

MAGAZINE

**N.04
LUGLIO
AGOSTO
2011**

**NEWS
ELENCO
APPARECCHI:
NOVITÀ NELLA
MANOVRA
ECONOMICA**

**—
NORME
CORSI
PROFESSIONALI
IN MODALITÀ
TELEMATICA**



**N.04
LUGLIO
AGOSTO
2011**

**DIRETTORE
RESPONSABILE
BARBARA
LISEI**

**REDAZIONE
MARILISA
RIZZITELLI**

**EDITORE
IMPRIMA SRL**
Viale V. Veneto, 80
59100 Prato (Po)

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° 4

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



02 SOMMARIO

— 03 L'EDITORIALE

— 05 NEWS

— 06 NORME
CORSI PROFESSIONALI?
MEGLIO SE IN E-LEARNING

— 08 TABACCHI
SIGARETTE:
I DANNI DELLA
CONTRAFFAZIONE

— 14 SERVIZI
LOTTOMATICA SERVIZI
CONTINUA A PREMIARE

— ASSO SERVICE

— 18 CULTURA
TRILOGIA DELLA CITTA' DI K.
JAGOTA KRISTOF



03 L'EDITORIALE

La nuova moda
del momento?
[i Social Shopping.](#)

Cosa sono? Siti internet che propongono sul mercato on-line delle offerte veramente vantaggiose (con sconti che sfiorano anche il 90%) per l'acquisto di prodotti di vario consumo o pacchetti pensati per il divertimento, in coppia, da single o in compagnia di amici. Tantissime le idee proposte dai Social Shopping, dall'elettronica all'abbigliamento, dai viaggi ai percorsi benessere nelle Spa, dalle cene romantiche per le coppie ai tour in bicicletta nelle città d'arte.

Indaffarati come siamo nella vita quotidiana, correndo avanti e indietro tra casa, lavoro e figli, i Social Shopping ci vengono in soccorso, proponendoci ogni giorno offerte vantaggiosissime.

Una rivoluzione commerciale, una formula che innova profondamente il modo di fare acquisti e che propone benefici non solo per chi compra: le aziende che aderiscono a questo tipo di iniziativa infatti, oltre a risparmiare in pubblicità agevolano fortemente il processo di fidelizzazione dei propri clienti e la possibilità di acquisirne di nuovi.

Viene spontaneo chiedersi: può entrare a far parte di simili offerte anche il tabacco lavorato? Stando alle attuali normative, al momento questo non sembrerebbe possibile. In Italia il tabacco segue un suo percorso di vendita estremamente controllato e supervisionato dai Monopoli di Stato.

Ma se fossero disponibili sigarette attraverso agenzie di servizi che non vendono direttamente e non trasportano nulla, hanno solo rapporti con magazzini doganali di tabacco lavorato, presenti in alcuni paesi del mondo, che applicano prezzi vantaggiosissimi?

Il consumatore non pagherebbe nemmeno tasse in quanto quello che gli arriva a casa sarebbe un prodotto di importazione, quindi tassato all'origine?

Pare che qualcuno abbia già avuto quest'idea. Forse è il caso di occuparcene...
[Francesca Bianconi](#)

PAGINA PUBBLICITARIA

05 TNEWS

ELENCO APPARECCHI: NOVITÀ NELLA MANOVRA ECONOMICA

L'iscrizione all'elenco tenuto presso l'Amministrazione autonoma dei Monopoli di Stato per Newslot e Video Lottery è stata prorogata al 31 ottobre per effetto del DL n. 98, convertito nella legge n. 111 (la "Manovra finanziaria"); il termine era stato in precedenza differito al 15 novembre, con decreto del 22 giugno scorso. Il diritto da corrispondere è stato aumentato da 100 a 150 euro, anche se la norma modificata afferma che "restano ferme le domande ed i versamenti già eseguiti alla data del 30 giugno 2011". Si attende ora un nuovo provvedimento dell'Amministrazione, che dovrà stabilire anche gli "ulteriori requisiti" richiesti per l'iscrizione, oltre che chiarire se i versamenti già effettuati andranno o meno integrati.

