli sono tenuti all'iscrizione in un'apposita banca dati nazionale.

Il decreto di cui sopra stabilisce che dal 1° luglio 2002 gli operatori possono presentare apposita domanda d'iscrizione alla Regione competente usufruendo di una modulistica appositamente predisposta dal Ministero delle Politiche Agricole. Poiché le Regioni non hanno avuto la possibilità di organizzare appositi uffici ai fini suddetti, il termine del 1° luglio 2002, con successivo Decreto del 3 luglio 2002, è stato prorogato al 1° marzo 2003 ed è stato stabilito che fino a tale data gli stessi operatori possono presentare la domanda di iscrizione indirizzandola a **AGEA - Agenzia per le erogazioni in agricoltura** Direzione Organismo Pagatore-Servizio Tecnico Via Palestro 81 - 00185 ROMA

Il Ministero deve ancora stabilire a chi dovranno pervenire le domande di iscrizione a partire dal 1 marzo 2003.

Nel frattempo, poiché l'iscrizione alla Banca Dati costituisce un obbligo per gli operatori che superano un volume annuo commercializzato di 60.000,00 euro, visto che tale obbligo è sanzionabile ai sensi del Decreto Legislativo n° 57 del 2000, si invitano tutti gli operatori interessati a provvedere all'iscrizione. Presso le sedi Confesercenti sono disponibili gli stampati da utilizzare per l'iscrizione.

Salvatore Petrone (Coordinatore Fiesca)
Mauro Vernarecci (Presidente Fiesca)



Operatori che sono tenuti all'iscrizione alla Banca Dati

- grossisti di mercato e fuori mercato (operatori che commercializzano all'interno o al di fuori di mercati all'ingrosso, che utilizzano gli appositi stand e/o che sono in possesso di magazzini idonei per la commercializzazione dei prodotti).
- imprese che commercializzano per conto terzi (es. commissionari); Organizzazione dei produttori;
- cooperativa di produttori non associata ad OP o ad altra cooperativa;
- Imprenditore agricolo (non associato ad OP o a cooperativa con un volume annuo commercializzato, superiore ad Euro 60.000,00);
- Centrali di acquisto per la grande distribuzione;
- Grande distribuzione organizzata - GDO (ipermercati, supermercati, discount ed altre grandi superfici di vendita con un volume annuo di commercializzato del comparto ortofrutticolo superiore a Euro 60.000,00);
- Dettaglianti (con un volume annuo commercializzato superiore a Euro 60.000,00).

Rientrano nelle prime sei categorie, gli operatori che commercializzano sia sul mercato interno (nazionale e comunitario) e sia da e verso i Paesi terzi.

Operatori che non sono tenuti alla iscrizione alla Banca Dati

- Gli imprenditori agricoli che vendono, all'interno della Regione di produzione, consegnano o avviano i prodotti ortofrutticoli ai centri di confezionamento, d'imballaggio o di deposito, nonché gli imprenditori detentori di centri di deposito, che successivamente avviano i prodotti ortofrutticoli verso centri di confezionamento e di imballaggio;
- Gli imprenditori che avviano esclusivamente i prodotti ortofrutticoli agli impianti di trasformazione;
- Gli imprenditori agricoli che cedono nella propria azienda i prodotti ortofrutticoli direttamente al consumatore, per il fabbisogno personale di quest'ultimo;
- Le imprese che esclusivamente conferiscono prodotti ortofrutticoli alle organizzazioni di produttori o alle cooperative di appartenenza per la commercializzazione.