

PARMA TERZIARIA

PERIODICO DI OPINIONI DEL COMMERCIO, TURISMO E SERVIZI DI ASCOM PARMA

NEWS

N.19-12/2012

- › TURISMO: I RISULTATI DELLA CAMPAGNA DI PROMOZIONE DELL'ALTA VAL TARO
- › UNA VALANGA DI VOTI PER L'INIZIATIVA "VOTA LA PIZZERIA PREFERITA DI PARMA E PROVINCIA"

All'interno
il NOTIZIARIO,
vademecum
per l'associato

IL PRESIDIO DEI COMMERCianti

› L'Associazione in piazza insieme agli operatori del centro storico per chiedere al Comune maggiore attenzione e dire basta a provvedimenti inutili e dannosi per il commercio



SID Parma



SOLUZIONI HARDWARE E SOFTWARE PER OGNI TIPO DI ATTIVITÀ, BILANCE, ATTREZZATURE PER LA LAVORAZIONE DEGLI ALIMENTI E SISTEMI ANTITACCHEGGIO



attrezzature per la lavorazione dei degli alimenti



sistemi antitaccheggio



bilance elettroniche



sistemi computerizzati di cassa per negozi e ristoranti



sistema computerizzato di cassa

CENTRO ACCREDITATO DALLA CCIAA DI PARMA PER LA VERIFICA METRICA PERIODICA SU TUTTO IL TERRITORIO NAZIONALE

PARMA - Via Traversante S. Leonardo, 13/a - Tel. 0521.776498 - Fax 0521.776562

FIDENZA (PR) - Via Cavour, 79 - Tel. 0524.533273

PIACENZA - Via Emilia Pavese, 137 - Tel. 0523.498057

E-mail: servizioqualita@sidparma.it - www.sidparma.it

PARMA TERZIARIA

PERIODICO DI OPINIONI DEL COMMERCIO, TURISMO E SERVIZI DELL'ASCOM PARMA

NEWS N.18 - 10/12/2012

TURISMO: I RISULTATI DELLA CAMPAGNA DI PROMOZIONE DELL'ALTA VAL TARO

UNA VALANGA DI VOTI PER L'INIZIATIVA "VOTA LA PIZZERIA PREFERITA DI PARMA E PROVINCIA"

All'interno
il NOTIZIARIO,
vademecum
per l'associato

IL PRESIDIO DEI COMMERCianti

L'Associazione in piazza insieme agli operatori del centro storico per chiedere al Comune maggiore attenzione e dire stop a provvedimenti inutili e dannosi per il commercio

ASCOM CONFcommercio

SEDI ASCOM

PARMA Via Abbekeratoia, 63/A
tel. 05231 2986 - fax 0521 298888
info@ascom.pr.it

FIDENZA Via Repubblica, 25
tel. 0524 522485 - fax 0524 527706

BORGOTARO Via Nazionale, 72
tel. 0525 96283 - fax 0525 96935

SALSOMAGGIORE Via Valentini, 2
tel. 0524 571764 - 577044
fax 0524 574176

PARMA TERZIARIA

NEWS

Reg. Trib. Parma n. 305 del 20-06-1958
Spedizione in abbonamento postale
D.L. 353/2003 (cont. in L 27/2/2004 n. 46) art. 1,
comma 1, dcb Parma - Contiene I.P.

Editore
Edicta p.s.c.r.l.
via Torrente Termina, 3/b - PARMA
Nº iscrizione al ROC: 9980
Registrazione ISSN: 1592-6230

Redazione
via Torrente Termina 3/b - PARMA
Tel. 0521251848 - Fax 0521907857
e-mail: ilmese@edicta.net

