11
issue
web edition
02/2020

COMMERNEWS

BIMESTRALE DI INFORMAZIONE ECONOMICA

Iscrizione al ROC in data 7-12-2017 n°30680

commerfidi
cooperativa di garanzia

COMMERNEWS

BIMESTRALE DI INFORMAZIONE ECONOMICA

12

NEXT issue
web edition
04/2020

commerfidi
cooperativa di garanzia

Affrettatevi a prenotare il **vostro spazio pubblicitario** su CommerNews, potrete raggiungere più di **18.000 persone**.

- [-] pagina **intera € 1200**
- [-] **mezza** pagina **€ 600**
- [-] **piedino o torre € 150**
- [-] Newsletter **BANNER € 300**

Non esitate a contattare i nostri uffici allo **0735.757259**
o mandateci una mail all'indirizzo **info@commerfidi.com.**

sommario

EDITORIALE 4

4 · Il coaching funziona (quando?)

INFO & NEWS 10

10 · Evoluzione o involuzione della comunicazione?
12 · Lavoro: come cambieranno gli scenari nel 2030
14 · Scuola e lavoro: la comunicazione deve migliorare

LE **RISPOSTE** DELL' **ESPERTO: MYCONSULT** 18

18 · Controllo di gestione: il navigatore per l'impresa

MERCATI & BORSA 22

22 · l'utilizzo degli indici di bilancio nella letteratura aziendale e nella prassi

NORMATIVE & AGGIORNAMENTI 28

28 · Contenitori per alimenti: il problema della plastica
34 · Rimozione amianto non come problema ma come opportunità

L'ANGOLO **SPORTIVO** 36

36 · Momento Delicato In Ascoli Calcio
38 · Una Samb Con Due Volti
40 · Anno Nuovo Vita Nuova Per La Teramo Calcio
41 · Da Flavio Destro A Mauro Antonioli

EDITORIALE

Il coaching non funziona (quando?)

a cura di ***Mascia Mancini***

Sono una coach professionista e mi rendo conto che oggi la parola "coach" è una delle più abusate che tu abbia probabilmente preso in considerazione.

Con questo editoriale non voglio dirti perché devi avere un coach, ma perché non devi assolutamente prenderlo in considerazione. Ti voglio spiegare per quale buona ragione un coach non ti serve e soprattutto il coaching non fa per te.

Sono fuori di testa? Sì, un po' di sicuro, perché da coach voglio parlare del motivo per cui ci si rivolge a un coach – soprattutto in area aziendale a un business coach – e poi si arriva a pensare «Non funziona, non serve e non vale».

Ora seguimi bene, perché se hai anche uno solo di questi elementi devi stare lontanissimo dall'idea di avere un coach con te.

Non rivolgerti a un coach se:

1. **Tutto funziona come vorresti e pensi che quello che fai lo fai benissimo.** Non hai alcun bisogno e nessuna voglia di migliorarlo ulteriormente, perché speri che continui ad andare al 100% grazie al tuo lavoro e a un pizzico di fortuna.
2. **Tutto va male, ma tutto sommato non così male.** Perché alla fine conosci il problema, stai provando a risolverlo, hai chiamato i tuoi consulenti finanziari, di gestione, di controllo e di comunicazione e da uno di loro (o tutti insieme) **una soluzione deve pur venire fuori "come un coniglio dal cilindro" mentre tu continui a fare tutto ciò che hai sempre fatto.**
3. Ne sai di più del tuo settore e della tua attività e certamente hai ragione. Magari pensi che un coach ti dica cosa devi fare dandoti la ricetta e le soluzioni per ogni problema e che soprattutto sia un gigante che, con la sola imposizione della parola e del pensiero, cambierà la testa dei tuoi manager facendo miracoli impensabili.
4. Pensi che un coach possa fare al posto tuo le scelte **prendendosi la responsabilità** che hai avuto fino a ieri.
5. **Credi che un coach possa aiutarti a risolvere i tuoi problemi di gestione risorse umane e relazioni con i clienti senza che tu metta in discussione, in senso positivo, quello che senti essere naturale per te:** «Io ho sempre fatto così», «abbiamo sempre reagito così», «io sono fatto così».
6. **Credi che un coach sia una sorta di attivatore di cambiamento** e spinga i pulsanti della tua motivazione facendoti modificare atteggiamento e relazione in poco tempo, mentre tu di punto in bianco **non devi nemmeno più pensare a come parlare.**
7. **Pensi che le cose non cambieranno mai** e che le persone «Se nascono tonde non muoiono quadrate», perciò rischi solo di avere ragione.
8. Se pretendi che il coach **ti dica cosa fare, come farlo ed entro quando farlo,** che lo faccia pure al posto tuo e che tu possa essere un agente passivo di questo intero processo chiamato "coaching".

Se pensi anche una sola di queste cose, allora il coaching non fa per te!

Perché il coaching lo fai anche tu: sei parte del processo, del progresso, della trasformazione e della crescita. Un coach non crea dipendenza, non fa al tuo posto e non ti dice cosa devi fare.

Un coach ti guida e ti allena a sapere come raggiungere ciò che vuoi nitidamente e chiaramente, a tirar fuori gli attributi, i talenti e le risorse; a sopportare le emozioni e a gestire gli stati d'animo; a incassare il colpo quando arriva sapendo che è temporaneo e c'è ancora spazio per l'opportunità. Ti aiuta a scoprire tutto ciò usando la tua esperienza, la tua vita e la tua conoscenza che forse hai dimenticato perché troppo abituato e affezionato a ripetere sempre gli stessi meccanismi da una vita.

Ok, ma cos'è il coaching?

Nella definizione dell'Associazione Coaching Italia, il coaching è «una metodologia che si basa su una relazione di partnership paritaria tra il cliente e il coach che mira a riconoscere, sviluppare, valorizzare le strategie, le procedure e le azioni utili al raggiungimento di obiettivi operativi collocati nel futuro del cliente».

Siamo così abituati a tradurre coach con "allenatore" che spesso dimentichiamo l'antica origine del termine: carrozza, dal francese

coche, il mezzo di trasporto su ruote trainato dai cavalli che ha consentito per primo di accorciare le distanze via terra. Il coaching è proprio questo: un metodo per giungere in modo più veloce e diretto a destinazione.

I principi di base

Il coaching nasce dal mondo dello sport. Molti lo datano a partire dagli anni '70, con la pubblicazione dei libri di Timothy Gallwey, il primo a mettere nero su bianco i suoi principi di base. L'autore sostiene che le sfide dell'esistenza intera si combattano contemporaneamente in due arene: quella esteriore e quella della mente, dove sconfiggere giorno dopo giorno gli ostacoli che noi stessi, da soli, ci creiamo e che fanno da tappo alla realizzazione del nostro pieno potenziale. La formula del nostro successo, secondo lui, coincide con l'equazione: performance = potenziale – interferenza, dove per aumentare la performance è necessario aumentare il proprio potenziale o ridurre al minimo l'interferenza.

Negli anni '80 John Whitmore, ex pilota automobilistico e successivamente psicologo dello sport, ha aperto per primo le porte del business e della carriera professionale ai principi del coaching.

Qualsiasi strada tu scelga il punto di partenza è comunque sempre lo stesso: **avere in testa un obiettivo.** A prescindere da questo, il coaching ti spronerà a realizzarlo, a farti focalizzare sempre più sul bersaglio, convogliare lì le energie e stimolare il tuo processo creativo per trovare il modo di centrarlo.

A scanso di equivoci: un coach non ti dirà mai cosa fare per ottenere quello che vuoi. «Voglio mettere in piedi una mia azienda», «voglio avere più tempo da dedicare alle strategie d'impresa», «voglio vincere la maratona di New York», «voglio diventare il numero uno della mia azienda», «voglio perdere peso», «voglio una vita sociale molto più stimolante». Ecco dei grandi classici con cui si apre il rapporto con il coach. «E come intendi procedere?», «di cosa hai bisogno per iniziare?» e via dicendo, in modo sempre più circoscritto e dettagliato fino a che un'idea, in apparenza irrealizzabile, o un progetto particolarmente intricato saranno disegnati davanti ai tuoi occhi e avrai tra le tue mani quasi una mappa per raggiungerli. Il coach non afferma, ma domanda. Il cliente non può che replicare e rispondendo al coach inizia ad ascoltarsi e a lavorare su se stesso. Siamo pervasi dalla logica del "deficit" e il coaching serve proprio ad allenarci a cancellare questa brutta abitudine. Ogni essere umano è unico e irripetibile e ha potenzialità inespresse che vanno individuate e stimolate.

In qualche caso non si conosce abbastanza il coaching aziendale per arrivare a pensarlo non tanto come a un "rimedio" per chi è in difficoltà, ma come a un modo tutto sommato semplice e rapido per far eccellere chi è già bravo.

Stando al parere delle principali associazioni, stanno aumentando le richieste in tutti i campi dove è fondamentale un forte **controllo dello stress e della concentrazione.**

Non esiste una formula soddisfatti o rimborsati, se non ottieni il risultato è una tua responsabilità: sei tu quello che non ha lavorato, non il tuo coach.

Quindi il coaching funziona?

Il coaching è una competenza relazionale basata sul cambiamento.

L'autonomia è un presupposto, mentre l'obiettivo finale è permettere al cliente di migliorare le sue performance attraverso l'espressione del potenziale non utilizzato.

Lavoro meglio se sono io a volerlo fare, non se devo farlo.
Se lo voglio fare, è per me; se lo devo fare, è per gli altri.
La nostra motivazione dipende dalla libertà di scelta.
(John Whitmore)

Se partissimo da questa impostazione, rivoluzionaria per quanto attiene il cosmo delle relazioni d'aiuto, è facile capire perché già nel 2010 il coaching veniva usato dal 93% delle migliori cento aziende americane, dall'82% da quelle inglesi e dal 71% dalle australiane. Il management aziendale richiede il coaching perché lo giudica uno strumento essenziale, utile al cambiamento, al miglioramento e alla crescita; chiede di essere sostenuto nel costruire una visione chiara del futuro e del proprio ruolo all'interno del progetto di sviluppo organizzativo.

L'appeal verso il coaching, tanto per giustificare i risultati nel contesto mondiale, è dato anche dall'estrema misurabilità del metodo (un fatto molto gradito alle persone e alle aziende), nonché dall'assenza di qualsiasi controindicazione – «Male che vada, male non ti farà!», avrebbe detto mio nonno – inoltre il metodo è puntualmente replicabile e il professionista rimane sempre complementare.

I coach non sono tutti uguali ed è facile riconoscere chi millanta il titolo professionale.

È possibile riconoscere un vero coach solo se è in grado di esibire un **Attestato di Qualità e Qualificazione professionale in base alla legge 4/2013.** Tali professionisti accettano un codice etico e di autoregolamentazione e si sottopongono volontariamente alla verifica delle competenze da parte di un soggetto super partes.

