

MAGAZINE

**N.01
GENNAIO
FEBBRAIO
2011**

**GIOCHI
IL GIOCO ARRIVA TRA
I CARRELLI DELLA SPESA**

— **SERVIZI
CRESCONO GLI UTENTI
E SI MOLTIPLICANO
I SERVIZI**

— **ATTUALITÀ
TURISMO, LA RIPRESA
PARTE DAL GIOCO**



**N.01
GENNAIO
FEBBRAIO
2011**

**DIRETTORE
RESPONSABILE
BARBARA
LISEI**

**REDAZIONE
MARILISA
RIZZITELLI**

**EDITORE
MEDIA SRL**

Via Lombardia, 72
59015 Comeana
Carmignano
località Comeana (Po)
Tel. 055/8716801

Le rubriche e le notizie sono a cura
della redazione. La riproduzione
di testi, disegni e fotografie
è consentita solo citando la fonte.

**PROGETTO
GRAFICO
MELONE
DESIGN**

**DANIELE
LATINI**

**STAMPA
RINDI**

Anno V, n° 1

Aut. Trib. Prato n° 11/04
Poste Italiane s.p.a.
Sped. abb. post. D.L. 353/2003
(conv. in L. 27/02/2004 n°46)
art. 1 comma 1, DCB Po

Copia gratuita

A S S O

TABACCAI

 **ECONFESERCENTI**
notizie

02 SOMMARIO

— **03 L'EDITORIALE**

— **05 NEWS**

— **06 NORME
SACCHETTI DI PLASTICA
VIETATI? SÌ, NO, FORSE**

— **08 TABACCHI
I FUMATORI NON
SI ARRENDONO
ED IL CONTRABBANDO
RITORNA IN GRANDE STILE**

— **AMBIENTE A RISCHIO:
CITTÀ SEPOLTE DA MILIONI
DI CICHE**

— **12 GIOCHI
IL GIOCO ARRIVA TRA
I CARRELLI DELLA SPESA**

— **14 SERVIZI
CRESCONO GLI UTENTI
E SI MOLTIPLICANO I SERVIZI**

— **16 ATTUALITÀ
TURISMO, LA RIPRESA
PARTE DAL GIOCO**

— **18 CULTURA
LA VENDETTA DI SASHA
ALINA BRONSKY**



03 L'EDITORIALE

Domenica 23 gennaio nella Sala Consiliare della Provincia di Bari, si è tenuto il convegno "Bolkenstein... liberalizzazione" organizzato dal nostro Vice presidente Nazionale, Nicola de Filippis e dal presidente provinciale Assotabaccai Bari, Domenico Quintavalle.

Con grande piacere ho presenziato a questo incontro che, considerata l'importanza dell'argomento, ha contato sulla partecipazione di molti imprenditori della categoria che hanno preso parte al dibattito.

Il regime di liberalizzazione previsto dalla Bolkenstein ed il relativo decreto di recepimento italiano mette comprensibilmente in agitazione i tabaccai che da tempo sentono minacciata la loro esclusiva.

Credo opportuno richiamare l'attenzione dell'Amministrazione dei Monopoli affinché ponga mano ad un intervento chiarificatore in modo da riconfermare la validità della programmazione del nostro settore.

Il dibattito barese ha toccato altri problemi centrali per la categoria come la sicurezza ed il contrabbando. Per me è importante approfondire il dialogo col territorio dove sono da esplorare le tante esperienze interessanti fatte da persone che credono nel lavoro che fanno. Avere un quadro di ciò che accade nelle diverse regioni può aiutarmi a coordinare e mirare le politiche sindacali.

Ringrazio la Puglia per avermi ospitato ed aver dato il via ad un programma di riunioni che coinvolgerà diverse regioni nel corso del nuovo anno.

Francesca Bianconi

ASSO-SERVICE

**DA 14 ANNI AL SERVIZIO DEI TABACCAI
LA SOCIETÀ ASSOSERVICE COOPERATIVA
A RESPONSABILITÀ LIMITATA OPERA DA 14 ANNI
SUL TERRITORIO, A NOME DI ASSOTABACCAI-
CONFESERCENTI, AL FINE DI PRESTARE SERVIZI
PER I RIVENDITORI DI GENERI DI MONOPOLIO.
SI ELENCA DI SEGUITO LE PRINCIPALI ATTIVITÀ:**

PAGAMENTO DIFFERITO DEL TABACCO

I rivenditori di generi di monopolio hanno la possibilità di chiedere una dilazione al pagamento all'atto dell'acquisto dei tabacchi lavorati, previa costituzione di cauzione: il contributo annuale per tale prestazione offerta da Assoservice, è pari allo 0,9% del fido concesso.

ASSICURAZIONE FURTO SUL TRASPORTO DEL TABACCO A DOMICILIO

POLIZZA FIDEJUSSORIA GRATUITA PER IL RINNOVO NOVENNALE

I titolari di rivendite in occasione della stipula o del rinnovo del contratto d'appalto con l'Amministrazione autonoma dei Monopoli di Stato devono versare una cauzione del 5% del reddito tabacchi dell'ultimo anno a garanzia degli obblighi contrattuali nei confronti dell'amministrazione

POLIZZA FIDEJUSSORIA PER IL PAGAMENTO RATEALE DELL'UNA TANTUM CONTRATTO DI RIVENDITA

L'Amministrazione dei monopoli consente di pagare l'imposta per il contratto della rivendita in dodici rate mensili, con l'obbligo di costituzione di garanzia.