Direttore responsabile
Ugo Margini - info@ascom.pr.it

Coordinamento editoriale
Erika Varesi - varesi@edicta.net

Art director
Pietro Spagnulo - spagnulo@edicta.net

Tiratura 8.000 copie
Chiuso in tipografia il 12/12/2012

CARIPARMA
CRÉDIT AGRICOLE

04 IN BREVE

Assemblea nazionale
Assocamp
Federalberghi su tassa di soggiorno

06 PRIMOPIANO

Commercianti in piazza per dire basta a politiche vessatorie

10 PRIMOPIANO

Turismo in Alta Val Taro: la collaborazione premia

12 FORMAZIONE

Turismo e accoglienza per Val Taro e Val Ceno

13 SOLIDARIETÀ

A sostegno delle imprese colpite dal terremoto

14 L'INIZIATIVA

Sondaggio pizza: premiata qualità e professionalità

15 BOTTEGHE STORICHE

Giovanna Premiazioni, sul gradino più alto del podio

16 È SUCCESSO

La tipicità nel piatto: sfida ai fornelli tra Friuli e Emilia

17 GRUPPI

Al November Porc la fragranza del pane artigianale

18 DALLA PROVINCIA

Il Natale dà appuntamento nel centro storico del Borgo

19 NOTIZIARIO

Il Vademecum dell'Associato

**EDITORIALE****Crisi e reazione alla crisi: l'unità dei commercianti**

Secondo l'ultimo sondaggio effettuato ad inizio dicembre dal Censis, questo sarà il Natale delle tre "r": risparmio, rinuncia e rinvio, diventate per necessità le direttive dei comportamenti attuali. Così secondo il rapporto sui consumi di Natale dell'Ufficio Studi Confcommercio, ogni famiglia spenderà in questi giorni il 13% in meno delle tredicesime rispetto al 2011. Tra Imu, bollo auto e canone Rai, le tasse saranno in crescita del ben 94,5%.

I numeri parlano da soli. L'aumento della pressione fiscale e una domanda interna ferma ormai da anni ha acuito gli effetti recessivi su famiglie e imprese, tendenza che ricadrà anche su questo Natale.

In questo contesto poco rassicurante c'è però chi non vuole perdere la speranza; c'è un settore, quello del terziario che vuole funzionare, essere parte vitale, provare a dare una propria risposta a questa crisi, a patto di non essere lasciato solo. La manifestazione che ha visto scendere in piazza per la prima volta i commercianti di Parma uniti nel voler essere presenti, nel voler far sentire la propria voce, nel voler partecipare attivamente alle scelte che li riguardano, ne è l'esempio. Davanti a politiche che vanno ulteriormente a peggiorare il quadro già fortemente critico si è deciso di agire tutti insieme, Associazione di categoria e operatori, consapevoli della forza del gruppo: una voce forte, una rappresentanza unita di cui non è possibile non tenere conto. Se si vuole ridare fiato alle piccole imprese e quindi alle famiglie è necessario cominciare ad ascoltare le loro esigenze.

Ugo Margini, Presidente Ascom Parma

CATEGORIE

Il mercato del camper è in flessione, tengono l'usato e il noleggio

Il mercato del camper è in flessione; tiene quello dell'usato e il noleggio. È quanto emerso nel corso dell'Assemblea nazionale di Assocamp svoltasi lo scorso 26 novembre a Parma in presenza dei soci e di tutti i partner dell'associazione. Il Presidente Vittorio Dall'Aglio ha esposto un ampio resoconto della situazione del comparto, riferendo sul momento di crisi del mercato del nuovo. Si sono invece rivelati in controtendenza i numeri delle vendite dell'usato e del noleggio, settori in grado di attrarre in particolare chi si avvicina per la prima volta al mondo del camper, grazie ai costi di partenza più bassi rispetto al nuovo. Per garantire maggiormente gli acquirenti sulla durata del mezzo e sul servizio, Assocamp ha inoltre messo online il sito www.camperissimi.it, dove l'utente può trovare le offerte di usato presenti nelle concessionarie associate. Il mercato di Parma nello specifico tiene meglio di quello nazionale, rafforzato dalla presenza della Fiera del Camper in settembre (riconfermata anche per il 2013). Dall'Aglio ha poi rimarcato il successo di vendita, proprio durante la fiera, dei voucher che permettevano, con 99 euro, di fruire di un camper per un weekend. L'edizione 2012 ha visto la vendita di 2500 voucher, un migliaio in più rispetto l'anno scorso. «È da sottolineare - afferma Dall'Aglio - l'azione di Assocamp, rivolta ad unire in sinergie continue tutta la filiera, collegamento fondamentale soprattutto in questo periodo difficile per il mercato».