Il coaching non ha nulla a che fare con la formazione, il marketing, il mentoring, il counseling, la psicologia, la consulenza personale e/o aziendale e neanche con il posizionamento strategico, **perché l'utilità del coaching viene stabilita dai clienti e non dai formatori!** Nel coaching anticipare e interpretare le esigenze del cliente è un errore clamoroso e **nella formazione di un coach professionista vige la stessa regola.**

Che uno sportivo professionista abbia un coach non solo è normale ma stupirebbe il contrario, che un professionista non sportivo ce l'abbia può invece far alzare il sopracciglio a chi lo viene a sapere. Eppure entrambi sono chiamati a raggiungere obiettivi, a dare il meglio di sé e possibilmente a farlo con soddisfazione personale e non solo per chi li ingaggia.

Il coaching funziona. Oserei dire: funziona sempre. Sempre, purché ci sia la voglia e la disponibilità della persona a mettersi in gioco, talvolta anche in discussione, e iniziare un viaggio alla scoperta del suo pieno potenziale.

Il coaching non "aggiusta" ma fa emergere il valore. Nessuno è "rotto" o "sbagliato": il ruolo del coach è supportare i clienti nel raggiungere ciò che desiderano o nello scoprire chi possono essere e cosa possono dare quando sono al meglio di sé.

Il coach non dà soluzioni ma aiuta la persona a trovarle da sé. Lo scopo del coach è quello di incoraggiare e potenziare la persona, aiutandola a far emergere le soluzioni che già possiede ma

EDITORIALE

alle quali da solo, a volte, non riesce ad accedere. Come è possibile? Perché da soli ci facciamo sempre le stesse domande (se abbiamo tempo e voglia di farcele) e quindi ci diamo sempre le stesse risposte.

Il coaching trasforma i buoni propositi in azioni concrete e in risultati da apprezzare. Nel rimuginare da soli spesso non verbalizziamo i pensieri e quindi le risposte che possiamo trovare alle nostre domande (sempre uguali) rimangono vaghe e imprecise. Lo sforzo di verbalizzarle, comunicarle e spiegarle a un'altra persona conferisce forma al pensiero facendolo passare dal mondo astratto a quello concreto. Ecco che l'idea può diventare progetto e il progetto una serie di azioni da compiere e di risultati da vedere.

Il coaching stimola il cambiamento.

Il coach stimola il cliente a darsi obiettivi, ad allineare le proprie energie e le proprie risorse per raggiungerli. Se anche sono obiettivi che si aveva chiari da tempo, è possibile che uno non li abbia realizzati perché non li ha mai condivisi con qualcuno che lo aiuti a crederci anche nei momenti più difficili e che lo stimoli a mantenere le promesse che ha fatto a se stesso.

Il coaching dà fiducia e ricarica l'autostima.

Il coach crede autenticamente che il suo cliente abbia in sé tutte le possibilità per raggiungere i suoi obiettivi e per realizzare ciò che lo rende più soddisfatto e realizzato.

Il coaching aiuta a capire se gli obiettivi che uno crede di voler realizzare sono davvero ciò che lo rende più felice.

A volte gli obiettivi possono essere un modo per "scappare via da" invece che "andare verso". In questo caso il coaching, che aiuta ad aumentare la consapevolezza di sé e la comprensione del contesto nel momento presente, consente di guardare al proprio scopo in modo più obiettivo e di capire se rappresenta davvero la meta desiderata.

Il coaching aiuta a capire cosa vuoi veramente.

IL COACHING FUNZIONA. DAVVERO.

INCONTRIAMO
IL CENTRO FORMAZIONE WONDERFUL

WORKSHOP
LEADERSHIP PER L'IMPRESA

18 FEBBRAIO 2020 - COLLI DEL TRONTO (AP)

L'occasione irripetibile di incontrare il Centro Formazione Wonderful e scoprire qual è il vero significato della parola leader e quali i passi per diventarlo.

Il Centro Formazione Wonderful lavora al fianco di imprenditori, uomini e donne, e li aiuta a capire quali sono le reali esigenze, ciò di cui hanno bisogno per crescere come professionisti.

CENTRO FORMAZIONE WONDERFUL
FORMAZIONE ETICA PER LO SVILUPPO AZIENDALE E LA CRESCITA PERSONALE

wonderful.it

via Pastrengo, 32 . 37017 Lazise (VR) | via Guelfa, 76 . 40138 Bologna (BO)

INFO & **NEWS**

INFORMATIVE E NEWS PER LA CLIENTELA DI STUDIO

Evoluzione o involuzione della comunicazione?

benvenuti in una nuova decade.

a cura di ***athenaconcept***

Siamo tutti figli o nipoti (alcuni pronipoti) dei 10 minuti del buon caro, vecchio e passato Carosello. I primi spot televisivi erano una vera e propria narrazione di una storia: miravano a colpire lo spettatore facendolo divertire ed emozionare. Oggi i video pubblicitari durano massimo 30 secondi e in questo poco tempo a disposizione non si può raccontare un evento, bisogna piuttosto catturare l'attenzione dell'utente e spingerlo a volerne sapere di più. Il metodo tradizionale quindi lascia il posto a una politica internet friendly per raggiungere il consumatore cercando la migliore strategia possibile.

Nell'ultimo decennio il processo di digitalizzazione della società ha portato a una trasformazione nell'accesso ai servizi commerciali. Le persone acquistano sempre più online e questo ha creato una nuova generazione di utenti che comunica in modi e mezzi del tutto nuovi.

La pubblicità nasce in contemporanea con il commercio, di cui è il motore. Se l'economia si evolve, si trasforma anche il modo di comunicare.

Non è cambiato cosa dire ma come dirlo, o meglio, il mezzo attraverso cui esprimersi: i social media. In questa decade hanno fatto da veri e propri protagonisti, rivoluzionando il modo di fare business: sono il canale più diretto ed efficace con cui raggiungere un punto vendita o un'azienda.

Queste reti sono lo strumento con cui i contenuti pubblicitari raggiungono l'audience, che ha acquisito negli ultimi tempi il potere di ignorare il contenuto pubblicatario, ovvero di skipparlo. Perché lo fa? Semplice, perché può e soprattutto perché l'attention span è notevolmente diminuita nel corso degli anni. La soglia di attenzione è di 8 secondi - c'è chi dice addirittura 3 - e quella di un pesce rosso è di 9!

Proprio come la comunicazione, anche Athena ha subito un'evoluzione. Nei suoi ventotto anni di attività è cresciuta con i propri clienti, lavorando fianco a fianco e occhi negli occhi con picccole e grandi imprese. Insieme a loro si sono sviluppati processi di ideazione, collaborazione e soprattutto costruzione di un'idea e infine di un'immagine.

Un'azienda che si rivolge ad Athena per la prima volta cerca di capire come può accompagnarla nella crescita dando una rappresentazione ai propri desideri e rendendo visibile quello che ancora non c'è. Le imprese hanno bisogno di partner validi per intraprendere decisioni strategiche o inidirizzare i propri brand verso i risultati migliori.

Cosa dobbiamo aspettarci dunque dalla prossima decade? A cosa dobbiamo prepararci? Cosa cambierà nel caleidoscopico mondo della pubblicità? L'unica cosa di cui si è certi è che qualsiasi forma pubblicitaria prenderà piede avrà sempre come elemento fondante le persone. Il protagonista è chi legge, chi guarda, chi sente, chi commenta, chi condivide e chi sceglie.

L'agenzia di comunicazione del presente e del futuro deve ottimizzare il proprio processo creativo per rendere il messaggio trasmesso sempre più individuale, mirato e personalizzato. L'obiettivo è dunque interessare l'utente con il contenuto, il mezzo e il momento giusto per fargli vivere un'esperienza unica.

Lavoro:
come cambieranno gli scenari nel 2030

a cura di ***Nicoletta Rossi***

Quali saranno le professioni del futuro e come il processo di automazione porterà a creare nuove opportunità occupazionali?

Questo è il tema della ricerca "Il futuro delle competenze" realizzata da Pearson con Nesta e la Oxford Martin School. Dalla trasformazione tecnologica alle nuove competenze professionali, dal timore per la precarietà generata dai processi di automazione al ruolo della scuola nella formazione di employability skills, la ricerca offre una fotografia dei trend che investiranno il mercato del lavoro nei prossimi anni.

Lo studio ha voluto analizzare quali saranno i trend del mercato in questo nuovo decennio: quali professioni cresceranno e quali invece andranno in "declino" e, allo stesso tempo, analizzare quali saranno le competenze professionali più importanti in ottica occupazionale.

Altre ricerche hanno approfondito anche l'importanza dello sviluppo sì delle employability skills, ma in un'ottica di sviluppo delle proprie propensioni che deve partire dal sistema scolastico.

Questo è un elenco di alcune delle figure lavorative più richieste e ambite dal mercato del lavoro negli ultimi anni:

- esperto di Blockchain
- big data analyst/architecht
- specialista di stampanti 3D

- pilota di droni
- esperto di e-commerce
- APP designer
- social media manager
- digital marketing specialist
- programmatore iOS.

Viviamo in tempi interessanti, in continuo cambiamento, pieni di minacce e di opportunità. Abitiamo un mondo in cui ci sono scoperte nuove ogni giorno, i trend cambiano ogni mese e i grandi scenari ogni anno. Ciò vale tanto più per il mondo del lavoro. Secondo il World Economic Forum, il 65% dei bambini che oggi vanno a scuola svolgeranno dei lavori che a oggi ancora non esistono. Per l'Institute for the Future (IFTF) la cifra si attesta addirittura all'85%.

Oggigiorno sono tanti gli articoli, le opinioni degli "esperti" e gli studi che vogliono indicarci quali sono le professioni che nasceranno, per non parlare degli appelli affinché i giovani non buttino il loro futuro e vadano a fare quello che il mercato del lavoro richiede.

Se c'è una sola cosa di cui siamo tutti abbastanza convinti è che il "lavoro a vita" non esisterà più e che anche ai pochi che avranno sempre lo stesso datore sarà chiesto di adattarsi a ruoli cangianti, di continuare a formarsi e imparare, di saper gestire situazioni impreviste e complesse. Se c'è una speranza di riuscire a far compiere a una persona tutto questo, è che essa studi ciò per cui è motivata e faccia ciò per cui sente una spinta legata a valori interni.

Per raggiungere quindi l'obiettivo non solo di una bassa disoccupazione, ma anche e soprattutto di una diffusa qualità del lavoro, dovremmo quanto prima smetterla di presentare i principi, gli interessi e le motivazioni personali come per natura opposti alla funzionalità e all'impiegabilità nel mercato del lavoro. Dovremmo smetterla di dire e pensare che fare una scelta professionale o scolastica di "interesse" vuol dire fare gli schizzinosi e precludersi una carriera a causa di pigrizia o sogni infantili. Non è affatto così: anzi, è proprio la motivazione interna (maldestramente chiamata oggi dai più "passione") a portare le persone a imparare nuove competenze, a reagire alle difficoltà e a diventare persone migliori. E quindi, in ultima ma non trascurabile istanza, più occupabili.

Fondamentale in questo contesto il ruolo della scuola a cui è affidato il compito di fornire le employability skills, ovvero le nuove competenze trasversali strategiche indispensabili per un mondo del lavoro investito da un cambiamento continuo, tecnologico e organizzativo.

In futuro sarà sempre più il sistema educativo, e in particolare la scuola, a svolgere un ruolo fondamentale nella preparazione dei lavoratori in grado di muoversi attivamente nel mondo del lavoro.