POLIZZA FIDEJUSSORIA GRATUITA DEL LOTTO

POLIZZA FURTO, INCENDIO, RAPINA, PORTAVALORI DEGLI INCASSI DEL GIOCO DEL LOTTO

Il ricevitore deve fornire una cauzione con fidejussione bancaria o assicurativa del corretto adempimento degli obblighi contrattuali nei confronti dell'amministrazione dei monopoli e copertura assicurativa per i rischi derivanti da furti, rapine e incendio.

POLIZZA FIDEJUSSORIA BOLLO AUTO

POLIZZA FURTO, INCENDIO, RAPINA, PORTAVALORI DEGLI INCASSI BOLLO AUTO

I rivenditori devono fornire al Ministero delle Finanze ed alle Regioni una garanzia per la raccolta della riscossioni delle tasse automobilistiche.

POLIZZA FIDEJUSSORIA PER SCOMMESSA TRIS E TOTOCALCIO

Sia per la Tris che per il Totocalcio, Asso-Service rilascia apposita fidejussione a garanzia del rispetto degli obblighi contrattuali verso i concessionari Lottomatica S.p.A. e Sisal S.p.A.

FIDEJUSSIONI PER SERVIZI RICARICHE TELEFONICHE, PAGAMENTO BOLLETTE, PAGAMENTO MULTE, BIGLIETTERIA SPORTIVA E CANONE RAI

Per svolgere i servizi di cui sopra i rivenditori devono prestare garanzia a LIS E LIS FINANZIARIA per l'adempimento degli obblighi contrattuali. Quanto al canone Rai, il tabaccaio deve prestare fidejussione al Ministero delle Finanze.

POLIZZA FIDEJUSSORIA PER VALORI BOLLATI E CONTRIBUTO UNIFICATO (LIS-PRINTER)

L'Agenzia delle Entrate chiede ai rivenditori che effettuano il servizio di emissione dei valori bollati e con tributo unificato con modalità telematiche una garanzia annuale.

05 TNEWS

LA LOTTERIA PASSA DI MODA

Meno di 10 milioni di biglietti venduti. Chiude così il bilancio 2010 della Lotteria Italia, all'alba di un nuovo anno che la vedrà unica superstite tra le lotterie nazionali ad estrazione differita. Nonostante i Monopoli di Stato abbiano fatto il possibile negli ultimi anni per evitare la flessione dei volumi di vendita, non si è riusciti a contenerne il calo. Sono state affiancate altre attività per mantenere alto l'interesse dei giocatori, inseriti tagliandi Gratta & Vinci nei biglietti e premi da conquistare durante programmi televisivi collegati all'estrazione finale, ma niente di questo ha sortito l'effetto sperato. Una raccolta complessiva di 48 milioni di euro non si era mai vista e non resta altro che prendere atto che il prodotto è decisamente passato di moda. Surclassate nel settore dai gratta & vinci, le lotterie tradizionali sono l'esempio di quanto sia cambiato il modo di giocare in Italia: dieci anni fa i tagliandi della lotteria della Befana toccarono quota 25,5 milioni.

IL NO DI BOLZANO ALLE SALE GIOCHI

La Corte Costituzionale è stata chiamata a decidere sulla legittimità della legge approvata dal Consiglio provinciale di Bolzano contenente indicazioni in materia di gioco lecito. Impugnato dal Consiglio dei Ministri, il Dlp bolzanino del dicembre scorso, vieta l'autorizzazione per l'esercizio di sale da gioco in un raggio di 300 metri da istituti scolastici, centri giovanili o istituti frequentati principalmente dai giovani, strutture operanti in ambito sanitario o socio-assistenziale, oltre a proibire la pubblicità dell'apertura o dell'esercizio di sale da gioco. Ma l'obiettivo di contenere il fenomeno del gioco d'azzardo e disincentivare l'iniziativa di molti imprenditori interessati a questo mercato, viste le numerose richieste di autorizzazione pervenute ai comuni della provincia ed in particolar modo nel capoluogo, secondo il Governo si pone in contrasto con un decreto legislativo che riserva allo Stato la competenza in materia, ambito questo non previsto dallo Statuto speciale di autonomia.

ENADA, DOVE IL GIOCO È PROTAGONISTA

Cresce l'attesa per la 23ª edizione di Enada Primavera. In programma dal 16 al 19 marzo prossimo, la mostra internazionale degli apparecchi da intrattenimento e da gioco ritorna nei quartieri fieristici di Rimini con una panoramica a 360° sul mondo del gioco. Otto padiglioni dedicati a tutte le novità del settore, dagli apparecchi di abilità ed intrattenimento alle aziende protagoniste dei nuovi sistemi per le comunicazioni telematiche, comprese le tecnologie, gli arredamenti ed i servizi della filiera. Organizzata dall'associazione Sapar e con il patrocinio di AAMS, Enada si è oramai affermata con successo come manifestazione di rilievo per il sud Europa ed il bacino del Mediterraneo. Al momento è prevista la presenza di quattrocento espositori e sono attesi trentamila visitatori. In programma come di consueto, incontri e dibattiti fra gli operatori sui temi di più stretta attualità. www.enadaprimavera.it

NORMATIVA RIVENDITE: ASSOTABACCAI AL LAVORO

Il 19 gennaio scorso si è riunita a Roma la Giunta nazionale Assotabaccai per discutere il testo inviato dalla Direzione per le accise di AAMS relativo alle disposizioni in ordine alle procedure da seguire per l'istituzione ed il trasferimento delle rivendite ordinarie e speciali, nonché sul rilascio e rinnovo dei patentini. Nel corso del tempo le circolari emanate sull'argomento hanno subito modifiche ed integrazioni quindi si è resa necessaria una rivisitazione generale ed unitaria della disciplina. Le osservazioni proposte dai vertici dell'Associazione e sottoposte all'attenzione di AAMS, sono mirate ad una maggior tutela della categoria ed allo svolgimento di un lavoro maggiormente coordinato tra le parti interessate tenuto presente il complesso momento economico del settore.