NEWS

Federalberghi Parma su tassa di soggiorno

DECISIONE INOPPORTUNA E DANNOSA PER IL NOSTROTURISMO

«In un periodo così difficile per il nostro settore, che ora più che mai avrebbe bisogno del sostegno concreto del Comune, l'intenzione di voler applicare la "Tassa di Soggiorno" ci sembra al contrario una decisione inopportuna e dannosa per il sistema turistico della nostra città». È questa la posizione di Federalberghi Parma spiegata dal presidente Emilio Incerti, in seguito alla decisione del Comune di Parma di inserire la tassa di soggiorno nel bilancio 2013, a partire dal 1° luglio. «Questa nuova tassa, di fatto - spiega Incerti - va ad incidere sulla competitività delle imprese alberghiere della città che si ritroveranno in difficoltà nei confronti di destinazioni concorrenti dove la tassa non viene applicata, come per esempio a Reggio Emilia, Piacenza, Salsomaggiore Terme, Cremona e Mantova. Oltre a quanto evidenziato, deve essere valutato che, le nostre strutture alberghiere hanno già comunicato ai vari tour operator i prezzi delle camere per il 2013 e pertanto, la Tassa di Soggiorno dovrà essere interamente assorbita dalle aziende stesse».

CAPETTA ALIMENTARI
I GIOIELLI

“TELEFONACI, SARAI SERVITO!”

Ingrosso uova, salumi,
formaggi, alimentari vari

CAPETTA Rag. Valerio e C. s.n.c.

Via Bertolotta, 34 - Ronco Campo Canneto (PR) - tel. 0521 872956 - fax 0521 371610
www.igioiellialimentari.com - paladini.fiorenza@email.it



Si comunica che in occasione delle feste natalizie
gli uffici di Ascom Confcommercio Parma
 (sede provinciale e sedi periferiche)
resteranno chiusi nelle giornate di
lunedì 24 e lunedì 31 dicembre

A tutti gli associati l'augurio di un

Buon Natale
e un
Sereno Anno Nuovo



■■■ Ascom Parma ora anche su Facebook

Un nuovo canale per comunicare con tutti gli associati e più in generale con tutti coloro che navigano sul web. Dal mese di novembre Ascom Parma ha aperto la propria pagina Facebook all'interno della quale è possibile leggere tutti gli aggiornamenti dell'Associazione: news, appuntamenti, novità per il settore. Lo strumento permetterà di rafforzare la comunicazione online di Ascom, e sviluppare ulteriormente la diffusione delle esigenze, ma anche delle iniziative del terziario sul territorio.



LA BELLA NOTIZIA: ASCOM SOSTIENE LO SPORT



ASCOM VIVE E LAVORA OGNI GIORNO AL FIANCO DI TUTTI I CITTADINI, CONDIVIDENDONE LE PASSIONI. NON TRASCURA PERCIÒ I MOMENTI DI CRESCITA DELLA VITA, COME DIMOSTRA IL SODALIZIO SIGLATO CON IL NUOTO CLUB '91: L'ASSOCIAZIONE HA INFATTI "VESTITO" I 150 ATLETI DELLA SQUADRA PARMIGIANA. A DARE RILIEVO ALLA COLLABORAZIONE È STATA LA CERIMONIA TENUTA IN COMUNE, ALLA PRESENZA DELL'ASSESSORE ALLO SPORT MARANI

La manifestazione nata dall'inasprimento dei blocchi del traffico

Commercianti in piazza per dire basta a politiche vessatorie

LO SCORSO 29 NOVEMBRE 300 COMMERCIAINTI DEL CENTRO STORICO DI PARMA, IN RAPPRESENTANZA DELLE OLTRE 700 FIRME RACCOLTE, SI SONO RITROVATI DAVANTI ALLA SEDE COMUNALE PER ESPRIMERE TUTTO IL PROPRIO DISAPPUNTO IN MERITO A PROVVEDIMENTI DI LIMITAZIONE AL TRAFFICO CHE STANNO AGGRAVANDO ULTERIORMENTE LA SITUAZIONE DEL COMMERCIO. SI CHIEDE PIÙ ASCOLTO E COLLABORAZIONE

I commercianti del centro storico di Parma uniti nella manifestazione sotto i Portici del Grano. Sotto il presidente Margini consegna la raccolta firme al Sindaco Pizzarotti