RAGGIUNTA L'INTESA PER L'ACQUISTO DI TABACCO ITALIANO

Favorire sviluppo e competitività alla coltivazione del tabacco nostrano. È l'obiettivo dell'accordo pluriennale firmato lo scorso mese di giugno tra l'ONT, Organizzazione nazionale Tabacco Italia, e la Philip Morris Italia, impegnate nel sostegno di un settore altamente qualificante per l'economia italiana. L'intesa prevede, per il triennio 2011-2013, l'acquisto di tabacco italiano da parte di Philip Morris Italia direttamente dalle associazioni di tabacchicoltori aderenti a Coldiretti (l'ONT), con un aumento degli acquisti del 25% rispetto al raccolto 2010. Di contro l'Ont garantirà la disponibilità dei migliori tabacchi e svolgerà attività di divulgazione e implementazione delle Buone pratiche agricole - Gap (Good agricultural practices), le linee guida elaborate da Philip Morris International per assicurare qualità ed integrità del prodotto ed il rispetto dei principi di tutela per l'ambiente.

IL MERCATO DEI GIOCHI IN CRESCITA DEL 20,5%

Supera i 36 miliardi di euro la raccolta dei giochi pubblici nei primi sei mesi del 2011, con una crescita del 20,5% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. New Slot e videolottery si sono ritagliate il 56,8% del mercato seguite da Gratta e Vinci e dal gioco del lotto. Si stima che ogni italiano maggiorenne (oltre 50 milioni) per tentare la fortuna abbia speso in media 720 euro nel semestre vincendone circa 520. Se il trend dovesse mantenersi costante, l'agenzia di stampa specializzata Agipronew stima che l'anno potrebbe chiudersi con una raccolta superiore ai 72 miliardi di euro.



ENADA ROMA AI BLOCCHI DI PARTENZA

Cresce l'attesa per la 39° edizione di Enada, la mostra internazionale degli apparecchi da intrattenimento e da gioco promossa da Sapar (associazione nazionale di riferimento per il mondo dell'automatico) ed organizzata da RiminiFiera con il patrocinio dell'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato. In programma alla Fiera di Roma da mercoledì 12 a venerdì 14 ottobre prossimo, l'edizione autunnale si conferma un'occasione irrinunciabile per tutti i protagonisti del settore, un punto di incontro e scambio dove promuovere e valorizzare il proprio business oltre che favorire la conoscenza dei prodotti italiani in un ambito internazionale.

www.enada.it

06 NORME

CORSI PROFESSIONALI? MEGLIO SE IN E-LEARNING

L'ASSOTABACCAI PROPONE AD AAMS DI ISTITUIRE I CORSI DI FORMAZIONE PER TABACCAI, OBBLIGATORI PER CHI SIA ASSEGNATARIO DI RIVENDITA DAL 31 LUGLIO 2010, IN MODALITÀ TELEMATICA

GIUSEPPE DELL'AQUILA

responsabile area legale Confesercenti

Come è noto, l'art. 55, comma 2-quinquies, del decreto legge n. 78/2010, convertito in legge n. 122, ha istituito l'obbligo di conseguire, entro sei mesi dall'assegnazione, l'idoneità professionale all'esercizio dell'attività di rivenditore di generi di monopolio, all'esito di appositi corsi di formazione disciplinati sulla base di convenzione stipulata tra l'Amministrazione autonoma dei Monopoli di Stato e le Organizzazioni di categoria maggiormente rappresentative.