06 NORME

SACCHETTI DI PLASTICA VIETATI? SI, NO, FORSE

GIUSEPPE DELL'AQUILA

responsabile area legale Confesercenti

I classici sacchetti di plastica messi a disposizione dei clienti per contenere le merci acquistate hanno i giorni contati. Ma l'Unione Europea potrebbe presto intervenire, impedendo che il divieto imposto dal nostro Paese sia portato fino alle estreme conseguenze.

Come è noto, in ossequio alla legge n. 296/06 (legge finanziaria 2007), dal 1° gennaio scorso in Italia è vietato commercializzare "sacchi non biodegradabili per l'asporto delle merci che non rispondano entro tale data ai criteri fissati dalla normativa comunitaria e dalle norme tecniche approvate a livello comunitario". Vero è che la maggior parte dei negozi (rivendite di tabacchi comprese) non commercializza ma cede gratuitamente ai consumatori i sacchetti. Ma il problema riguarda in primis le forniture. L'industria di produzione dei sacchetti prima ed i fornitori poi, non possono, dal 1° gennaio, cedere onerosamente il prodotto ai negozi.

Dunque, "chiusi i rubinetti" delle forniture, gli esercizi di vendita al dettaglio di prodotti di qualsiasi genere, una volta esaurite le scorte di sacchetti di plastica a propria disposizione, dovranno ricorrere a sacchetti biodegradabili, oppure saranno i consumatori a dover provvedere portando con sé borse/sporte riutilizzabili.

D'altra parte, pure la grande distribuzione, che normalmente usava vendere (anche se per pochi centesimi) i sacchetti alla clientela potrà smaltire le scorte in giacenza alla data del 31 dicembre 2010 esclusivamente cedendoli a titolo gratuito ai consumatori.

Ma, stando a quanto si legge sulla stampa, la EuPC (European Plastics Converters, la Federazione europea delle aziende trasformatrici di materie plastiche) solo il 6 gennaio scorso ha diffuso un comunicato stampa in cui dichiara che "la messa al bando dei sacchetti peccherebbe di miopia, poiché non terrebbe conto o, meglio, interpreterebbe male la legislazione dell'Unione Europea": il provvedimento dimostrerebbe che il Governo italiano sta violando la legislazione europea, in particolar modo la Direttiva sugli imballaggi ed i rifiuti da imballaggio.

GLI ESERCIZI DI VENDITA AL DETTAGLIO DI PRODOTTI DI QUALSIASI GENERE, UNA VOLTA ESAURITE LE SCORTE DI SACCHETTI DI PLASTICA A PROPRIA DISPOSIZIONE, DOVRANNO RICORRERE A SACCHETTI BIODEGRADABILI

Che gli shoppers costituiscano imballaggio non vi sono dubbi, alla luce dell'interpretazione del Ministero dell'ambiente e della giurisprudenza della Corte di Giustizia europea e dei Tribunali nostrani.

Ma le ragioni per cui il provvedimento contro i sacchetti in plastica tradizionale non è ritenuto conforme alla legislazione europea, tanto che l'UE si appresterebbe ad aprire un'apposita procedura di infrazione contro il nostro Paese, sono principalmente due. La prima: la direttiva 94/62 sugli imballaggi prevede che gli Stati membri non possono ostacolare nel loro territorio l'immissione sul mercato di imballaggi conformi alle disposizioni della presente direttiva (e tali, come si è detto, sono i sacchetti in questione); la seconda: non è mai stata notificata a Bruxelles alcuna normativa tecnica inerente il divieto, in contrasto con quanto previsto dalla direttiva 98/34, tanto che, in questa ipotesi, secondo la giurisprudenza della Corte di Giustizia, la legge può essere addirittura disapplicata.

Ad aggravare la situazione esiste il precedente della Francia. Nel 2007 Parigi notificò all'UE una decisione analoga a quella ora applicata in Italia, ma poi corresse il tiro, in seguito alle obiezioni della Commissione.

Va detto che, in base alla direttiva europea, un imballaggio per stare sul mercato deve soddisfare almeno uno di quattro requisiti: essere riutilizzabile, recuperabile per via energetica, riciclabile, biodegradabile. Secondo i produttori dei sacchetti di plastica, questi ultimi, a differenza del sacchetto di bioplastica derivato da materie vegetali che è solo biodegradabile, presentano tutte le altre caratteristiche: si possono usare più volte, possono essere recuperati negli inceneritori e possono essere riciclati. Ma, da quanto si legge, solo l'1% dei sacchetti di plastica viene riciclato a livello mondiale, poiché riciclare questo tipo di imballaggi costa più che produrlo. Inoltre, nei negozi italiani è difficile, se non impossibile, vedere clienti presentarsi alla cassa con sacchetti portati da casa.