Uniti e decisi a far sentire la propria voce. Per la prima volta Ascom Confcommercio Parma insieme ai commercianti è scesa in piazza per portare all'attenzione pubblica quello che sta succedendo alla nostra città e al suo commercio. Circa 300 operatori si sono dati appuntamento giovedì 29 novembre sotto i Portici del Grano, di fronte al palazzo Comunale, per ribadire il proprio malcontento nei confronti di precise azioni intraprese dall'amministrazione, provvedimenti ritenuti inutili per alcuni aspetti e per altri ulteriormente aggravanti la situazione del commercio al dettaglio. «Quello che i commercianti oggi chiedono è semplicemente di essere messi nella condizione di poter lavorare - è il commento di Ugo Margini, presidente Ascom Parma - Al contrario stiamo assistendo a una serie di provvedimenti che stanno aggravando ulteriormente la situazione delle nostre aziende. **L'inasprimento dei blocchi del traffico, da cui è partita la nostra manifestazione, è solo uno di questi esempi. Penso infatti alla pressione fiscale, alla burocrazia e agli adempimenti cui un'attività commerciale deve far fronte.** Prendiamo per esempio il nuovo regolamen-

Margini: «Quello che gli operatori chiedono è di essere messi nelle condizioni di poter lavorare»

Le testimonianze

Si sono esposti in prima persona per testimoniare le proprie difficoltà e chiedere maggiore collaborazione all'amministrazione comunale. La manifestazione dei commercianti è anche on line sul canale You Tube di Ascom www.youtube.com/AscomParmaVideo

Per condividere il video
<http://www.youtube.com/watch?v=7RpRrRfW6sA>



to dei Pubblici Esercizi varato dal Comune di Parma che impone nuovi obblighi burocratici e costi che sicuramente non facilitano lo svolgimento della propria attività. Non parliamo poi della tassazione, la Cosap e l'Imu, a Parma tra le più elevate in assoluto». «Essere commercianti oggi non è facile - aggiunge Margini - quello che chiediamo è semplicemente di essere ascoltati e di considerare le nostre istanze, perché se i negozi chiudono con loro muore anche il centro storico, la sua vivibilità e la sua sicurezza».

La crisi del commercio a Parma non si nasconde: al 30 giugno di quest'anno, e dunque in soli 6 mesi, nel comune di Parma

Anche la pressione fiscale, la burocrazia, la tassazione locale pesano fortemente sulle attività commerciali, già in difficoltà a causa della crisi dei consumi

hanno chiuso i battenti ben 185 imprese con un saldo negativo rispetto alle iscritte di -79 (dati Camera di Commercio di Parma). In particolare nell'area del centro storico, fe-



I DATI

Novantatre i negozi sfitti oggi nel centro storico di Parma

La contestazione dei commercianti arriva infatti al termine di un anno di seria difficoltà per tutti gli esercenti, come fotografato dal Centro Studi di Ascom su elaborazione dei dati CCIAA per il primo semestre 2012. Il settore commerciale ha visto in tutta la provincia una contrazione delle iscrizioni di nuove attività, con un saldo negativo tra nuovi iscritti e attività cessate di 171 unità. In particolare i venditori al dettaglio nella provincia fanno registrare un saldo di -101 attività; nel solo territorio comunale di Parma sono -46, su un saldo complessivo del settore del commercio di -79.

I numeri riportano fedelmente lo stato di crisi in cui il settore versa, con conseguenze spesso ben evidenti. Nel centro di Parma a causa della contrazione dell'economia, ma anche di politiche non sempre felici, si conta un numero sempre più crescente di vetrine vuote. Sono in tutto 93 i negozi sfitti nel centro cittadino, dei quali ben 33 in Oltretorrente.

Bisogna poi ricordare che dietro alla chiusura di tante attività vi è anche una ripercussione occupazionale: nel primo semestre 2012 rispetto al semestre precedente il commercio ha registrato un calo nella domanda di lavoro pari all'11%.

Il contesto comunale di Parma

Fotografia negozi sfitti in centro storico a Parma



nomeno mai registrato precedentemente a Parma, si contano 93 negozi sfitti, oltre 10 unità in più rispetto alle 83 saracinesche abbassate che si contavano a settembre.

In risposta a questa grave situazione non sono però state attivate dall'Amministrazione Comunale politiche a supporto delle imprese in difficoltà, ma anzi si è andati ulteriormente a peggiorare il quadro già fortemente critico attraverso ad esempio l'inasprimento delle già pesanti misure di limitazione al traffico imposte dall'Accordo regionale per la Qualità dell'Aria.

La manifestazione è nata dalla volontà degli stessi commercianti di esprimere in prima persona il malcontento generale che si respira in città. Le istanze che negli anni abbiamo portato avanti come Associazioni di Categoria infatti sono l'espressione della volontà degli operatori, spesso della maggioranza di loro, oggi della quasi totalità che ha sottoscritto un documento che evidenzia la necessità di una strategia di più ampia prospettiva in grado di rispondere alle diverse necessità di apertura del centro.