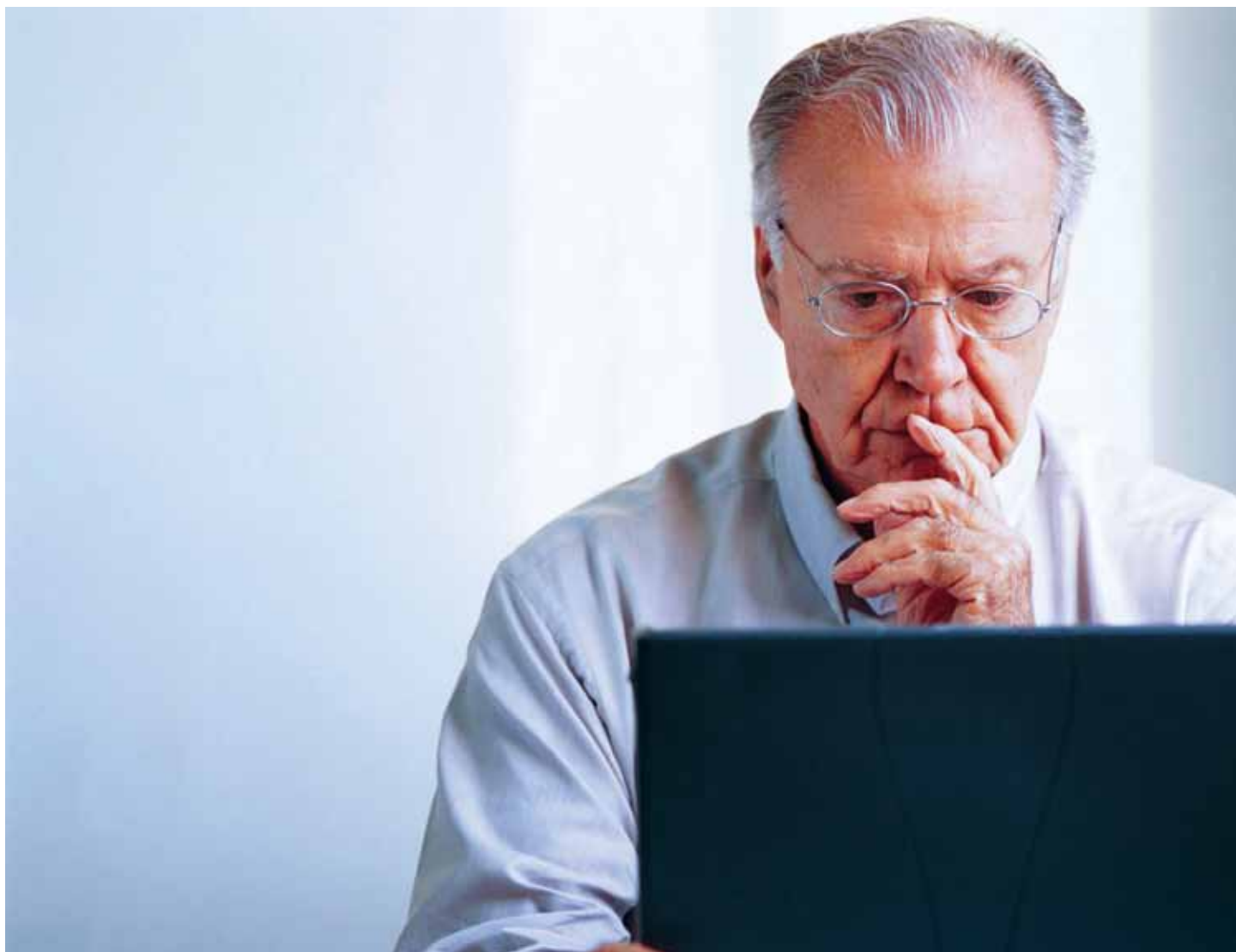
Una bozza di convenzione è stata trasmessa il mese scorso all'Assotabaccai-Confesercenti dall'AAMS, che, attraverso il documento di cui ha proposto la stipula all'Associazione, ha di fatto rivelato la propria interpretazione della norma.

L'AAMS, anzitutto, ritiene che la disposizione sopra richiamata trovi applicazione nei confronti di tutte le nuove istituzioni di rivendita, nonché delle assegnazioni delle rivendite vacanti al coniuge, al parente entro il quarto grado o all'affine entro il terzo grado che abbia la disponibilità del locale ove è ubicata la rivendita, al coadiutore e al cessionario dell'azienda ubicata negli stessi locali della rivendita, come previsto dagli articoli 25, 28 e 31 della legge n. 1293/57.

L'obiettivo dei corsi è quello di fornire una base di competenze tecniche e conoscenze normative sulla distribuzione e vendita dei tabacchi, sui giochi pubblici e le scommesse, con particolare riferimento al gioco del Lotto, e sugli altri servizi in concessione.