IL PREZZO DI VENDITA DEI SACCHETTI BIODEGRADABILI PARE ESSERE PIU' ELEVATO DI QUELLO DEI SACCHETTI DI PLASTICA, OLTRE A NON RIUSCIRE A COPRIRE IL FABBISOGNO ITALIANO



D'altra parte, va considerato che il prezzo di vendita dei sacchetti biodegradabili pare essere più elevato di quello dei sacchetti di plastica e che i quantitativi di sacchetti biodegradabili prodotti in Italia non riescano a coprire il fabbisogno.

Ne abbiamo abbastanza per poter concludere che probabilmente presto il divieto, presentato dal Ministero dell'ambiente come un "fiore all'occhiello", debba fare i conti con la dura realtà.

08 TABACCHI

I FUMATORI NON SI ARRENDONO ED IL CONTRABBANDO RITORNA IN GRANDE STILE

I primi giorni dell'anno il Ministero della Salute ha comunicato i dati sulla diffusione del tabagismo a sei anni dall'approvazione della legge 3/2003 proposta dal Ministro Sirchia, nella quale veniva fatto divieto ai cittadini di fumare all'interno di locali chiusi, sia pubblici che privati aperti al pubblico, salvo che in aree chiuse appositamente dedicate.

Dalla lettura dei dati, la legge Sirchia, nata con il duplice obiettivo di tutelare i non fumatori e diminuire il numero dei fumatori, è stata certamente efficace per essere riuscita a perseguire il primo ma meno incisiva per quanto riguarda la contrazione del numero dei fumatori.

Lo stesso Ministero della Salute rileva infatti come nel 2003 i tabagisti rappresentavano il 23,8% della popolazione, mentre nel 2010 questa percentuale è risultata pari al 22,8%. Una diminuzione esigua, anche in considerazione del fatto che secondo l'Istat, la percentuale di giovani fumatori, compresi nella fascia d'età tra i 25 ed i 34 anni, nel 2010 ha raggiunto la quota del 32,3%.

La scelta di sostituire l'acquisto di pacchetti da 20 con quelli da 10 pezzi è facilmente spiegata dall'attenzione verso il costante aumento dei prezzi e l'attuale crisi economica, ma come è possibile che tra vendite legali e consumo di tabacco non ci sia un rapporto proporzionale?

Intervistati alcuni tabaccaia sul territorio, è emerso che si va diffondendo un contrabbando "ovattato" che coinvolge i principali porti (Bari, Napoli, Ancona, Ravenna e Venezia) ed ha una logica di espansione molto lontana da quella degli anni passati.

Quello che preoccupa la nostra categoria però è il rilevare che nonostante questi dati, le vendite di sigarette in tabaccheria calano.





CALANO LE VENDITE LECITE DI TABACCO

La figura del contrabbandiere con il "banchetto" ha lasciato il posto alla malavita organizzata che sul territorio fa ordinativi precisi rispetto alla domanda del proprio mercato. Ora la merce arriva con destinazioni preordinate, la vendita è mirata ed il prodotto viene consegnato "porta a porta".

I quantitativi sono meno imponenti ed è cambiata la strategia, sono cambiati mezzi, forme e rotte. A gestirla holding internazionali, che ormai si avvalgono anche di commercio elettronico come testimoniano le decine di siti per la vendita on-line tenuti sotto controllo dalle procure italiane. Si rende necessario quindi sensibilizzare il Governo e l'Amministrazione dei Monopoli a far sì che vengano sostenute maggiormente le Forze dell'Ordine coinvolte nella repressione del contrabbando magari tralasciando un po' l'attenzione posta verso i giochi pubblici che sicuramente stanno producendo un gettito interessante ma non risolutivo per la categoria dei tabaccai.

**Nuova
Edizione**

Rivendite tabacchi, ricevitorie del lotto e lotterie

- Disciplina civilistica, fiscale e contabile
- Formulario e modelli su Cd-Rom



Disponibile da novembre 2010
Pagine 418 + Cd-Rom
f.to cm 17x24
ISBN 57984 - € 42,00

**CEDOLA D'ORDINE DA INOLTARE PER FAX AL NUMERO 0541/622060
O PER POSTA A: MAGGIOLI SPA - CASELLA POSTALE 290 - 47900 RIMINI**

Inviare con corriere espresso e fattura allegata, n. copia/e del Manuale:
RIVENDITE TABACCHI, RICEVITORIE DEL LOTTO E LOTTERIE
Edizione 2010 - f.to cm 17x24 - ISBN 57984

Prezzo copertina € 42,00 - Sconto 10% = € 37,00

Modalità di pagamento (barrare con una X la casella corrispondente):

☐ Contrassegno al ricevimento del pacco, più € 4,90 per contributo spese di spedizione.

☐ Addebitare € _____ più € 4,90 per contributo spese di spedizione,
su carta di credito (non elettronica).