>>



Quello che Ascom chiede pertanto all'Amministrazione è di revocare gli ultimi inasprimenti del blocco del traffico (politiche sterili per limitare i livelli di inquinamento: gli stessi dati ARPA dimostrano come i livelli di PM10 siano rimasti sotto la soglia già a partire da mercoledì 28 novembre grazie alle forti piogge e che gli stessi provvedimenti di chiusura di giovedì 15 e 22 novembre non abbiano portato alcun beneficio in quanto il valore di pm10 registrato nella giornata immediatamente successiva è stato costantemente sopra i livelli di guardia) e di valutare, come già richiesto, l'apertura delle zone ztl nelle fasce pomeridiane della settimana e del sabato, contestualmente alla creazione di nuovi parcheggi, all'abbassamento dei prezzi degli stessi, all'incentivazione di auto elettriche, gpl e metano, all'ammodernamento degli impianti di riscaldamento in edifici pubblici e privati.

Richieste consegnate durante la manifestazione al Sindaco di Parma Federico Pizzarotti e sostenute da circa 720 firme raccolte alle quali si sarebbero potute aggiungere anche quelle dei 93 negozi che in questi mesi non sono riusciti a sopravvivere e che pertanto oggi sono chiusi: una voce cui l'Amministrazione non può non dare ascolto.



Il Documento sottoscritto da oltre 700 firme

SIAMO CONTRO I BLOCCHI DEL TRAFFICO

Perchè è dimostrato che non servono per limitare in modo sensibile i livelli di inquinamento: "una giornata di blocco del traffico è una misura inefficace e incide soltanto sull'1,5% del Pm10 giornaliero", lo dichiara* Enzo Lucchini, Presidente Arpa Lombardia. La scelta di ampliare ulteriormente le limitazioni di accesso al centro storico non fermerà l'inquinamento autostradale né quello del traffico cittadino complessivo, ma contribuirà ulteriormente in modo determinante a danneggiare gli operatori che hanno la "sfortuna" di lavorare in centro storico favorendo, al contrario, outlet e centri commerciali.

La scelta dell'Amministrazione comunale di Parma di inasprire ulteriormente le già pesanti misure di limitazione al traffico non porterà alcun reale beneficio. Tra i provvedimenti attuati, particolarmente penalizzanti saranno le limitazioni alla circolazione estese, nelle giornate del giovedì anche ai veicoli euro 3 ed euro 4 che, a nostro avviso, così come più volte ribadito all'Amministrazione comunale, non solo non potranno risolvere il problema dell'abbattimento del Pm 10 all'interno della città, ma sposteranno soltanto, incrementandolo, il flusso veicolare sull'anello dei viali di circonvallazione.

Analoga contrarietà esprimiamo nei confronti della scelta di estendere, nelle domeniche stabilite a livello regionale, la limitazione al traffico ai veicoli euro 3 ed euro 4 **senza prevedere un contestuale aumento del servizio autobus e la possibilità di accesso diretto ai parcheggi di servizio al centro con abbattimento dei relativi costi**. Anche l'estensione del blocco ad ulteriori domeniche ci vede contrari, come ad esempio, quella prevista per il 13 gennaio, seconda domenica di saldi, che porterà solamente un indiscutibile vantaggio per i centri commerciali e gli Outlet favoriti dalla posizione e da ampi e gratuiti parcheggi.

Riteniamo che ciò di cui ha veramente bisogno la città non siano provvedimenti fine a se stessi che, se da un lato costituiscono un danno certo per il comparto commerciale, dall'altro non producono alcun beneficio reale alla soluzione dell'inquinamento, quanto piuttosto una strategia a lungo termine e di più ampia prospettiva in grado di rispondere alle diverse necessità e che preveda ad esempio:

- . La creazione di nuovi parcheggi
- . L'abbassamento dei prezzi dei parcheggi
- . L'incremento dei servizi di trasporto pubblico a prezzi convenzionati
- . L'incentivazione di auto elettriche, gpl e metano
- . Ammodernamento degli impianti di riscaldamento in edifici pubblici e privati

Riteniamo infine che il sondaggio in corso "Tanto per l'aria che tira" non sia lo strumento corretto per comprendere la volontà cittadina per quanto riguarda metodo e contenuti adottati poiché di fatto impedisce a coloro che si trovano in disaccordo, di esprimere la propria contrarietà alle misure adottate dal Comune.