I corsi avrebbero una durata complessiva di 24 ore ed i programmi didattici verrebbero demandati all'Associazione firmataria, previo accordo con la Scuola Superiore dell'Economia e delle Finanze. All'Associazione verrebbe richiesto di realizzare i corsi entro 90 giorni dalla comunicazione da parte di AAMS dei nominativi dei soggetti che abbiano assunto la titolarità di una rivendita o che siano stati nominati coadiutori, con facoltà di derogare al termine quando non si raggiunga un numero di partecipanti pari a cinque. Il possesso dell'attestato di frequenza non certificherebbe l'avvenuta acquisizione dell'idoneità professionale, ma costituirebbe titolo necessario per lo svolgimento della verifica di idoneità, effettuata mediante somministrazione agli interessati di un questionario in forma scritta. In caso di esito negativo della prova, l'interessato sarebbe riammesso per una sola volta ancora a sostenere l'esame di verifica.

L'ASSOCIAZIONE HA PROPOSTO CHE L'OBBLIGO FORMATIVO NON SI ESTENDA AL COADIUTORE CHE AL 31 LUGLIO 2010 ABBIA COMPIUTO ALMENO SEI MESI DI SERVIZIO SENZA DAR LUOGO A RILIEVI



L'Assotabaccai, replicando alla richiesta di sottoscrizione della bozza di convenzione, ritenuta "migliorabile", ha proposto che l'obbligo formativo non si estenda, oltre che ai soggetti titolari di rivendita al 31 luglio 2010 (data di entrata in vigore della normativa che lo ha istituito), al coadiutore che, alla stessa data, abbia compiuto almeno sei mesi di servizio senza dar luogo a rilievi. I corsi, secondo la proposta dell'Associazione, sarebbero organizzati nella modalità "e-learning", per via telematica, all'insegna delle nuove tecnologie che consentono agli interessati di formarsi senza lasciare la propria abitazione o i locali dell'esercizio, con benefici effetti di risparmio di tempo e riduzione dei costi. Tale modalità eviterebbe inoltre di dover raggiungere un numero minimo di iscritti.

Il possesso dell'attestato di frequenza, rilasciato a seguito di verifica di apprendimento finale effettuata in presenza telematica, poi, certificherebbe immediatamente l'avvenuta acquisizione dell'idoneità professionale. L'Assotabaccai, infine, ha escluso il limite posto dalla bozza di convenzione alla possibilità di sostenere più di due volte la verifica finale di apprendimento, considerato che questo esporrebbe gli assegnatari al rischio di perdere i cospicui investimenti effettuati.

Meglio ripetere più volte il corso, d'altra parte finora una formazione non era neppure prevista!

L'Associazione attende fiduciosa la risposta dell'AAMS, convinta della bontà del progetto, in tutto rispondente alle esigenze dei tabaccai.

08 TABACCHI

SIGARETTE: I DANNI DELLA CONTRAFFAZIONE

Poco più di 2,8 miliardi di sigarette illegali sono circolate in media nel nostro Paese nel corso dell'ultimo biennio. Di queste, 413 milioni contraffatte. Parte da questi dati il primo rapporto Nomisma sulla contraffazione delle sigarette in Italia, sottolineando come l'analisi sui sequestri effettuati e sulle procedure che hanno caratterizzato i controlli delle Autorità competenti sulle merci confiscate, riescano a tracciare solo i contorni di un fenomeno di dimensioni rilevanti sia sotto un aspetto quantitativo che economico. Il mercato illecito ha difatti inciso sui consumi legali per il 3,2%, sottratto alla filiera oltre 650 milioni di euro (485 milioni solo all'Erario), e provocato senz'altro effetti, non calcolabili soprattutto nel caso della contraffazione, anche sulla salute pubblica. Le analisi eseguite sulle sigarette contraffatte hanno evidenziato la presenza di un eccessivo tasso di nicotina e catrame oltre alla presenza di piombo, arsenico e persino plastica.