Scuola e lavoro:
la comunicazione deve migliorare

a cura di ***Nicoletta Rossi***

Da ricerche effettuate su campioni di studenti, professori e genitori, il ponte che unisce la scuola di oggi e il lavoro di domani deve essere sviluppato e migliorato.

Le attività di formazione tra scuola e aziende sono riconosciute come fondamentali per accompagnare i giovani nel loro futuro lavorativo, ma sono ritenute poco soddisfacenti dagli studenti stessi che ne prendono parte.

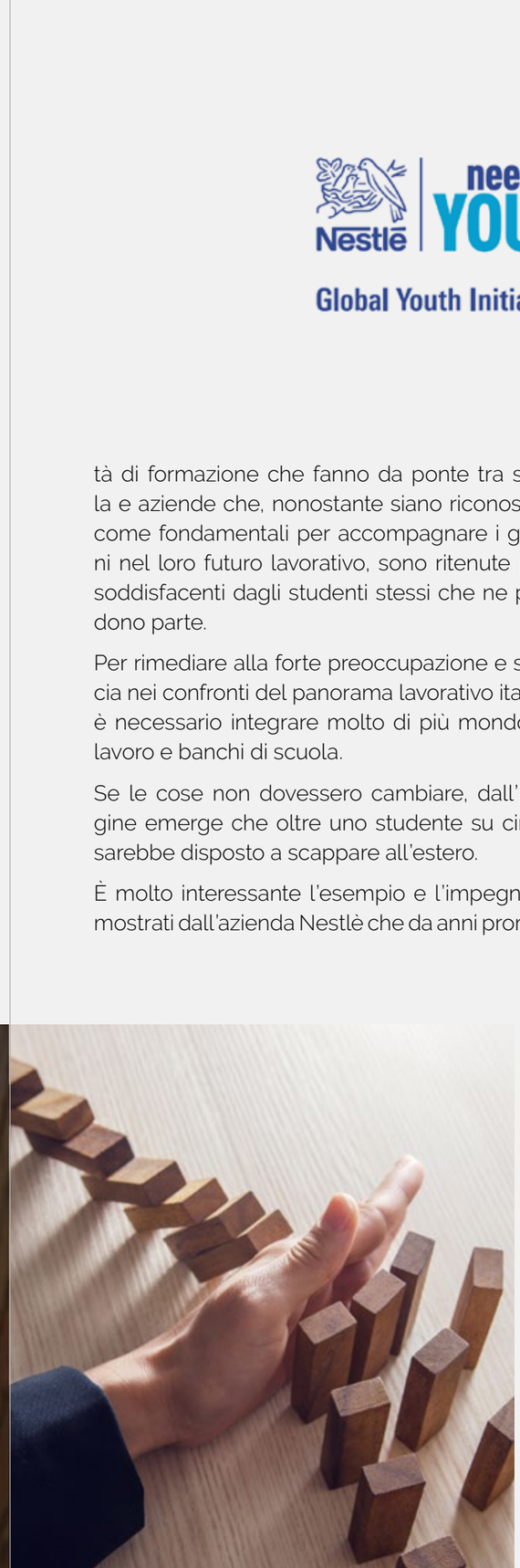
L'insegnamento proposto oggi dalla scuola italiana, secondo studenti e genitori, deve essere migliorato nelle attività di preparazione dei giovani al loro ingresso nel mondo del lavoro. Fra le principali esperienze formative vi sono l'alternanza scuola-lavoro (svolta dal 62% dei ragazzi), incontri in aula con professionisti (29%), visite in azienda (25%) e stage curriculari (24%).

L'alternanza scuola-lavoro rimane un'efficace attività di formazione, ma serve un continuo dialogo tra scuole e aziende per migliorarne la qualità. I ragazzi confermano che se da un lato la principale attività da loro svolta durante i periodi di alternanza è l'affiancamento al personale (68%), dall'altro la maggior parte delle mansioni eseguite risultano poco qualificanti e formative (inserimento dati, attività di back office e receptionist). Emerge chiaramente la volontà degli studenti di capire come funziona un'azienda: non a caso le esperienze più apprezzate sono stage curriculari (79%) e visite in azienda (70%).

Inoltre per quanto riguarda il posto fisso, è più alta l'aspettativa dei genitori rispetto ai figli che sono più pragmatici. Più che il tempo indeterminato, la prima caratteristica che i giovani considerano per scegliere la loro professione o azienda è un buono stipendio.

Sono alcuni risultati emersi dalla ricerca Nestlé "Giovani e lavoro" presentata nel corso dell'incontro dal titolo "La scuola prepara al lavoro. Vero o falso? Ecco cosa ne pensano gli italiani". L'iniziativa è stata promossa in occasione della VET Week, la settimana europea della formazione professionale.

Studenti, docenti e genitori non bocciano la scuola italiana, ma sono convinti che possa migliorare nella preparazione dei giovani al loro ingresso nel mondo del lavoro. Sono le attività di formazione che fanno da ponte tra scuola e aziende che, nonostante siano riconosciute come fondamentali per accompagnare i giovani nel loro futuro lavorativo, sono ritenute poco soddisfacenti dagli studenti stessi che ne prendono parte.



Per rimediare alla forte preoccupazione e sfiducia nei confronti del panorama lavorativo italiano è necessario integrare molto di più mondo del lavoro e banchi di scuola.

Se le cose non dovessero cambiare, dall'indagine emerge che oltre uno studente su cinque sarebbe disposto a scappare all'estero.

È molto interessante l'esempio e l'impegno dimostrati dall'azienda Nestlè che da anni promuove iniziative per la formazione e l'orientamento professionale dei giovani. Nel 2013 ha lanciato il progetto a livello europeo "Nestlè Needs YOUth" con l'obiettivo di contrastare la disoccupazione giovanile. Il programma poggia su quattro pilastri: inserimenti diretti in azienda, stage e tirocini, attività di formazione e di orientamento al lavoro e coinvolgimento.

UNICAM
Università di Camerino
1336

MASTER DI II° LIVELLO

AREE INTERNE: STRATEGIE DI SVILUPPO E RIGENERAZIONE POST EVENTI CATASTROFICI

MASTER FINANZIABILE CON BORSE DI STUDIO REGIONALI

AL TERMINE RILASCIO DI 60 CFU

Attivato dalla Scuola di Architettura e Design "E. Vittoria" dell'Università di Camerino. Le lezioni di didattica frontale inizieranno il **3 Aprile 2020** e si concluderanno entro il mese di **Agosto 2020**.

Costruire Centro Studi e Formazione Srl in collaborazione con: Università degli studi di Camerino
Scuola di Architettura e Design "E. Vittoria"

Direttore Prof. Massimo Sargolini

Consiglio scientifico:
Prof. Michele Talia, Prof.ssa Roberta Cocci Grifoni, Prof. Roberto Canullo, Prof. Gilberto Panbianchi, Dott. Giandiego Campetella, Dott. Fabio Renzi, Prof. Marco Frey, Avv. Luciano Spinozzi.

REQUISITI DI ACCESSO

Il master si rivolge a **chi ha conseguito il titolo** in una delle seguenti lauree/lauree magistrali o ciclo unico:

Architettura del paesaggio
Ingegneria per l'ambiente e il territorio
Ingegneria civile
Architettura e ingegneria edile e architettura
Pianificazione territoriale urbanistica e ambientale
Biologia
Scienze geografiche
Scienze per la cooperazione allo sviluppo
Scienze e tecnologie forestali ed ambientali
Scienze e tecnologie geologiche
Scienze e tecnologie per l'ambiente e il territorio
Scienze geofisiche Scienze e tecnologie agrarie
Biotecnologie agrarie.

FIGURA PROFESSIONALE

Il master intende dare una formazione specialistica nella **pianificazione e gestione del paesaggio delle aree interne** con particolare attenzione allo sviluppo locale e alla gestione dei servizi in aree caratterizzate dalla compresenza di valori storico naturali e culturali.

Il corso permetterà un **approfondimento teorico e operativo** di metodi e strumenti per la pianificazione e la gestione delle aree interne, con particolare attenzione agli aspetti connessi al paesaggio, allo sviluppo locale e alla gestione sostenibile dei servizi.

Inoltre il master permetterà l'acquisizione di strumenti di progettazione, e modalità di funzionamento di **progetti europei** POR, FESR, FSE.

SEDE

via Pontoni 5, Camerino (MC)

ISCRIZIONI

Il master è a numero chiuso. Il numero minimo di allievi per l'attività del corso è di 10 iscritti fino a un massimo di 25.
La quota di iscrizione ammonta a €2.500 da versare in due rate.

HELP DESK

di Costruire Centro Studi e Formazione per conoscere i **contributi regionali disponibili per la copertura delle spese** di iscrizione al master e/o costi di vitto e alloggio.

Il master prevede attività di stage, seminari, ed altre attività sperimentali riconosciute per una durata di 375 ORE e 15 CFU.

IL CENTRO DI RICERCA EURAC di Bolzano mette a disposizione
N°2 BORSE DI STUDIO di €2.000 ciascuna che saranno assegnate
ai primi due classificati nella graduatoria di ammissione.

IL TERMINE PER PARTECIPARE ALLA SELEZIONE È IL

02/03/2020

PER INFORMAZIONI SUL MASTER E PER L'HELP DESK CONTATTA COSTRUIRE CENTRO STUDI E FORMAZIONE

San Benedetto Tr. (AP)
63074 / via Pasubio, 36
tel 0735 757244
fax 0735 652633
mob 345 7307212

Civitanova Marche (MC)
62012 / via L. Einaudi, 436
tel 0733 775508
mob 335 1792663

Teramo
64100 / piazza del Carmine, 14
mob 345 7307212

info@centrostudieformazione.it - facebook.com/csformazione - **www.centrostudieformazione.it**

costruire
centro studi e formazione
Regole. Persone. Sogni.

IMMAGINIAMO NUOVI SCENARI

La nostra è una comunicazione senza zuccheri aggiunti.
Al naturale, originale.

Ci muoviamo a nostro agio nella dimensione ristretta di famiglia allargata: è la nostra forza. Poniamo le domande che danno origine alla ricerca e al progetto. Il nostro obiettivo è fare in modo che le persone preferiscano, tra tanti, i tuoi prodotti o servizi.

Il nostro impegno è questo.

Siamo curiosi, disponibili, efficaci, propositivi.

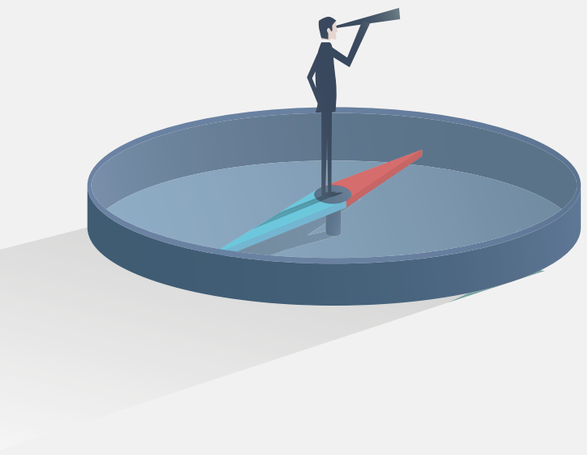
Mettiamoci alla prova!