☐ CARTASÌ ☐ VISA ☐ AMERICAN EXPRESS ☐ DINERS

Numero |

Scadenza | | | | / | | / | |

Firma _____ Data _____

Nome e Cognome (o Ragione sociale) _____

Via _____ n. _____

Cap _____ Città _____ Prov. _____

Partita Iva | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Codice Fiscale* | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Firma _____ Data _____

Tel. _____ / _____

(*) Il Codice Fiscale va sempre indicato, oltre al numero di Partita per i soggetti IVA. Grazie. (050710L2/J4)

INFORMATIVA EX ART. 13 D.Lgs. n. 196/2003 Maggioli spa, titolare del trattamento tratta i dati personali da Lei forniti con modalità anche automatizzate, per le finalità inerenti alla prestazione dei servizi indicati e per aggiornarli su iniziative e/o offerte del Gruppo Maggioli. Il conferimento dei dati negli spazi evidenziati in grassetto è facoltativo ma necessario per consentire l'esecuzione della fornitura richiesta, pertanto il mancato rilascio di tali dati non consentirà di eseguire la fornitura. Il conferimento dei dati negli spazi non evidenziati è meramente facoltativo. I suddetti dati potranno essere comunicati a soggetti pubblici, in aderenza ad obblighi di legge e a soggetti privati per trattamenti funzionali all'adempimento del contratto, quali: nostra rete agenti, società di factoring, istituti di credito, società di recupero crediti, società di assicurazione del credito, società di informazioni commerciali, professionisti e consulenti, aziende operanti nel settore del trasporto. Tali dati saranno inoltre trattati dai nostri dipendenti e/o collaboratori, incaricati al trattamento, preposti ai seguenti settori aziendali: c.e.d., servizi internet, editoria elettronica, mailing, marketing, fiere e congressi, formazione, teleselling, ufficio ordini, ufficio clienti, amministrazione. I dati non saranno diffusi. Lei potrà esercitare i diritti di cui all'art. 7 del D.Lgs. 196/03, (aggiornamento, rettifica, integrazione, cancellazione, trasformazione in forma anonima o blocco dei dati trattati in violazione di legge, opposizione, richiesta delle informazioni di cui al 1° capoverso o di cui alle lettere a), b), c), d), e) del 2° capoverso), presso: Ufficio Privacy - Maggioli Spa, Via del Carpi, 8 - 47022 Santarcangelo RN. Se non desidera ricevere altre offerte bari la casella ☐

Informazioni - Servizio Clienti - Numero Verde 800/846061
(La spesa documentata in fattura è fiscalmente deducibile ai sensi degli artt. 54-56 TUIR)

**MAGGIOLI
EDITORE**

10 TABACCHI

— AMBIENTE A RISCHIO: CITTÀ SEPOLTE DA MILIONI DI CICHE



Le stime parlano di 18 milioni di cicche di sigarette “prodotte” giornalmente nella sola città di Roma. Il 9% circa della media nazionale che valuta in 72 miliardi i mozziconi abbandonati dagli italiani ogni anno per terra. Una emergenza rifiuti che si aggiunge a quella nota a tutti e che richiama i fumatori ad una maggiore responsabilità sociale. Ora, oltre a dover rispettare i divieti di fumo, l'appello che si fa ai tabagisti italiani è di tenere ben d'occhio dove vanno a finire i loro mozziconi.

Definiti “un rifiuto dimenticato” dai ricercatori dell'Enea (Agenzia nazionale per le nuove tecnologie, l'energia e lo sviluppo economico sostenibile) sono tanto inquinanti e pericolosi per l'ambiente e per la salute quanto i rifiuti industriali.

Il fattore che amplifica il problema non è ovviamente il carico nocivo di ogni cicca ma l'elevato numero di mozziconi prodotti. Nel Mediterraneo si stima che le sigarette rappresentino il 40% dei rifiuti mentre bottiglie e sacchetti di plastica raggiungono il 18%.

La mancanza di normative nazionali che limitino la dispersione delle sigarette nell'ambiente viene per il momento rimpiazzata da singole iniziative da parte di alcuni comuni più attenti e da associazioni ed aziende specializzate per la protezione dell'ambiente.

A Roma l'azienda municipale per i rifiuti Ama, in collaborazione con CiAL e Comieco, ha dato il via al progetto sperimentale “CeNerone” collocando per il periodo natalizio contenitori realizzati con cartone e alluminio riciclati lungo due delle strade a più alta densità commerciale e mettendo a disposizione dei cittadini punti informativi sulla raccolta differenziata dei rifiuti e posacenere portatili. E l'invito ad un approccio responsabile al problema arriva anche dalle industrie produttrici di tabacco.

NEL MEDITERRANEO SI STIMA CHE LE SIGARETTE RAPPRESENTINO IL 40% DEI RIFIUTI

Con partnership mirate la Japan American Tobacco Italia, ad esempio, negli ultimi due anni ha distribuito oltre due milioni e mezzo di posacenere portatili ritenendo un suo preciso impegno invitare ed aiutare i fumatori al rispetto dell'ambiente.

Non c'è dubbio che un comportamento consapevole da parte di tutti sia preferibile a qualsiasi forma di divieto e sanzione.

OCCASIONE

Dal 20 gennaio al 17 marzo 2011

**Ogni ordine ordinario inviato tramite
Gestionale Logista
ti sarà trasportato**

GRATUITAMENTE!*



**Se non hai ancora utilizzato
il Gestionale Logista**

Entra nell'area "Logista Italia" per attivare subito
la tua utenza e utilizzare **gratuitamente** i servizi a
Te dedicati.

- Registrazione delle vendite
- Proposta di riordino merce
- Invio dell'ordine
- Aggiornamento automatico del magazzino

* La promozione è attiva per tutti gli utenti già aderenti al servizio di Trasporto Garantito
o previa attivazione al servizio stesso.