Detto questo, la situazione fotografata da Nomisma pone l'attenzione sugli scenari futuri che il mercato delle sigarette può attendersi. Non solo per la crisi economica in atto ed i continui aumenti dei prezzi, quanto per l'eventuale introduzione del pacchetto "generico" o "neutro" attualmente in discussione in sede comunitaria. Una disposizione di questo tipo sul confezionamento, ovvero privo di qualsiasi indicazione sulla marca, condurrebbe senza dubbio ad una maggiore diffusione dei prodotti contraffatti, alla luce delle minori difficoltà che le organizzazioni criminali potranno incontrare nell'imitare i brand delle case produttrici.

Diventerebbe difficile quindi per i consumatori di tabacco distinguere la qualità del prodotto scelto, cambierebbero profondamente le dinamiche commerciali e la proliferazione di sigarette generiche scadenti sarebbe inarrestabile.

La stima di Nomisma sulla dimensione del mercato illegale delle sigarette in Italia

	2009		2010		2009-2010 (media)	
	Sigarette (milioni)	Incidenza su consumi legali	Sigarette (milioni)	Incidenza su consumi legali	Sigarette (milioni)	Incidenza su consumi legali
Contraffazione	305	0.3%	520	0.6%	413	0.5%
Contrabbando	2.438	2.7%	2.419	2.8%	2.429	2.7%
Mercato illegale*	2.741	3.1%	2.926	3.4%	2.833	3.2%

* Il mercato illegale non è dato dalla somma del mercato delle sigarette contraffatte e di quelle di contrabbando poiché un pacchetto di sigarette può riportare contemporaneamente entrambe le infrazioni.

Fonte: Osservatorio Contraffazione Nomisma su dati Agenzia delle Dogane e Guardia di Finanza.

PAGINA PUBBLICITARIA

CHI PER F

**La ricev
rimarrà chiusa dal _**

**I giocatori durante tale periodo
e riscuotere le vincite re**

Via _____

USO FERIE



Ricevitoria n° _____

_____ al _____

potranno effettuare le giocate
realizzate nella ricevitoria

_____ n° _____

PAGINA PUBBLICITARIA

Fai il pieno!

La soddisfazione dei tuoi clienti dipende dalla capacità di prevedere le loro esigenze



*Aumenta subito il tuo
fido stagionale
contatta il tuo
Ente Garante*

Tieni sempre rifornito il tuo magazzino

Una attenta gestione del magazzino e delle scorte è la soluzione migliore per gestire la crescente **domanda stagionale** ed i picchi estivi che potrebbero, al contrario, esaurire il magazzino lasciando sguarniti gli scaffali e "a bocca asciutta" i clienti.

14 SERVIZI

LOTTOMATICA SERVIZI CONTINUA A PREMIARE

Ottimi risultati per le iniziative messe in campo da Lottomatica Italia Servizi.

La campagna promozionale avviata lo scorso 11 aprile è stata tanto gradita ed apprezzata dal pubblico che la Società ha deciso di prolungare l'operazione a premi fino al 5 febbraio 2012.

Grazie agli attraenti prodotti messi in palio ed alla disponibilità e professionalità dei rivenditori aderenti alla rete LIS, le transazioni, calcolate lo scorso anno in oltre 500 milioni, sono cresciute di pari passo all'aumento della clientela.

Pagare le bollette, ricaricare il telefonino o attivare una carta prepagata è infatti diventato piacevole e divertente: non solo non occorre più fare lunghe code né preoccuparsi degli orari di apertura degli sportelli ma si può anche vincere facilmente.

Carte Cine.Club 2X1 valide per un mese o per un anno, abbonamenti di una settimana in palestra, sessioni dedicate con personal trainer, oppure altre soluzioni per il proprio relax e divertimento, sono solo alcuni dei premi proposti utilizzando l'ampia gamma di servizi Lottomatica.

UN'OCCASIONE PER FIDELIZZARE GLI ABITUALI CLIENTI E GUADAGNARNE DI NUOVI

L'offerta spazia dalle ricariche telefoniche per cellulari e telefonia fissa, al pagamento di bollette, bollettini e tributi; dal pagamento delle multe automobilistiche a quello dei ticket sanitari, oltre ai versamenti previdenziali INPS e al canone RAI. Inoltre, attraverso la rete LIS, è possibile acquistare biglietti per eventi sportivi, culturali, musicali e fieristici, i biglietti Trenitalia prenotati on-line ed acquistare, attivare e ricaricare le carte prepagate Lottomaticard.