ATHENACONCEPT.COM
ph 0735 58 60 10 - info@athenaconcept.com

LE RISPOSTE DELL' ESPERTO
myconsult

Controllo di gestione:
il navigatore per l'impresa

a cura di ***Luca Salvi***



Inauguriamo oggi una nuova rubrica per i nostri lettori nella quale, attraverso una serie di articoli che saranno pubblicati nel corso dell'anno, forniremo le risposte alle tipiche domande che ogni imprenditore si pone quotidianamente.

I protagonisti principali di questo percorso saranno da un lato "MyConsult" e dall'altro l'imprenditore e la sua impresa con tutta una serie di domande che richiedono risposte tempestive e accurate.

MyConsult è la nuova area servizi by CommerFidi nata con il preciso intento di offrire alle imprese una consulenza specializzata in finanza e controllo: due temi spesso sottovalutati ma di fondamentale importanza se si desidera avere un'azienda sana.

La mia impresa chiuderà in utile o con una perdita? Quanto costa il mio prodotto e/o servizio? A quanto ammonta il mio margine di realizzo? Cosa accade se il mio fatturato aumenta o diminuisce? Come variano i costi al variare della produzione? Conviene investire in nuovi impianti oppure è meglio utilizzare fornitori terzi? Conviene chiedere nuovi finanziamenti oppure ricorrere all'apporto di capitale proprio?

A queste domande l'imprenditore spesso non è in grado di rispondere e quindi chiede aiuto al primo consulente di fiducia incontrato all'inizio della costituzione dell'azienda o all'ultimo (se nel frattempo questo professionista è cambiato): il commercialista. Esperto professionista in numeri e scartoffie, si sobbarca tutto il lavoro che l'imprenditore non vuole fare, come la contabilità, i rapporti con il fisco e con le banche, la ricerca di finanziamenti, ecc. Niente di più sbagliato.

Un commercialista, per esempio, ha come compito principale quello di far pagare le tasse ed evitare di incorrere nel rischio che l'Agenzia delle Entrate ci insegua. Questo è essenzialmente il suo lavoro, non quello di sistemare i conti, controllare i margini di guadagno e analizzare il bilancio per poi dire cosa fare e cosa no. Ecco il motivo per cui non è il professionista adatto a gestire i debiti dell'azienda o a creare la struttura finanziaria più consona al proprio modello di business; sempre più spesso sommerso da scadenze e aggiornamenti ministeriali, risulta oggettivamente impossibilitato a rispondere alle fatidiche domande viste in precedenza.

Domande a cui oggi, invece, è possibile rispondere grazie a MyConsult: un team di esperti in grado di guidare il cliente nella scelta di soluzioni più efficienti ed efficaci grazie agli strumenti messi a disposizione dal controllo di gestione, assumendo il ruolo di "navigatore" dell'imprenditore.

Non si può parlare di controllo se non si sa cosa controllare, ma per controllare e governare l'azienda è necessario pianificare, predisporre business plan e budget, fare l'analisi di bilancio e formulare dei report.

Iniziamo dalla pianificazione finanziaria.

Adattando un vecchio proverbio possiamo dire

myconsult

che «pianificare è meglio che curare». Tradotto in linguaggio aziendale vuol dire fare opera di prevenzione per la corretta gestione della liquidità.

Nella pratica delle Micro-PMI, quando le cose vanno male, uno dei campanelli d'allarme è la carenza di liquidità: questo accade perché i flussi monetari in entrata della gestione precedente non hanno coperto completamente tutti i costi.

Per l'azienda si parla di flusso di cassa disponibile quando questo è generato dalle attività operative dell'impresa, ossia: comprare, tenere in magazzino, vendere e fare investimenti. Non vi è alcun intervento da parte dei soci o delle banche per coprire l'eventuale "rosso".

A parità di risultato economico, utile o perdita, le aziende possono avere flussi di cassa diversi a seconda dei tempi di incasso e di pagamento. Considerando soltanto questa variabile risulta intuitivo che l'azienda che incassa presto e paga tardi non avrà mai problemi di cash flow, mentre l'azienda che incassa tardi e paga presto si troverà ben presto in difficoltà se non dispone di un adeguato fondo cassa.

Attraverso una corretta e accurata pianificazione finanziaria, si è in grado di avere sotto controllo le entrate e le uscite e si evita il rischio che il denaro diventi insufficiente per sostenere l'operatività quotidiana; analizzando i ricavi e le spese (quindi i flussi di cassa) è possibile pianificare i pagamenti ai fornitori e gli incassi dei clienti, oppure valutare il momento più propizio per effettuare degli investimenti senza esporsi troppo.

La pianificazione finanziaria riveste particolare importanza, ad esempio, nelle richieste di credito finalizzato a un preciso obiettivo:

- Se un imprenditore chiede credito per "liquidità" senza motivare l'esigenza oppure i suoi bilanci evidenziano squilibri di cassa e quindi necessita di denaro per sopperire agli scompensi, troverà molte difficoltà nell'accesso al credito bancario;
- Se, al contrario, l'imprenditore richiede "liquidità" con motivazioni specifiche, ma i suoi flussi di cassa insieme al bilancio evidenziano una certa rischiosità del debito, la soluzione starà nel rimodulare la richiesta di credito parametrata alle possibilità di fare cassa.

Ogni imprenditore, piccolo o grande che sia, con MyConsult sarà in grado di simulare e analizzare correttamente i flussi di cassa, utilizzando le quattro variabili chiave: ricavi mensili, costi mensili, giorni di incasso medi e giorni di pagamento medi. Riuscirà così a sapere quanta cassa iniziale serve per non andare in "rosso" e per evitare di incorrere in crisi di liquidità.

«Colui che ha un obiettivo strategico all'inizio di ogni anno si predispone a ragionare in maniera coerente alle risorse di cui dispone fissando le tappe che lo porteranno all'obiettivo programmato».

Di questo parleremo la prossima volta quando affronteremo il tema dell'importanza del budget.

La **formazione** che fa bene.

PERSONE

ENEA

UNICAM Università di Camerino 1336

MASTER DI II° LIVELLO

ECOSOSTENIBILITÀ ED EFFICIENZA ENERGETICA PER L'ARCHITETTURA

MASTER FINANZIABILE CON BORSE DI STUDIO REGIONALI

Attivato dalla Scuola di Architettura e Design "E. Vittoria" dell'Università di Camerino. Le lezioni di didattica frontale inizieranno il **9 marzo 2020** e si concluderanno entro il **12 ottobre 2020.**

Costruire Centro Studi e Formazione Srl in collaborazione con: Università degli studi di Camerino Scuola di Architettura e Design "E. Vittoria" e ENEA Agenzia nazionale per le nuove tecnologie, l'energia e lo sviluppo economico sostenibile.

Consiglio scientifico:
Prof. Losco Giuseppe, Prof.ssa Maria Federica Ottone, Prof.ssa Roberta Cocci Grifoni, Prof. Eduardo Barbera, Prof. Eduardo Barbera, Arch. Nico Monteferrante, Dott. Norbert Lantschner.

REQUISITI DI ACCESSO

Il master si rivolge a occupati o disoccupati e/o inoccupati, o in mobilità, o in CIGS anche in deroga, che sono **in possesso della laurea specialistica o magistrale in:**

Architettura - Ingegneria edile e architettura (DM 509/99 e DM 270/04)

Laurea conseguita secondo le regole del vecchio ordinamento in:
Ingegneria edile - Ingegneria civile, Ingegneria ambiente e territorio (o titolo equiparato) - Biologia - Biotecnologie - Fisica - Matematica - Chimica - Scienze dei materiali - Geologia - Informatica o altre lauree a carattere scientifico.

È richiesta la conoscenza di software CAD (2d, 3d) e di modellazione virtuale e la comprensione dell'inglese tecnico scritto.

FIGURA PROFESSIONALE

Il master dà una formazione specialistica nel **campo delle strategie innovative** per la progettazione di edifici a energia "quasi zero", la diffusione delle energie rinnovabili e per la loro integrazione nell'ambiente urbano e nello spazio costruito.

Si propone di fornire le conoscenze utili per una progettazione responsabile e consapevole dell'ambiente costruito secondo un approccio complesso sia attraverso il controllo dello spazio naturale e artificiale sia attraverso il controllo tecnico delle prestazioni che ogni elemento costruttivo, involucro, struttura, impianti e ogni materiale deve fornire.

SEDE

Ascoli Piceno, Viale della Rimembranza
Scuola di Architettura e Design
"E. Vittoria" - sede di Sant'Angelo Magno.

ISCRIZIONI

L'ammissione è subordinata a un colloquio o test teso a verificare l'interesse e la conoscenza dei temi del master. La quota d'iscrizione è di € 6.000 comprensivo del materiale didattico e della tassa regionale per il diritto allo studio (€ 140,00).

HELP DESK

di Costruire Centro Studi e Formazione per conoscere i **contributi regionali disponibili per la copertura delle spese** di iscrizione al master e/o costi di vitto e alloggio.

Al termine seguirà uno STAGE DI 475 ORE con affiancamento di un tutor aziendale.

IL TERMINE PER PARTECIPARE ALLA SELEZIONE È IL 31/01/2020

PER INFORMAZIONI SUL MASTER E PER L'HELP DESK CONTATTA COSTRUIRE CENTRO STUDI E FORMAZIONE

San Benedetto Tr. (AP)
63074 / via Pasubio, 36
tel 0735 757244
fax 0735 652633
mob 345 7307212

Civitanova Marche (MC)
62012 / via L. Einaudi, 436
tel 0733 775508
mob 335 1792663

Teramo
64100 / piazza del Carmine, 14
mob 345 7307212

info@centrostudieformazione.it - facebook.com/csformazione - **www.centrostudieformazione.it**

costruire centro studi e formazione

Regole. Persone. Sogni.

L'utilizzo degli indici di bilancio,
nella letteratura aziendale e nella prassi:

a cura di ***Dott. Luigi Troli***

L'UTILIZZO DEGLI INDICI DI BILANCIO NELLA LETTERATURA AZIENDALE E NELLA PRASSI: GLI INDICATORI DELLA CRISI SECONDO L'ARTICOLO 13 CCII DEL D. LGS. N. 14 DEL 12 GENNAIO 2019, PUBBLICATO IN GG.UU. N. 38 SEZIONE SPECIALE DEL 14 FEBBRAIO 2019 (ENTRATA IN VIGORE IL 16 MARZO 2019 IN ATTUAZIONE DELLA LEGGE 19-10-2017, N. 155)

L'analisi per indici e flussi è un tema tornato di prepotente attualità dopo l'approvazione del nuovo codice della crisi e dell'insolvenza delle imprese che hanno voluto legare i nuovi meccanismi di allerta proprio al calcolo di alcuni parametri ritenuti particolarmente significativi.

Di seguito si fornisce una breve sintesi degli indici in letteratura e nella prassi con l'utilizzo dei contributi di dottrina ma anche dello stesso CNDCEC (chiamato a rivestire un ruolo decisivo) e di altri soggetti che hanno delineato criteri predittivi della crisi come il CERVED. Si proverà ad anticipare il set di indici che verranno calcolati e presumibilmente comuni ai diversi settori di attività delle imprese.