Per ricevere maggiori informazioni o attivare i servizi contatta



www.logistaitalia.it



12 GIOCHI

IL GIOCO ARRIVA TRA I CARRELLI DELLA SPESA

Vola il mercato dei giochi. Nel 2010, da prime stime, sono stati raccolti poco meno di 61 miliardi di euro con un incremento del 12% rispetto all'anno precedente. Un business che fa sorridere le casse dello Stato e spinge i Monopoli ad arricchire e diversificare il portafoglio dell'offerta per tenere alta la curiosità degli italiani.

Superato il vaglio di Bruxelles a breve Aams, tempi tecnici permettendo, potrà avviare le procedure per l'assegnazione delle concessioni che metteranno i giochi a portata dei registratori di cassa. L'idea elaborata dal Legislatore già nel 2005 e finita nel dimenticatoio dopo una prima fase

La puntata massima consentita si prevede sarà di 5 euro e potrà garantire vincite per migliaia di euro centrando numeri o combinazioni estratti a sorte, secondo regolamenti che saranno emanati dai Monopoli di Stato. In ogni caso la giocata dovrà essere legata all'acquisto di beni o servizi ed i registratori di cassa emetteranno una ricevuta della giocata in una sezione distinta dello scontrino fiscale. L'importo di ciascun biglietto virtuale sarà ripartito secondo percentuali già prefissate: 8% al venditore, 2,5% ai Monopoli, 4,5% ai concessionari, 30% all'erario, 55% al montepremi.

LA PUNTATA MASSIMA CONSENTITA SARA' DI 5 EURO E GARANTIRA' VINCITE PER MIGLIAIA DI EURO

La prima novità dell'anno è rappresentata dal via libera ottenuto dalla Commissione Europea per le cosiddette "lotterie al consumo", ovvero quelle che potranno essere acquistate alle casse dei supermercati magari scegliendole al posto del resto.

di lavori preliminari che aveva portato peraltro anche alla stesura della normativa di base, è stata riesumata dal cosiddetto decreto Abruzzo ed inserita nel maxi emendamento alla legge di stabilità che sta per passare in questi giorni al vaglio del Parlamento.

I nuovi giochi di sorte legati al consumo potranno essere attivati in tutti gli esercizi commerciali, dai piccoli negozi alla grande distribuzione e se ne prevede un grande successo. Attualmente il 75% dei misuratori fiscali in esercizio sono aggiornabili senza grandi oneri per gli operatori.



L'UNICO IMPEGNO
CHE RICHIEDE
QUESTO GIOCO
È SCEGLIERE
UN DESIDERIO
OGNI 5 MINUTI.

10^e
LOTTO

Giocare è semplice. Vincere di più.

14 SERVIZI

CRESCONO GLI UTENTI E SI MOLTIPLICANO I SERVIZI

Dopo aver favorito il business dei punti vendita con l'aumento di compensi per gli incassi di bollette e bollettini, Lottomatica Italia Servizi persegue anche nel 2011 una politica di sinergie tra l'offerta di servizi, l'attenzione alla clientela ed i propri partner commerciali.

Lo scorso anno sono stati attivati 15 nuovi servizi di pagamento e, grazie alle iniziative attuate, tra settembre e dicembre LIS ha permesso alle rete di punti vendita di ottenere compensi addizionali per oltre 2 milioni di Euro ed attivato nel corso del 2010.

Forte di questa positiva esperienza che, grazie all'aumento dei compensi per la rete di vendita ed alla contemporanea commissione agevolata al cliente finale per i pagamenti effettuati con le carte Lottomaticard, ha portato ad un incremento dei pagamenti sulla rete Lottomatica Servizi del 28% circa e di oltre il 100% sulle attivazioni delle carte rispetto al 2009, la Società ha deciso di proseguire e confermare l'iniziativa fino al 30 giugno prossimo.

Gli utilizzatori di carte Lottomaticard continueranno a pagare una commissione di 0,90 Euro (anziché 1,55) ed i punti vendita avranno un compenso di 0,90 Euro a transazione per incassi in contanti o con carte Lottomaticard anche per il primo semestre del 2011.

Al contempo si sviluppano gli accordi commerciali per accrescere la gamma dei servizi offerti affiancati ad attività promozionali verso la clientela finale. La recente introduzione del servizio di pagamento delle prenotazioni Trenitalia è stata accompagnata dalla gratuità della commissione per il cliente finale (fino al 28/02/11) mentre il servizio di pagamento delle Tasse Automobilistiche è stato associato ad uno sconto extra del 5% sulla polizza auto Quixa, per tutti coloro che effettuano il pagamento del bollo nei punti vendita Lottomatica Servizi.

La clientela è quindi oggetto di un'attenzione particolare da parte di Lottomatica Servizi, attenzione che, unita alla sempre più capillare attività informativa e di incentivazione verso il rivenditore, è in grado di garantire una significativa crescita del business.

**SULLA RETE LIS E' ATTIVO
IL NUOVO SERVIZIO
DI PAGAMENTO PER
I BIGLIETTI TRENITALIA
ACQUISTATI VIA WEB
O CALL CENTER**

LE TUE ENTRATE AUMENTANO SEMPRE DI PIÙ.



CRESCONO IL TUO BUSINESS E I TUOI CLIENTI.

Per informazioni chiama il Numero Verde 800.888.888 o vai nell'area riservata ai ricevitori su lottomaticaitalia.it
Richiedi subito i servizi finanziari qualora non l'avessi ancora fatto.