* Corriere della Sera on line del 4 ottobre 2011

Per rilanciare i consumi e investire in una "nuova" economia del turismo

Turismo in Alta Val Taro: la collaborazione premia

BUONI I RISULTATI DEL PROGETTO PROMOSSO DA ASCOM PARMA IN COLLABORAZIONE CON PROVINCIA E I SEI COMUNI DELL'AREA MONTANA. DOPO 8 MESI DI "Sperimentazione" CRESCONO I TURISTI. CIÒ CHE ATTIRA MAGGIORMENTE: GASTRONOMIA, AMBIENTE , ACCOGLIENZA E OSPITALITÀ



Da quest'anno l'Alta Val Taro è più vicina. A dirlo sono i tanti nuovi visitatori giunti in valle grazie anche all'iniziativa promozionale che Ascom Confcommercio Parma attraverso Parma Incoming ha sviluppato negli ultimi mesi per questo territorio. In collaborazione con la Provincia di Parma e i Comuni dell'Alta Val Taro (Albareto, Bedonia, Berceto, Borgo Val di Taro, Compiano, Tornolo) il progetto ha cercato di mettere in rete le varie iniziative dell'alto territorio vallivo per aumentarne la risonanza in ambito nazionale. Una campagna promozionale che si è avvalsa dei più disparati media: trasmissione di spot su canali televisivi e radiofonici, banners pubblicitari sui maggiori siti d'informazione, video sul canale Youtube di Ascom e comunicazione attraverso il più popolare dei social network, Facebook. Al vertice di questi sforzi vi è stato l'ampio spazio dato alle rassegne sul sito web curato dalla Provincia, www.eventi.parma.it, il quale ha rappresentato, con le sue 9100 visite, un fruttuoso bacino collettore.

Basandosi sui dati del 2011 che attribuivano il 25,7% dei visitatori dell'Alta Val Taro alla Lombardia (secondi solo a quelli emiliano-romagnoli), Ascom ha deciso di spingere molto nella comunicazione verso quella regione, coinvolgendo radio e televisioni locali. Per avere un riscontro immediato sono stati fatti compilare a campione questionari ai visitatori. E i primi dati hanno gratificato la via intrapresa: i turisti pervenuti alle manifestazioni Primavera e Autunno in Alta Val Taro hanno registrato il 49% di presenze lombarde e il 36% è venuto a conoscenza della Val Taro tramite internet e altri media.

L'ultima campagna promozionale si è concentrata sulla Lombardia e sono stati ben il 49% i turisti arrivati da questa regione

Le interviste ai visitatori riportano anche che l'area è frequentata prevalentemente per trovare relax e riposo, soprattutto alla ricerca dei sapori tipici della zona, in primis quello del fungo porcino. Proprio l'offerta culinaria ha ottenuto un giudizio medio molto alto nelle valutazioni che i turisti hanno fornito, staccando di poco le altre voci indagate (accoglienza e ospitalità, possibilità di relax, varietà del patrimonio culturale, qualità e tipo di sistemazione).

Il progetto è ben visto anche dagli operatori, come dimostrano le parole del Presidente del CCN di Bedonia, Katia Sbarbori, la quale

Sbarbori CCN Bedonia: «Eventi non sovrapposti e pubblicità reciproca efficaci contributi per il rilancio dell'area montana»

definisce incoraggiante l'intervento di Ascom per la valorizzazione dell'Alta Val Taro e si dice «contenta di vedere persone che si interessano ancora al bene della valle». «Inoltre - continua Sbarbori - auspico il proseguimento della collaborazione con i comuni limitrofi, dimostrarsi proficua: l'organizzazione di eventi non sovrapposti e la pubblicità reciproca sono efficaci contributi al rilancio della nostra area montana».

Oltre al supporto dato al progetto da parte della Provincia, è proprio da sottolineare la validità della sinergia che si è instaurata tra i sei comuni, in grado di trovare nell'unità d'intenti la via d'uscita al periodo economicamente difficile in cui ci si trova. Come ricordato dal direttore di Ascom Enzo Malanca. «l'obiettivo è quello di sviluppare nuovi flussi turistici», di fondamentale importanza per il rilancio economico del comparto. Si intende perciò insistere nella creazione di una "squadra" di enti, valorizzando in particolare gli aspetti che caratterizzano maggiormente l'Alta Val Taro, aspetti che la rendono area unica ed inimitabile: gastronomia e ambiente.