L'analisi per parametri delle risultanze di bilancio rientra nelle metodologie aziendalistiche utili per la valutazione dello stato di salute di un'impresa. Abbiamo così:

- Indici di crescita dei ricavi, dei margini o del capitale investito (o parti di esso) che misurano le variazioni nel tempo delle variabili in chiave aziendale;
- Indici di redditività che confrontano un margine, solitamente a numeratore, con il totale dei ricavi o con il capitale investito complessivo o limitato al solo patrimonio netto a denominatore. L'obiettivo è quello evidente di misurare la redditività in valore assoluto, ma anche di porla a confronto con la redditività passata e con quella del settore o dei principali concorrenti;
- Indici sul capitale circolante commerciale inerenti ai tempi di incasso e pagamento e la rotazione delle scorte che misurano la durata del ciclo del circolante per comprendere l'impiego di risorse derivante dal capitale circolante commerciale;
- Indici di sostenibilità del debito finanziario che confrontano la posizione finanziaria netta con il patrimonio netto e con l'Ebitda oppure che misurano la capacità dei margini operativi di ripagare gli oneri finanziari. Spesso tra questi criteri figura anche il rapporto tra attivo e passivo a breve che dove è maggiore di uno indica la capacità dell'impresa di far fronte alle proprie obbligazioni nel breve termine.

Il calcolo dei parametri, di cui sopra, presuppone l'utilizzo di voci risultanti dalla riclassificazione dei prospetti di conto economico e di stato patrimoniale che consentono di ricostruire in modo sufficientemente unanime almeno le voci principali. L'analisi per indici viene nel tempo sempre più integrata dall'analisi per flussi che, da una parte, è volta ad accertare l'equilibrio esistente tra la generazione e l'assorbimento di risorse finanziarie da parte delle diverse aree gestionali (tipicamente operativa, finanziaria e talvolta tributaria e accessoria) e, dall'altra, a sostituire grandezze finanziarie a grandezze economiche nel calcolo degli indici. Ad esempio, il rapporto tra posizione finanziaria netta ed Ebitda misura quanti Ebitda (e quindi implicitamente quanti anni) servono per ripagare il debito. Questo parametro è molto diffuso in ambito bancario e solitamente definisce valori intorno a 5 come soglie di attenzione, ma può essere migliorato sostituendo all'Ebitda il flusso della gestione corrente ovvero Ebitda – variazione del capitale circolante commerciale (la voce numero 3 della sezione A dello schema di rendiconto secondo Oic 10 approssima questo valore) – oppure il flusso della gestione operativa sottraendo al precedente gli investimenti netti. In questo modo viene confrontato il debito da rimborsare con i flussi di cassa (e non di reddito) generati dalla società: si ha quindi un rapporto tra due grandezze finanziarie.

La letteratura economico-aziendale ha approfondito questi temi fino alla generazione di software applicativi che consentono il calcolo degli indici "in automatico", partendo dal bilancio depositato. Ugualmente differenziati sono l'impiego che nella pratica viene fatto degli indici e le interpretazioni che ciascun analista fornisce dei risultati ottenuti. È generalmente riconosciuto che gli indici debbano essere letti in ottica sistemica e quindi nel loro insieme piuttosto che singolarmente, ma le soglie di criticità dei valori sono tipicamente soggettive e raramente la letteratura fornisce indicazioni in tal senso.

Le ultime considerazioni spiegano i motivi per i quali le analisi per indici e flussi non abbiano mai trovato specifiche declinazioni normative, riconoscendo la difficoltà sia a selezionare i parametri corretti (che possono variare da settore a settore) sia a stabilire modalità di lettura e di fissazione di valori-soglia sufficientemente condivisi. Alcune eccezioni hanno riguardato le norme fiscali e, in particolare, quelle relative alla deducibilità degli oneri finanziari. Si pensi a quanto disposto nell'art. 96 del Tuir, ovvero il rapporto tra gli interessi passivi, gli oneri assimilati e il ROL, fissando una soglia "fisiologica" nel valore del 30%. Tuttavia, l'utilizzo degli indici nelle norme fiscali pare ispirato a un'esigenza di definizione di limiti di deducibilità piuttosto che all'accertamento di una situazione critica dell'impresa.

In questo contesto la nuova norma fallimentare ha invece voluto fare riferimento proprio agli indici quale elemento centrale dei meccanismi di allerta, generando un insieme di interessanti spunti di riflessioni ma anche di preoccupazione.

Nel passaggio dalla legge delega al testo del codice viene operata una distinzione tra indicatori e indici. Sono indicatori della crisi gli squilibri di carattere reddituale (prevalenza dei costi sui ricavi), patrimoniale (riduzione al di sotto del terzo, del minimo legale o azzeramento del capitale o una significativa riduzione del patrimonio netto) e finanziario (prevalenza delle uscite sulle entrate o squilibrio nella generazione/assorbimento dei flussi da parte delle diverse aree gestionali). Si è quindi ampliata la nozione di "squilibrio" introducendo anche le nozioni di squilibrio economico e patrimoniale. È evidente che la prevalenza di costi su ricavi in un esercizio può non significare uno stato di crisi, ma dipendere da una situazione congiunturale facilmente risolvibile (ad esempio una difficoltà di approvvigionamento che ha impedito vendite di prodotti finiti), mentre la tensione finanziaria è solitamente indicatrice di uno squilibrio più ampio e consolidato nel tempo. Gli indici di bilancio sono invece gli strumenti con i quali devono essere accertati gli eventuali squilibri descritti. Il comma 1 non definisce più (al contrario della Legge Delega) specifici indici, ma si limita a evidenziare il particolare riguardo che si deve avere per:

1. la sostenibilità dei debiti nei successivi sei mesi;
2. le prospettive di continuità aziendale;
3. l'esistenza di significativi e reiterati ritardi nei pagamenti.

costruire
centro studi e formazione

Regole. Persone. Sogni.

L'ente offre **corsi di formazione obbligatori** per legge e professionalizzanti.
Garantisce un **servizio di consulenza completo**, grazie ai numerosi anni di esperienza maturati a contatto con i professionisti del settore.
Ti aiuta a costruire i tuoi sogni.

San Benedetto Tr. (AP)
63074 / via Pasubio, 36
tel 0735 757244
fax 0735 652633
mob 345 7307212

Civitanova Marche (MC)
62012 / via L. Einaudi, 436
tel 0733 775508
mob 335 1792663

Teramo
64100 / piazza del Carmine, 14
mob 345 7307212

info@costruiregroup.it
facebook.com/csformazione
www.costruiregroup.it

REGOLE

I **corsi obbligatori** e gli **strumenti** per svolgere la tua attività.

Strutturiamo corsi di formazione professionalizzanti e obbligatori per legge, inoltre **ti affianchiamo** nella stesura della documentazione richiesta per legge:

- Corso SAB (ex REC) e relativi aggiornamenti;
- Corso di abilitazione per Agenti e Rappresentanti di Commercio;
- Corso preparatorio all'abilitazione di Mediatore Immobiliare;
- Tutti i corsi e documenti obbligatori sulla sicurezza Dlgs. 81/08;
- Tutti i corsi e documenti obbligatori ai sensi della normativa igenico sanitaria HACCP;
- Corsi per rilascio di crediti formativi.

costruire
centro studi e formazione
Regole. Persone. Sogni.

PERSONE

La **formazione** che fa bene.

Dal 1993 offriamo **corsi di abilitazione e formazione professionale**, **percorsi di alta formazione** realizzati con docenti d'eccezione e **master** il collaborazione con le università *(IFTS, master universitari di primo e secondo livello)*.

- **Dal 1993 Costruire** è al fianco degli imprenditori per aiutarli nella **gestione** e nella **crescita della propria azienda**.
- **Dal 1993 Costruire** ascolta la tua voce e **progetta il percorso più adatto alle tue esigenze** per trasformarti nel miglior professionista che vuoi diventare.

costruire
centro studi e formazione
Regole. Persone. Sogni.

SOGNI

Soluzioni a misura dei tuoi desideri.

Dal 1993 lavoriamo al fianco di professionisti e imprenditori come te, per aiutarli nella **gestione** e nella **crescita della propria attività**. Progettiamo il percorso più adatto alle tue esigenze per trasformarti nel migliore professionista che vorrai diventare.

- Offriamo **consulenza** per l'ampliamento della rete vendita, espansione verso nuovi settori commerciali.
- Realizziamo **percorsi formativi** tagliati su misura in base alle reali esigenze aziendali.
- Aiutiamo l'imprenditore a definire e raggiungere i propri **obiettivi**.
- Affianchiamo le aziende che vogliono **aumentare il proprio fatturato**.

costruire
centro studi e formazione
Regole. Persone. Sogni.

NORMATIVE & AGGIORNAMENTI

Contenitori per alimenti:
il problema della plastica

a cura del Dott. Cav. ***Gianluigi Marchionni***
(esperto di sicurezza alimentare)

Da un po' di tempo stanno circolando sempre più notizie allarmanti sull'inquinamento derivato dai materiali plastici. I rifiuti sono una delle principali minacce agli ecosistemi marini e rappresentano un rischio crescente alla biodiversità, all'ambiente, all'economia e alla salute. Li chiamiamo rifiuti "marini", ma in realtà gran parte arrivano da terra, dalle discariche abusive e dalle pratiche di smaltimento scorrette. Molti sono generati da noi con le attività ricreative, turistiche e la pesca professionale. La stragrande maggioranza dei rifiuti trovati in spiaggia e sui fondali marini è in plastica: si stima che in tutto il mondo, ogni anno, circa 8 milioni di tonnellate di plastica finiscano in mare, una delle zone critiche del pianeta, e la quantità è destinata ad aumentare. Nel Mediterraneo la concentrazione dei rifiuti è paragonabile a quella delle cosiddette "isole galleggianti" dell'Oceano Pacifico. La plastica con il tempo si sbriciola senza però mai sparire del tutto, destinata spesso a esser ingoiata da quegli stessi pesci, crostacei e molluschi, che poi arrivano sulle nostre tavole.