16 ATTUALITÀ

TURISMO, LA RIPRESA PARTE DAL GIOCO

Il turismo regge l'urto della crisi. Nel 2010 l'industria europea dei viaggi è cresciuta del 2% e l'Italia si è attestata in una buona posizione ritrovando la vivacità che la crisi economico-finanziaria aveva imbrigliato. Meta ambita per gli stranieri grazie al suo fascino, il nostro Paese sta ora concentrandosi non solo nello sviluppo del proprio core business, mare, montagna, città d'arte, ma cerca di difendere le proprie quotazioni mettendo in luce qualità e potenzialità diverse.

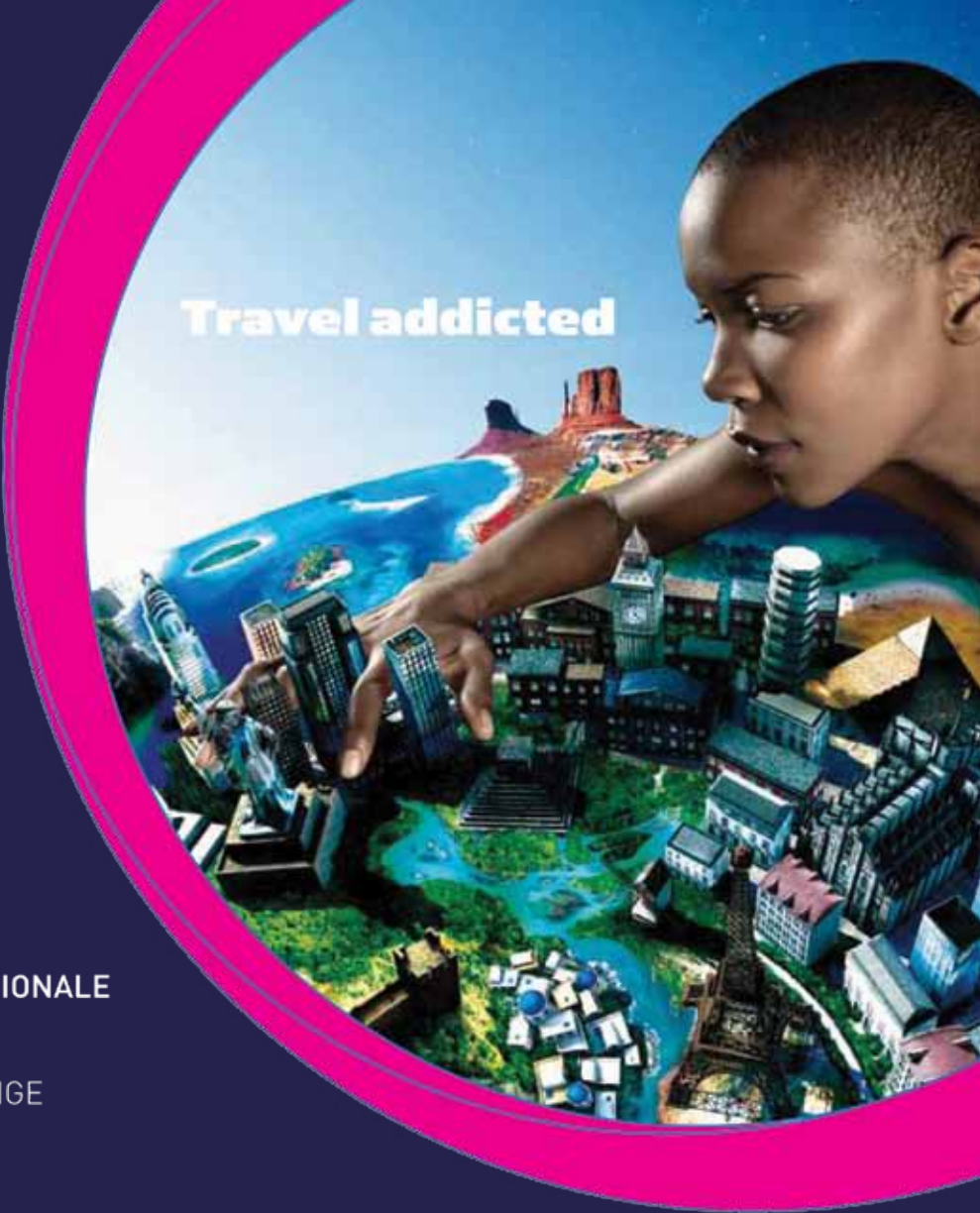
Ecco quindi spuntare alla Borsa Internazionale del Turismo le proposte degli operatori su aree tematiche singolari: le vacanze legate al gioco.

Vetrina per eccellenza del sistema turistico italiano e mondiale, la BIT ha realizzato per la prima volta il Gaming Tourism Forum riconoscendo ufficialmente il turismo del gioco come una nicchia di mercato talmente interessante da meritare un focus specifico al suo interno.

Due dei quattro giorni di fiera, il 18 e 19 febbraio, hanno ospitato seminari di approfondimento con i casinò iscritti riuscendo a coinvolgere molti degli operatori professionali presenti agli eventi BIT.

Alberghi ed agenzie di viaggi sono stati chiamati ad essere i protagonisti di questa nuova tendenza del settore, in aumento per la crescente popolarità dei giochi sia dal vivo che on-line.