Come è facile pagare è altrettanto semplice richiedere ed ottenere i premi, basta consultare il sito www.premicerti.it e registrare i propri dati negli appositi campi.



**150 ANNI DI STORIA, 90 NUMERI PER RACCONTARLA.
TUTTO IL MEGLIO DELL'ITALIA UNITA PER LA PRIMA VOLTA INSIEME.**

**CELEBRA CON NOI IL 150° ANNIVERSARIO:
SCEGLI I PERSONAGGI E GLI EVENTI CHE HANNO FATTO LA STORIA.**

Il Gioco del Lotto ti rende protagonista di un grande sondaggio popolare: vota i personaggi e gli eventi per te più rappresentativi degli ultimi 150 anni sul sito 90numeri150anni.virgilio.it. I 90 più votati entreranno nella prima smorfia dedicata all'Italia unita.



AL VOSTRO SERVIZIO

Offrire prodotti e servizi a condizioni concorrenziali rispetto all'attuale mercato. Questa è l'attività principale di AssoService, la società cooperativa di AssoTabaccai - Confesercenti messa a disposizione dei rivenditori di generi di monopolio. Da quindici anni, ormai, i soci Assoservice beneficiano di numerosi vantaggi in termini di risparmio di spesa grazie alla collaborazione instaurata con Unipol Assicurazioni Spa, in grado di soddisfare richieste in materia assicurativa e previdenziale.

Le prestazioni offerte da AssoService vengono sviluppate e gestite da personale dedicato all'assistenza dei tabaccai e svolte nel più completo rispetto della privacy di ciascuno. È necessario quindi, per chi volesse richiedere un preventivo di spesa per le garanzie fidejussorie e le coperture assicurative necessarie all'esercizio della propria attività, compilare la scheda sottostante avendo cura di riportare le somme dei servizi e/o giochi da garantire.

restituire al fax 030-2479637

(telefono 030-2428182)

oppure: info@assoservice.it

NOMINATIVO

NATA IL

A

PROV

C.F.

P.I.

DOCUMENTO PERSONALE

TIPO

NR.

DATA RILASCIO

ENTE DEL RILASCIO

UFFICIO REGIONALE AAMS DI

MAGAZZINO TABACCHI

RIVENDITA NR.

RICEVITORIA LOTTO NR.

CODICE LOTTOMATICA

INDIRIZZO RIVENDITA

VIA/PIAZZA

NR. CIVICO

LOCALITA'

PROV

CAP

TEL

FAX

CELL

E-MAIL

ATTIVITÀ CORRELATE (BAR, CARTOLERIA, SALA GIOCHI, ECC..)

SERVIZI RICHIESTI:

☐ Novennale

☐ Rateizzazione Una Tantum

☐ Fido Tabacchi*

☐ Trasporto Tabacchi

☐ Lotto*

☐ Gratta e Vinci*

☐ Bollo Auto*

☐ Valori Bollati*

☐ Servizi Lis*

*SPECIFICARE L'IMPORTO DELLA GARANZIA

PAGINA PUBBLICITARIA



18 CULTURA

TRILOGIA DELLA CITTÀ DI K. AGOTA KRISTOF

Due bambini, due fratelli gemelli, Lucas e Claus nel mezzo di una grande guerra, probabilmente la seconda. La madre disperata è costretta ad affidarli alla nonna, lontano dalla grande città dove cadono le bombe e manca il cibo. La strega come viene chiamata nel paese la nonna è una vecchia megera avida e cattiva che costringe i bambini a lavorare duro, in un ambiente sporco, freddo e privo di qualsiasi sentimento che si possa solo avvicinare all'amore.

La scrittrice non ci dice quale sia il paese in questione, quale la città, o di quale guerra stia raccontando, eppure l'orrore agghiacciante arriva come un pugno nello stomaco, un dolore acuto, il cui ricordo accompagna il lettore per molto tempo, quasi a dimostrazione che, di qualsiasi guerra si tratti e di qualsiasi paese, la disperazione, la violenza, la morte che le guerre portano con sé destano il medesimo ribrezzo.