Per questo motivo gli imballaggi alimentari stanno attraversando tempi difficili. Infatti è la plastica, in particolar modo, a pagare un prezzo molto alto, mediaticamente sotto attacco per l'inquinamento ambientale. Ma gli aspetti più critici, dal punto di vista dell'operatore del settore, riguardano la sicurezza dell'imballaggio per il consumatore come prevede la legge. E non meno preoccupazioni e dubbi sollevano tutte le questioni a oggi non normate, ma seguite con attenzione e oggetto di raccomandazioni da parte delle istituzioni che si occupano della sicurezza sanitaria. Si tratta del caso della migrazione degli oli minerali dal packaging all'alimento. Infatti, al di là delle sostanze per le quali le normative cogenti lo prevedano, ci sono dei composti che a oggi non sono ancora normati ma che hanno sollevato l'attenzione per il profilo di rischio tossicologico, se contaminanti dell'alimento. È il caso degli oli minerali (MOH), sostanze su cui da tempo si sta rivolgendo l'attenzione d'indagine. Si tratta di miscele costituite da idrocarburi saturi e idrocarburi aromatici. Con la sigla MOSH si intende appunto gli idrocarburi saturi da oli minerali, mentre i MOAH sono gli idrocarburi aromatici di oli minerali. Derivano per lo più dal petrolio greggio ma possono anche essere sintetizzati da carbone, gas naturale e biomassa. Quindi MOSH e MOAH sono contaminanti ambientali, derivanti da lubrificanti utilizzati nelle macchine agricole e da coadiuvanti tecnologici (come ad esempio lubrificanti e agenti di distacco durante processi di cottura e di confezionamento). Tra le fonti più accreditate c'è proprio il contatto con alcune tipologie di imballaggi (in particolare carta e cartone) e gli inchiostri da stampa, nel caso di utilizzo di carta riciclata. A oggi non sono stati ancora stilati dei valori limite di migrazione negli alimenti e/o di accettabilità, né disposizioni cogenti a livello europeo. Anche a livello internazionale risulta al momento difficile stabilire dei limiti condivisi in quanto i dati di tossicità risultano ancora insufficienti. Anche le linee guida o proposte di legge di alcuni paesi che da anni stanno studiando il problema non sono oggi diventate leggi. Facendo riferimento agli studi e alle applicazioni esistenti bisogna lavorare soprattutto sulla prevenzione della migrazione, scegliendo materiali opportuni. Comunque in tutti i casi è necessario operare un'adeguata valutazione del rischio. A livello nazionale, infatti, il piano di sorveglianza è gestito dal Ministero della Salute con il supporto tecnico dell'Istituto Superiore di Sanità. Gli organi di controllo dovrebbero limitarsi a svolgere un'azione di sensibilizzazione degli operatori del settore alimentare e dei produttori di MOCA verificando se nei loro programmi di autocontrollo hanno considerato e individuato misure di gestione dei pericoli derivanti da questa tipologia di sostanze chimiche.

La disciplina relativa a materiali e oggetti destinati al contatto con gli alimenti è costituita da più regolamenti che si integrano a vicenda. C erchiamo di fissare in pochi punti gli **aspetti più importanti** che bisogna considerare nel quadro vasto e articolato che è la **normativa sui MOCA.**

Cosa sono i MOCA?

I MOCA sono tutti quegli oggetti e materiali destinati a venire a contatto con gli alimenti. Per fare alcuni esempi, possiamo citare:

- macchinari per la trasformazione dei prodotti alimentari
- materiali da imballaggio
- recipienti e contenitori per il trasporto
- utensili da cucina e da tavola.

I soggetti coinvolti dalla normativa MOCA sono molteplici e si collocano lungo tutta la **catena di approvvigionamento:**

- produttori
- importatori
- distributori
- utilizzatori.

I principi generali sono definiti dal Regolamento (CE) n. 1935/2004 che rappresenta il **centro della normativa sui MOCA.** Il suo obiettivo è

NORMATIVE & AGGIORNAMENTI

escludere la possibilità che i materiali trasferiscano agli alimenti sostanze in quantità tali da:

- rappresentare un **pericolo per l'uomo**
- compromettere la **composizione, l'odore e il gusto** degli alimenti stessi.

Lo stesso regolamento si esprime anche in materia di comunicazione. Secondo la normativa MOCA, infatti, i produttori devono **assicurare una comunicazione adeguata sull'impiego dei materiali e degli oggetti fabbricati. La comunicazione si rivolge sia agli utilizzatori a valle, attraverso la dichiarazione di conformità, sia ai rivenditori e consumatori finali, attraverso l'etichettatura.**

La dichiarazione di conformità è un documento che attesta l'idoneità al contatto con alimenti che deve essere redatta dall'operatore economico, cioè la persona fisica o giuridica che nell'azienda produttrice di MOCA deve far applicare le disposizioni di legge. Questo può essere un dipendente, un consulente, o una società esterna o laboratorio (persona giuridica). Tale dichiarazione è un documento che è obbligatorio rilasciare (per il produttore dei MOCA) e detenere (per l'utilizzatore). L'unica dichiarazione di conformità che deve essere rilasciata obbligatoriamente dal produttore è quella relativa al contatto alimentare, perché prevista per legge. Va redatta in forma libera in quanto non esiste un format o modalità univoca per la sua stesura a eccezione delle materie plastiche per le quali esiste uno schema di riferimento previsto (All.IV Reg.10/2011). Non esistono termini temporali di durata sebbene sia sempre meglio prevedere (o nel caso concordare con il cliente) un aggiornamento, soprattutto se si sono avuti cambiamenti di processo, delle materie prime utilizzate o se sono sopraggiunte variazioni legislative dei test in vigore. Infine, tutta la documentazione di supporto che all'art.16 del Regolamento 1935/2004 prevede sia disponibile, può essere allegata alla dichiarazione di conformità ma non è obbligatorio.

La **normativa MOCA sulla fabbricazione** è il Regolamento (CE) n. 2023/2006 che individua una serie di buone pratiche a cui i produttori devono attenersi.

Per la conformità ai requisiti di sicurezza, infatti, devono garantire:

- **materiali** di partenza idonei al processo di fabbricazione
- **sedi** adeguate e personale preparato
- sistemi documentati di **controllo della qualità**.

Alcuni **materiali** destinati al contatto con gli alimenti, così come alcune **sostanze** di partenza utilizzate nella loro produzione, sono regolamentati da **normative specifiche**. Vediamo i testi di riferimento principali.

Materiali e oggetti in plastica.

Il Regolamento (UE) n. 10/2011 individua le norme per verificare la **composizione dei materiali plastici**. Stabilisce l'istituzione di un **elenco di sostanze** autorizzate per la fabbricazione dei MOCA in plastica e definisce le **restrizioni** per l'impiego di tali sostanze.

Materiali attivi e intelligenti.

I materiali attivi e intelligenti, che prolungano la durata di conservazione degli alimenti, sono disciplinati dal Regolamento (CE) n. 450/2009. La normativa si esprime, tra i vari aspetti, sul rilascio di sostanze negli alimenti e **sull'assorbimento di sostanze** all'interno delle confezioni.

Sanzioni e verifiche.

Come spieghiamo più in dettaglio nell'articolo dedicato alle sanzioni e alle verifiche sui MOCA, i **provvedimenti** per le infrazioni sono decisamente **onerosi**. Possono arrivare fino a 80mila € in caso di cessione di sostanze pericolose per

NORMATIVE & AGGIORNAMENTI

la salute.

Come abbiamo detto produttori e distributori di imballaggi in plastica possono essere multati fino a un massimo di 80mila € per violazione delle norme previste nel Regolamento (Ce) n. 1935/2004 e negli altri regolamenti relativi ai materiali a contatto con alimenti: n. 1895/2005 (derivati epossidici), n. 2023/2006 (buone pratiche di fabbricazione), n. 282/2008 (materiali e oggetti in plastica riciclata), n.450/2009 (materiali attivi e intelligenti), n.10/2011 (materiali e oggetti in plastica).

Tra le principali violazioni per le quali è prevista la sanzione amministrativa pecuniaria si segnalano:

- produzione e commercializzazione di prodotti che costituiscano un pericolo per la salute umana
- violazione limiti di migrazione previsti, deterioramento delle caratteristiche organolettiche, mancato rispetto delle buone pratiche di fabbricazione
- violazione degli obblighi di comunicazione, di rintracciabilità o in materia di etichettatura.

Con riferimento al regolamento 1935/2004, esso sanziona:

1) l'operatore economico che **immette sul mercato o utilizza** in qualunque fase della produzione, della trasformazione o della distribuzione **MOCA che trasferiscono ai prodotti alimentari componenti in quantità tale da costituire un pericolo per la salute umana o da comportare una violazione dei limiti di migrazione globale** laddove previsti (art. 2, commi 1 e 2);
2) l'operatore economico che **etichetta, pubblicizza, o presenta MOCA con modalità idonee a indurre in errore** i consumatori circa l'impiego sicuro e corretto dei materiali e degli oggetti in conformità della legislazione alimentare (art. 2, c. 4);
3) l'operatore economico che, avendo importato, prodotto, trasformato, lavorato o distribuito MOCA, essendo a **conoscenza della loro non conformità, non avvia** immediatamente (o comunque prima che intervenga la verifica dell'autorità competente), **le operazioni di ritiro dei prodotti difettosi**, o comunque non fornisce ai consumatori immediatamente (o comunque prima che intervenga la verifica dell'autorità competente) adeguate **informazioni sui gravi rischi per la salute umana** che possono derivare, direttamente o indirettamente, dai MOCA (art. 5, c. 1).

È altresì previsto che **l'etichettatura**, di cui all'art. 15 del Regolamento 1935/2004, debba essere redatta in **lingua italiana**, nel caso di commercio in Italia (art. 4, c. 1).

Inoltre il D.Lgs. 29/2017 introduce l'obbligo, per gli operatori economici, di comunicare **all'autorità territorialmente competente** gli stabilimenti che eseguono le attività di cui al Regolamento 2023/2006 (produzione, trasformazione e distribuzione di MOCA), a eccezione degli stabilimenti in cui si svolge esclusivamente l'attività di distribuzione al consumatore finale (art. 6, c. 1). Tale comunicazione è ricompresa nella registrazione o riconoscimento, di cui ai Regolamenti Ce n. 852/2004 e n. 853/2004, qualora applicabili (art. 6, c. 2). Gli **operatori economici che già operano** devono adeguarsi alle predette disposizioni entro 120 giorni dall'entrata in vigore del D.Lgs. 29/2017 (art. 6, c. 3).

Infine, il D.Lgs. 29/2017 disciplina la contestazione e l'estinzione di **violazioni** "**di lieve entità**" in relazione alle modalità della condotta e all'esiguità del danno o del pericolo (art. 11): in tal caso, l'organo che provvede all'accertamento procede alla contestazione ex art. 14 della Legge 689/1981, **diffidando il trasgressore a regolarizzare le violazioni**, ad adoperarsi per elidere o attenuare le eventuali conseguenze dannose o pericolose dell'illecito e fornisce al trasgressore le prescrizioni necessarie per ottemperare alla diffida. L'ottemperanza alla diffida entro il termine fissato nella stessa determina l'estinzione degli illeciti; in caso, invece, di **mancata ottemperanza**, si procede con ordinanza/ingiunzione all'irrogazione della **sanzione amministrativa** (ai sensi dell'art. 18 della Legge 689/1981). Il D.Lgs. 29/2017 rinvia, per quanto non previsto dallo stesso, alle disposizioni di cui alla 689/1981 (art. 14).