**COME DA ANNI ACCADE
A LAS VEGAS, IL GIOCO COME
MODALITÀ DI INTRATTENIMENTO
E DI SOCIALIZZAZIONE STA
DIVENTANDO A TUTTI GLI EFFETTI
UNA MOTIVAZIONE DI VIAGGIO**



Travel addicted



BORSA INTERNAZIONALE
DEL TURISMO
INTERNATIONAL
TOURISM EXCHANGE

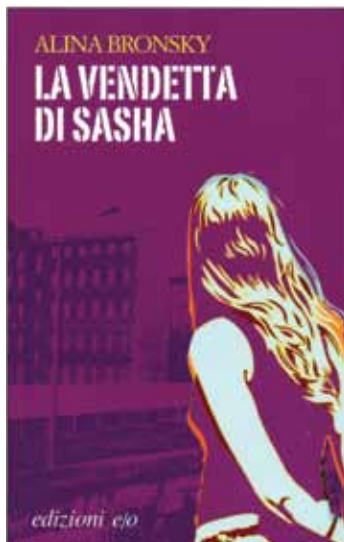
Realizzato in collaborazione con le società MediaMarketing43 e APM Group, il GPF è stato pensato per due tipi di interlocutori: da un lato gli operatori turistici interessati ad entrare in contatto diretto con casinò italiani ed esteri per introdurre elementi di gaming nella loro offerta e dall'altro proprio gli alberghi, offrendo la possibilità di vedere dal vivo format di sale gioco e di essere informati sulla regolamentazione vigente e sugli elementi fondamentali per poter valutare questa nuova ipotesi di business.

ALLA BIT PER LA PRIMA VOLTA IL GAMING TOURISM FORUM

La crescita travolgente del gioco on-line, soprattutto del poker nella versione Texas Hold'em, e quella costante delle scommesse e delle oltre 300.000 slot machines installate sul territorio nazionale, ha reso il gioco familiare a milioni di persone e permesso il suo ingresso anche nel panorama dell'intrattenimento e quindi del turismo.

Come da anni accade a Las Vegas, il gioco come modalità di intrattenimento e di socializzazione sta diventando a tutti gli effetti una motivazione di viaggio primaria o secondaria e può influenzare anche la scelta dell'albergo che, disponendo di un casinò o di una sala giochi importante, può essere preferibile ad altri sia sul mercato del turismo privato che di quello congressuale.

In aiuto poi la legislazione italiana e le nuove regole dei Monopoli di Stato che prevedono oggi la possibilità di aprire sale come veri e propri mini casinò con tipologia di giochi e livello di vincite (fino a 500.000 euro) in grado di costituire attrazioni importanti per residenti e turisti.



18 CULTURA

LA VENDETTA DI SASHA ALINA BRONSKY

Sasha, all'anagrafe Aleksandra Naimann, ha due sogni: uccidere Vadim e scrivere un libro sulla madre dal titolo "La storia di una donna con i capelli rossi e senza cervello, che sarebbe ancora viva se avesse dato ascolto alla saggia figlia maggiore". L'uomo che Sasha odia e vuole uccidere è Vadim, padre dei suoi due fratellastri, e assassino di sua madre.

Mentre rimugina sui progetti di vendetta Sasha fa i conti con la vita nel ghetto russo di una città tedesca. Una vita che non è rose e fiori, tra l'impegno a tirar su Alissa e Anton, la violenza delle strade dove volano sassi e bottiglie vuote, amori difficili, l'integrazione nel nuovo paese tanto dura anche per una ragazza dall'intelligenza straordinaria come la sua.

"Parlo bene il tedesco perché la mia testa è piena di materia grigia... probabilmente ho qualche milione di sinapsi più di Anna, anzi, senza dubbio.

Oltre a parlare il tedesco, sono brava in fisica, chimica, inglese, francese e latino. Se non prendo il massimo dei voti, i professori mi chiedono scusa. E sono un asso in matematica." Sasha si muove, senza vergogna, non ha paura degli adulti né dei coetanei.

Incastrata nel punto di intersezione degli universi paralleli che le ruotano intorno, Sasha sa muoversi in ognuno ma non si sente a suo agio in nessuno. Anche lei però troverà la sua strada, aiutata dall'ironia affilata come un rasoio, dalla volontà di ferro e da uno sguardo severo e disincantato.

La trentenne russa Alina Bronsky, cresciuta in Germania come la protagonista del suo primo romanzo, attraverso il lungo flusso di coscienza della diciassettenne strascina il lettore in una storia dura, di smarrimento esistenziale, di situazioni estreme e di degrado, di pari passo con le vicende emotive di Sasha.

Tuttavia la Bronsky mantiene sempre un tono leggero, etereo, che lascia con ben più che una speranza per il futuro, grazie alla capacità di affrontare questioni così grandi con l'incosciente pragmatismo di un'adolescente. La critica tedesca ha descritto la sua penna "giovane, veloce, a tratti triste mai edulcorata".

Giampiera Petrucciani

SASHA HA DUE SOGNI: UCCIDERE VADIM E SCRIVERE UN LIBRO



UN VINCENTE
SI RICONOSCE
SUBITO.
ANZI OGNI
5 MINUTI.



10^e
LOTTO

Giocare è semplice. Vincere di più.



Ci sono Imprese che
hanno fatto la Storia...



...che hanno fatto la Nostra Storia.
Quella delle Imprese.

Imprese, che hanno fatto la storia dell'economia del nostro Paese, grazie a volontà, determinazione e spirito di iniziativa. E accanto alle loro scelte, nei momenti più difficili, come in quelli di successo, ci siamo Noi.

Confesercenti

Da 40 anni al servizio delle imprese



C A M P A G N A A S S O C I A T I V A 2 0 1 1