“Il grande quaderno” e “La prova” sono i primi due racconti di una vicenda surreale e drammatica, in cui è difficile distinguere il vero dal falso, i personaggi reali da quelli di pura fantasia.

Insieme i fratelli riescono a fare di sofferenza e stenti una virtù, l'unica cosa che conta è sopravvivere alla povertà, alla fatica e alla nonna.

Ad aiutarli solo la scrittura e una regola ferrea *“il tema deve essere vero. Dobbiamo descrivere ciò che vediamo, ciò che sentiamo, ciò che facciamo... Le parole che definiscono i sentimenti sono molto vaghe; è meglio evitare il loro impiego e attenersi alla descrizione degli oggetti, degli esseri umani e di se stessi, vale a dire alla descrizione fedele dei fatti”*

Poi i gemelli si separano, Claus varca la frontiera e Lucas rimane, cercando di ricostruirsi una vita. Solo ne “La terza menzogna” si incontrano di nuovo. Qui la scrittura si fa più lucida e lineare, seppur nel rispetto dello stile e della prosa precedenti. Le vicende surreali narrate nelle prime due parti vengono raccontate sotto una luce diversa, più realistica, ma che nulla toglie a quel profondo senso di dolore che è filo conduttore l'intera trilogia.

Il romanzo di Agota Kristof suggerisce molteplici interpretazioni, è una storia nera dove tutto può essere il contrario di tutto, gli stessi fratelli appaiono come un'anima e due corpi che si confondono a partire dai nomi l'uno l'anagramma dell'altro.

Il miglior modo di descrivere la “Trilogia della città di K” sono le parole dell'autrice *“Sicuramente la mia forma di scrivere viene dal teatro. Dialogo puro. Giusto, senza riempitivi, senza grasso. Perché girarci intorno? Per fare letteratura? Non mi interessa la letteratura... So bene che i miei libri disorientano i lettori, non sono libri consolatori”*
[Giampiera Petrucciani](#)

LOTTOMATICA SERVIZI TI PREMIA FINO AL 5 FEBBRAIO.

Per avere il tuo premio, registrati subito sul sito www.premicerti.it

**PAGA
2 BOLLETTE
O
RICARICA ALMENO
50 EURO
SUL TUO CELLULARE
O
ACQUISTA UN PRODOTTO
PER LA TV DIGITALE**
AVRAI
UN REGALO
A SCELTA TRA**



**ACQUISTA UNA
CARTA PREPAGATA**



**AVRAI
UN REGALO
A SCELTA TRA**



Operazioni a premi: "Paga due bollette e sarai premiato!", "Acquista una Lottomatica e sarai premiato!" e "Ricarica il cellulare e sarai premiato!" valide dall'11 aprile 2011 al 5 febbraio 2012. Si informa che le ricariche di telefonia mobile da almeno 50 euro o superiori sono in promozione dal 11/04/2011; le ricariche da almeno 50 euro o superiori, gli abbonamenti e le offerte per la TV digitale sono prodotti inseriti nella promozione a partire dall'01/07/2011. Maggiori informazioni e regolamenti completi disponibili su www.premicerti.it e www.lottomaticaservizi.it

* Con la carta cinema 2x1 Cine.Club, dal lunedì al giovedì si entra in 2 pagando un solo biglietto, nelle sale cinematografiche convenzionate. Elenco completo dei cinema su www.premicerti.it

** Sono incluse nella promozione ricariche da 50 euro o superiori, abbonamenti e offerte.

Messaggio pubblicitario con finalità promozionali. Per le condizioni economiche fare riferimento ai Fogli Informativi disponibili presso i punti vendita convenzionati Lis Finanziaria SpA e su www.lottomaticaservizi.it
Messaggio pubblicitario con finalità promozionali. Per le condizioni economiche e contrattuali fare riferimento ai Fogli Informativi disponibili presso i Punti Vendita Lottomatica convenzionati con Cartalis Imel SpA e su www.lottomatica.it

PAGINA PUBBLICITARIA