NORMATIVE &
AGGIORNAMENTI

Rimozione amianto
non come problema ma come opportunità

*a cura di **Andrea Silvetti** (Ceo di 4 Energy)*

L'amianto è stato un materiale largamente adoperato nell'edilizia per coperture di edifici e capannoni, ma anche per oggetti di uso quotidiano. La sua elevata resistenza lo ha reso un ottimo additivo per il cemento (cemento-amianto, comunemente noto come "eternit") o per vernici. La polvere di amianto costituisce un danno per l'uomo. Classificata tra le sostanze cancerogene, in seguito all'inalazione può provocare cancro o malattie respiratorie. Purtroppo, non si è ancora arrivati a una rimozione completa da tutte le costruzioni. Nel nuovo decreto Fer 1 è previsto un incentivo per il fotovoltaico rivolto alla sostituzione di tetti e coperture con completa rimozione dell'amianto, dove gli impianti FV devono avere potenza compresa tra 20 e 1.000 kW e devono partecipare ai registri. Inoltre, la superficie dei moduli installati non può essere superiore a quella della copertura rimossa. Questi impianti, oltre alla tariffa incentivante, ricevono un premio pari a 12 euro/MWh. L'energia autoconsumata non ha la tariffa incentivante "resta nella disponibilità del produttore" e quindi manca il vantaggio di poter ridurre in modo significativo la propria bolletta elettrica dell'azienda. L'incentivo è riconosciuto sulla energia immessa in rete e quindi sulle eccedenze. Tuttavia, è riconosciuto per gli impianti fino a 100 kW un premio di 10 euro per MWh sulla quota di produzione netta consumata in sito cumulabile con il premio per rimozione amianto di 12 Euro per MWh. C'è la forte esigenza di tutelare il territorio limitando l'uso del suolo agricolo. Come prescritto dal Decreto FER, è consentito l'utilizzo di cave dismesse su terreni industriali e non agricoli. È necessario favorire la riqualificazione degli immobili in particolare nelle aree industriali, molti dei quali non sono a reddito e costituiscono solo un costo per il proprietario. Inoltre, è opportuno agevolare la rimozione di eternit dai capannoni, grazie all'installazione di un impianto fotovoltaico. A questo punto cosa fare? Il cliente decide di sostenere i costi della rimozione dell'eternit e il rifacimento del tetto, per poi recuperarli attraverso la realizzazione di un impianto fotovoltaico. In questo modo si può accedere a un finanziamento bancario che verrà ripagato con i contributi GSE. Il consiglio è di rivolgersi ad un'azienda specializzata, con referenze qualificate e almeno 10 anni di esperienza nel settore. In alternativa ci si può affidare a un'impresa competente che sostiene i costi della sostituzione eternit (a fronte della cessione del Diritto di Superficie per 25 anni) e che realizza l'impianto fotovoltaico. La riduzione in bolletta può arrivare sino all'80% con tempi di rientro dell'investimento in 60/72 mesi (con la riqualificazione del tetto i tempi di rientro sono maggiori di 13/24 mesi). Le aziende posso accedere anche ad altre agevolazioni come:

- Credito di imposta del 6% (legge di bilancio 2030) per gli investimenti in beni strumentali diversi da investimenti relativi a Industria 4.0 e servizi e software digitali.
- Legge Sabatini ter con contributi in conto e interessi per 5 anni. La misura Nuova Sabatini (anche detta "Beni Strumentali") incentiva le imprese che richiedono finanziamenti bancari per l'acquisto di nuovi beni strumentali, macchinari, impianti, attrezzature di fabbrica a uso produttivo e tecnologie digitali (hardware e software). Il MISE ha previsto un rifinanziamento di 105 milioni per l'anno 2020, 97 milioni per ciascun anno dal 2021 al 2024 e altri 47 milioni di euro per il 2025, per un totale di 540 milioni di euro.
- Bandi PSR per le società agricole. Il PSR 2014-2020 della Regione Marche illustra le azioni e gli approcci prioritari per dare risposta ai fabbisogni del territorio rurale marchigiano per il periodo di programmazione che va dal 2014 al 2020. L'attuazione delle azioni previste nel PSR è cofinanziata dal Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (Feasr) e da contributi nazionali e regionali. I diversi finanziamenti previsti vengono erogati attraverso bandi.
- Bandi POR-FSER per le altre società. I finanziamenti per il territorio della Regione Marche ammontano a 585.383.288,00 €.

L'impianto fotovoltaico per l'impresa è una scelta sostenibile dal punto di vista economico e ambientale, dunque un'opportunità da cogliere per il 2020.

L'ANGOLO **SPORTIVO**

Momento delicato in Ascoli Calcio

a cura di ***Valerio Rosa***

Dopo un girone d'andata vissuto tra alti e bassi con un ottimo rendimento interno e tante amarezze in trasferta, ci si aspettava che l'inizio del girone di ritorno fosse all'insegna dell'entusiasmo e della voglia di ripartire con un altro passo. Invece è arrivata la netta sconfitta a Trapani contro un avversario che ha giocato in inferiorità numerica quasi tutto il secondo tempo. I siciliani del nuovo tecnico Fabrizio Castori, penultimi in classifica, hanno giocato con il coltello tra i denti sopperendo al minor tasso tecnico con la grinta, la corsa e il pressing. Alla fine il 3-1 è suonato come un grande campanello d'allarme in casa bianconera.

Quasi tutte le avversarie, infatti, si sono rinforzate nel mercato di riparazione o hanno cambiato tecnico, preferendo al bel gioco la concretezza e i punti per salvarsi. L'Ascoli al momento è a una sola lunghezza dalla qualificazione ai play-off e a quattro dagli spareggi playout, ma nelle ultime sette giornate ha conquistato solo cinque punti, dilapidando quanto di buono fatto in precedenza. Un bottino che la pone all'ultimo posto nella classifica proprio delle ultime sette gare di campionato.

Altro campanello d'allarme sono le operazioni di mercato in entrata. I bianconeri hanno bisogno di due centrocampisti e due terzini. Per ora è arrivato solo un ottimo trequartista, come Morosini, e un paio di ragazzi: Cosic dall'Herta Berlino e Diogo Pinto dal Benfica. Due ventenni sicuramente validi in prospettiva, ma inutili in questa fase della stagione dove servono atleti di categoria, pronti e capaci di fare la differenza.

Alla vigilia della sfida contro il Frosinone e con gli ultimi giorni di calciomercato da sfruttare al massimo (la chiusura è in programma venerdì 31 alle ore 20), il clima è abbastanza teso soprattutto dopo l'ennesima sceneggiata dell'attaccante Alessio Da Cruz che si è fatto cacciare al 93° per un fallo di frustrazione e poi è andato a inveire contro i 72 tifosi bianconeri presenti allo stadio polisportivo provinciale di Trapani. Da Cruz è stato subito messo sul mercato dalla società e ora, con il Parma proprietario del cartellino, si cercherà di trovargli una nuova sistemazione (probabilmente all'estero). Con la sua partenza certa e quella probabile di capitan Ardemagni, ceduto proprio al Frosinone in cambio del ventisettenne Marcello Trotta (quest'anno dieci presenze e nessun gol) e reduce da un fastidioso infortunio alla schiena, le preoccupazioni in casa Ascoli cominciano a essere troppe. Il calendario nel mese di febbraio propone sfide complicate con Livorno, Spezia e Pescara in trasferta e Juve Stabia e Cremonese in casa: tutte formazioni affamate di punti salvezza.

Una Samb con due volti

da candidata alla vittoria finale a una squadra da bassi play off

a cura di ***Alberto De Angelis***

La Samb torna al Riviera e incontra il Piacenza dell'ex bomber dell'Ascoli Calcio e, grazie a un poker del suo goleador Iacopo Cernigoi, i rossoblù schiantano i biancorossi con un roboante 4 a 2. Nella settimana successiva la Samb è di nuovo corsara: espugna il Manuzzi di Cesena 3 a 1 grazie ai gol di Rapisarda, Angiulli e Micelli. Per i bianconeri Borrello segna la rete dalla bandiera. La Samb è sola al terzo posto e Montero ha dato alla squadra un grande carattere e un gioco spumeggiante che non si vedeva da tanti anni in Riviera. Il sogno dura poco e si trasforma in una serie interminabile di sconfitte: Vecomp, Verona e Vicenza in casa e Padova e Reggio Emilia fuori. Clamorosi errori arbitrali e macroscopici sbagli dei portieri Raccichini e Fusc, sostituti dell'infortunato portiere titolare Santurro, fanno precipitare la Samb al nono posto. Dopo la tempesta arriva la quiete: agnello sacrificale il giovane Rimini che soccombe al Riviera grazie ai gol di Frediani e Di Massimo. A Bolzano una Samb assente in quindici minuti prende tre goal e perde senza onore delle armi. Ancora al Riviera si rivedono dei rossoblù diversi che battono 2 a 0 la Feralpisalò, costruita per vincere il campionato e con budget sei volte superiore alla Samb con Frediani e Volpicelli marcatori. A Imola un gol al 93° di Vuthay impedisce agli ospiti di espugnare il Romeo Galli, infatti al 49° Rapisarda aveva portato in vantaggio i rossoblù. Al Riviera il Gubbio subisce la legge del 2 a 0 grazie alle reti di Di Massimo e Cernigoi, ma nella successiva trasferta a Carpi la Samb perde ancora (anche se solo 1 a 0). A causa dello sciopero della Lega di Serie C, l'ultima partita dell'anno in casa con il Fano viene rinviata a mercoledì 22 Gennaio, quindi la Samb torna a giocare nel 2020. Al Nereo Rocco di Trieste i rossoblù sono eroici e vincono 2 a 1 grazie a Cerigoi e Di Pasquale, nonostante l'arbitro Daniele Paterna di Teramo che ha fatto di tutto per far perdere la Samb, concedendo un dubbio rigore agli albardati (neutralizzato dal nuovo portiere Masullo) ed espellendo ingiustamente Miceli nel primo tempo e Cernigoi nel secondo. Torna l'entusiasmo in casa Samb e nel patron Franco Fedeli, ma al Riviera si inceppa la legge del 2 a 0 e, dopo una partita senza nessun tiro in porta, la Vis Pesaro espugna il Riviera grazie a De Feo che segna la rete al 78° in contropiede e in dubbio fuorigioco. Fedeli abbandona lo stadio senza lasciare dichiarazioni.

UNICAM Università di Camerino 1336

MASTER DI I° LIVELLO

YACHT DESIGN, VELA E MOTORE

MASTER FINANZIABILE CON VOUCHER REGIONALI

Attivato dalla Scuola di Architettura e Design "E. Vittoria" dell'Università di Camerino. Le lezioni di didattica frontale inizieranno il **4 Maggio 2020** e si concluderanno entro il mese di **Dicembre 2020**.

Costruire Centro Studi e Formazione Srl in collaborazione con: Università degli studi di Camerino Scuola di Architettura e Design "E. Vittoria"
Consiglio scientifico:
Prof. Losco Giuseppe, Prof. Daniele Rossi, Dott. Luca Bradini, Dott. Andrea Lupacchini, Ing. Giuseppe Carfagna, Dott. Davide Paciotti.

REQUISITI DI ACCESSO

Il master si rivolge a **chi ha conseguito il titolo** in una delle seguenti lauree/lauree magistrali o ciclo unico:

Architettura
Ingegneria edile e architettura
Ingegneria edile/civile
Ingegneria navale
Disegno industriale (e/o sue specializzazioni)
Ingegneria meccanica.

FIGURA PROFESSIONALE

Il master intende dare una formazione specialistica nell'ambito del **design nel settore navale e nautico**, sviluppando le competenze progettuali ed ingegneristiche necessarie.

La formazione specialistica nell'ambito del design e della progettazione permetterà agli allievi di sviluppare le competenze progettiali ed ingegneristiche nautiche orientate alla realizzazione degli interni e degli spazi.

SEDE

Ascoli Piceno, Sant'Angelo Magno, viale della Rimembranza, 3.

ISCRIZIONI

La quota di iscrizione ammonta a € 6.000 da versare in due rate.

HELP DESK

di Costruire Centro Studi e Formazione per conoscere i **contributi regionali disponibili per la copertura delle spese** di iscrizione al master e/o costi di vitto e alloggio

Al termine seguirà uno STAGE DI 500 ORE con affiancamento di un tutor aziendale.

AZIENDE CHE HANNO OSPITATO IN PASSATO I NOSTRI ALLIEVI:

- CRN SPA - GRUPPO FERRETTI
- SAMARELLI STUDIO NAVALE
- ITALIAN YACHTS SRL
- CANTIERE ROSSI NAVI
- BOLICI
- SEANEST CANTIERE NAVALE
- MATTEO PICCHIO
- INO' GROUP
- ZERBINATI DESIGN
- VIUDES YACHT
- CASALI TOO DESIGN
- SOLARIS BY SERIGI
- C. BOATS
- PRO SHIP

IL TERMINE PER PARTECIPARE ALLA SELEZIONE È IL 15/03/2020

PER INFORMAZIONI SUL MASTER E PER L'HELP DESK CONTATTA COSTRUIRE CENTRO STUDI E FORMAZIONE

San Benedetto Tr. (AP)
63074 / via Pasubio, 36
tel 0735 757244
fax 0735 652633
mob 345 7307212

Civitanova Marche (MC)
62012 / via L. Einaudi, 436
tel 0733 775508
mob 335 1792663

Teramo
64100 / piazza del Carmine, 14
mob 345 7307212

info@centrostudieformazione.it - facebook.com/csformazione - **www.centrostudieformazione.it**

costruire centro studi e formazione

Regole. Persone. Sogni.

Anno nuovo vita nuova

per la teramo calcio

a cura di ***Rino Tancredi***

Anno nuovo, vita nuova. Un vecchio adagio che calza a pennello per il Teramo calcio. Due vittorie su altrettante gare disputate e un promettente + 3 in classifica rispetto al girone di andata che proiettano la navicella bianco-rossa in alta quota e consolidano quella top ten valida per i play-off, strizzando l'occhio al quinto posto non distante avvicinabile con la gara di recupero (non facile) con il Catanzaro tra le mura amiche. Ora sembra che il vento sia girato e le delusioni e i musi lunghi del girone di andata, che aveva lasciato malumori e strascichi polemici, sembrano svaniti come gli amori estivi ai primi tremori invernali. Guai comunque ad abbassare la guardia: occorre lucidità, giusti intenti e accorgimenti (seppur pochi e limitati) che potranno arrivare nella finestra del mercato di gennaio e completare la rosa dal punto di vista sia tattico che tecnico. Proprio dal mercato si attendono delle novità. Obtorto collo, non certo un mistero, che a fronte di una entrata dovrà gioco forza esserci una uscita. Notizia dell'ultima ora: l'attaccante Cianci sarà ceduto a titolo temporaneo al club modenese del Carpi militante nel girone B di serie C. Presumibilmente uno tra Martignago (Catanzaro?) e/o Minelli potrebbero lasciare Teramo. Tra gli arrivi, ufficializzato l'esterno sinistro italo belga Fiori, già allenato da Tedino a Palermo e reduce da 27 gare con l'Imolese nella scorsa stagione in C. Un terzino in grado di far rifiatare Tentardini e colmare quel vuoto lasciato dopo l'infortunio di Di Matteo. In avanti con la partenza di Cianci, i nomi che circolano e si rincorrono da diverso tempo sono quelli di Curiale e Barisic entrambi tesserati con il Catania. Il primo è di difficile lettura in quanto ha manifestato la volontà di rimanere agli etnei per dare a Barisic qualche chance in più. Il nome suggestivo, che stuzzica la fantasia, è quello del frusinate Citro. La trattativa appare difficile visto le richieste del giocatore sia del Bari che del Pescara che non ha ancora mosso i passi. Così come la richiesta formulata al Pescara per Brunori, ma la società del delfino ha declinato adducendo a una già promessa fatta alla Juventus U.23. Da fonti patavine invece risulta la richiesta ufficializzata per l'ex Carpi Mokolu in uscita dalla società biancoscudati. La dirigenza teramana è vigile sul mercato. Lavora alacremente per portare in casa quei profili validi, in grado di ridisegnare la squadra e compiere il salto di qualità: qualificarsi ai play-off e ottenere posizioni migliori nella griglia. Seguiremo gli sviluppi. Intanto si veleggia con il vento in poppa e con il destino propizio, che possa portare il Teramo sempre più in alto a danzare con le stelle.

Fermana Calcio

Da Flavio Destro a Mauro Antonioli

a cura di ***Paolo Gaudenzi***

Nei mesi scorsi la Fermana, contro ogni pronostico della vigilia, ha girato la pagina sportiva caratterizzata da una lunga e felice gestione nel segno del tecnico piemontese, già nel Piceno come terzino, che ha abbracciato nei decenni scorsi la causa dell'Ascoli Calcio. I propositi estivi canarini sono votati, dopo due apparizioni felici in Serie C, a un gioco più spumeggiante e meno arroccato, passante per un 4-3-3. Fatta salva l'illusoria vittoria all'esordio di campionato in casa e contro il Ravenna, i risultati si sono subito inceppati facendo ripiombare i gialloblù in una cupa realtà caratterizzata dalla pressante esigenza di ritornare all'uso di un'affilata sciabola per riporre nel cassetto il preventivato ed estetico fioretto corteggiato durante il ritiro. Esperimenti tattici non conditi dai risultati auspicati, presunti dissapori interni allo spogliatoio e, tappa di chiusura dell'era Destro, la capitolazione interna contro l'Imolese hanno portato all'amaro epilogo di metà ottobre. La Fermana Football Club ha sollevato dall'incarico di allenatore della Prima squadra colui che ha dapprima traghettato i canarini dai play out della Serie D alla sponda opposta, quella dei play off dibattuti e persi con più di una polemica a Fano, per poi dominare il torneo alla ripartenza delle danze di campionato, precisamente quelle del girone F. Infine Fermo è tornata tra i circuiti professionisti dopo ben undici anni dall'ultima apparizione dei gialloblù nel salotto buono del calcio italiano. Salvezza tranquilla da matricola, spareggi con vista cadetteria, la stagione a venire (seppur con la griglia utile per il salto in B del tutto allargata rispetto ai canonici standard) è un trend in costante crescendo che è valso il rinnovo del rapporto, con un biennale firmato nel maggio scorso. Come noto però, il calcio non vive di romantici ricordi e per il proseguo del cammino corrente giunge a Fermo l'ex timoniere del Ravenna e della Reggio Audace, Mauro Antonioli. Il nuovo tecnico ha portato subito un raggio di sole nell'ambiente con il pareggio di Modena nel posticipo del monday night autunnale. Anch'egli cade nel risucchio di un vortice che pare proprio non mollare la Fermana edizione 2019/20 che patisce le sconfitte sin dall'arrivo di settembre più per una serie sconfinata di episodi sfavorevoli che di valutazioni sbagliate. Antonioli testa diversi moduli: manda in campo, responsabilizzandoli, anche i giocatori poco utilizzati da Destro. Prova quindi sull'erba varie ipotesi di undici ma i canarini non volano, anzi spesso diventano cagionevoli prede altrui e paradossalmente anche al Recchioni (fino a pochi mesi alle spalle fortino inattaccabile per le prime forze della graduatoria). Con l'arrivo di dicembre, finalmente, la Fermana ha la sensazione di marciare sulla strada giusta grazie a prestazioni toniche e risultati convincenti. La squadra ora ha più assetti tattici rodati da sfoderare alla bisogna. È tornata a graffiare l'avversario, è "sporca e cattiva", tipico del suo dna dagli sviluppi migliori, pur non rinunciando alle fiammate dei singoli (con Massimo D'Angelo vero e proprio fromboliere nel pareggio a reti inviolate maturate davanti alla corazzata capolista Vicenza). La classifica di oggi non risente dell'affanno patito nelle settimane scorse e magari con qualche ulteriore operazione di mercato, che puntella al meglio la rosa, la palude della lista potrà davvero rimanere un brutto ricordo. Questo nonostante la beffa patita sabato 18 gennaio al nord della penisola, con i canarini ancora una volta abili a imbrigliare una nobile di torneo, beffati però nel cuore del recupero dall'1-0 della Feralpisalò. Da non fallire ora i due impegni condensati in pochi giorni, cioè il recupero infrasettimanale di Ravenna e il match contro il Piacenza del prossimo fine settimana: un passaggio che potrà dimensionare la compagine gialloblù per la coda di stagione.

COMMERNEWS
BIMESTRALE DI INFORMAZIONE ECONOMICA

Gli spazi pubblicitari DI COMMERNEWS

CommerNews, edito da CommerFidi, è il bimestrale online di informazione economica e approfondimento sulla realtà finanziaria locale. Il magazine ha un raggio di azione territoriale che interessa l'area compresa tra la provincia di Ancona e quella di Pescara.
La rivista si rivolge ai commercialisti e ai consulenti del lavoro, alle aziende e ai professionisti, alle banche e alle agenzie immobiliari e ai soci Commerfidi – Cooperativa di Garanzia.

È possibile consultare il magazine direttamente sul sito www.commerfidi.com/magazine o tramite newsletter che raggiunge più di **18.000 persone**.

CommerNews mette a disposizione delle aziende interessate un'ampia e articolata offerta di comunicazione che prevede pubbliredazionali e spazi pubblicitari di diversi formati, oltre a banner dedicati inseriti in posizione strategica sulla newsletter.

- [-] pagina **intera € 1200**
- [-] **mezza** pagina **€ 600**
- [-] **piedino o torre € 150**
- [-] Newsletter **BANNER € 300**

Non esitate a contattare i nostri uffici allo **0735.757259**
o mandateci una mail all'indirizzo **info@commerfidi.com**

BANNER 1280x400px

PIEDE 210x50mm **O TORRE** 100x180mm

MEZZA PAGINA 210x140mm

PAGINA 210x280mm

Commerfidi, in accordo con l'agenzia di comunicazione **athenaconcept**, mette a disposizione delle aziende interessate un listino riservato per la realizzazione delle creatività.

I costi comprendono gli esecutivi. Il materiale fotografico è fornito dal cliente, nel caso in cui questo non fosse disponibile, è possibile valutare la quotazione di scatti fotografici realizzati ah hoc.

- [-] pagina **intera € 600**
- [-] **mezza** pagina **€ 350**
- [-] **piedino o torre € 200**
- [-] Newsletter **BANNER € 200***

*il **banner della newsletter è omaggio** nel caso in cui si acquistino più spazi pubblicitari di diverso formato o venga richiesto lo sviluppo di differenti creatività.

Commerfidi Società Cooperativa | Iscrizione Ufficio Italiano Cambi n° 27528 | Numero R.E.A. 106764 | Iscr. Albo Società Cooperative n° A141129 | Cod. Fisc. e Partita IVA 01014780447

commerfidi
cooperativa di garanzia

San Benedetto del Tronto
via Pasubio, 36
63074 San Benedetto del Tronto (AP)
tel 0735 757259 - fax 0735 652633

Civitanova Marche
via L. Einaudi, 436
62012 Civitanova Marche (MC)
tel 0733 775508 - 335 1094132

Teramo
p.zza del Carmine, 14
64100 Teramo (TE)
tel 337 461010

www.commerfidi.com
info@commerfidi.com