PUNTI DI VISTA



ALBARETO Sindaco Ferrando Botti: «La campagna promozionale portata avanti assieme ad Ascom ha dato risultati molto validi, riuscendo a rendere protagoniste, attraverso i media come Internet, le nostre peculiarità, soprattutto il porcino. Il resto d'Italia e del mondo conosce la valle come Alta Val Taro e non nei nomi dei singoli comuni: ad Ascom va il merito di aver spinto verso la comunicazione in questo senso, unendoci in un'unica squadra».



BEDONIA Assessore al Commercio Gianpaolo Serpagli:

«Il mio giudizio alla campagna di marketing centrata sulle caratteristiche principali della nostra terra è ottimo. Gli spot promozionali hanno felicemente convogliato verso i potenziali visitatori lo spirito della valle e il successo dell'operazione è ravvisabile nell'incremento sensibile delle presenze nel territorio. La collaborazione è stata efficace anche per l'elevata competenza messa in campo dall'Associazione».



BERCETO Assessore al Turismo Gabriella Brusini:

«Gli sforzi intrapresi dai sei comuni, culminati nella campagna promozionale, hanno dimostrato l'importanza che le istituzioni devono dare alla comunicazione. È di grande aiuto investire molte energie su questo aspetto, sia coinvolgendo i giovani con Internet, sia raggiungendo i più anziani con mezzi più "tradizionali"».

BORGO VAL DI TARO Sindaco Diego Rossi:

«L'iniziativa ha dato una grossa mano nel coordinare gli sforzi dei sei comuni dell'Alta Val Taro, aiutandoli ad accordarsi sulla pianificazione degli eventi e ad avere un'idea dell'identità del turista tipo che viene a farci visita. I dati parziali confermano un miglioramento nel numero delle visite, il che ha comportato positive ripercussioni sull'economia. Auspico che la collaborazione con Ascom continui anche nel 2013».



COMPANO Assessore al Commercio Mauro Cardinale:

«Valuto positivamente tutto ciò che mette in luce le tipicità del nostro territorio, soprattutto quelle che ci contraddistinguono dal punto di vista ambientale e gastronomico, senza dimenticare il lato storico artistico rappresentato dal nostro bellissimo borgo. L'iniziativa con Ascom ha portato nuovi visitatori, una vera boccata d'aria fresca per l'economia della zona in un momento di crisi come quello attuale».

TORNOLO Sindaco Maria Cristina Cardinali:

«La messa in rete dell'iniziativa dei comuni, le sinergie che si sono create, il coordinamento da parte di Ascom sono tutti fattori positivi che hanno portato all'Alta Valle del Taro una maggiore visibilità. Per quanto ci riguarda, riuscire a far giungere turisti in autunno e, soprattutto, in primavera risulta essere un aiuto determinante per risollevarne l'economia della valle».



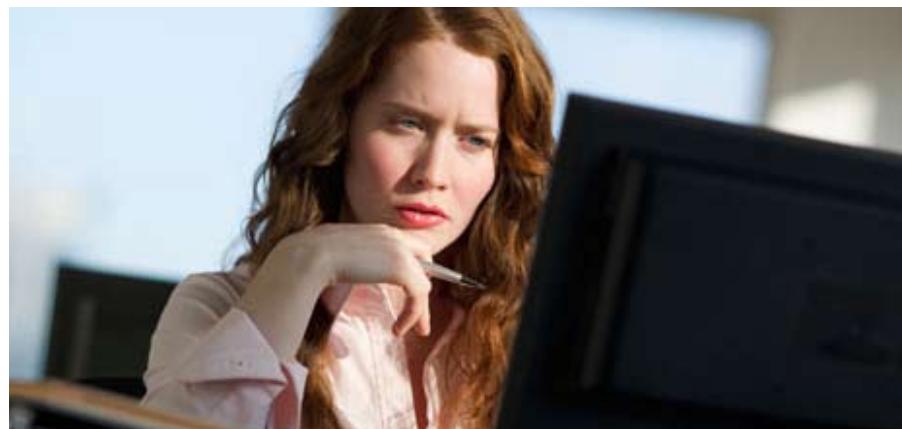
FORMAZIONE

Turismo e accoglienza: il nuovo progetto formativo per Val Taro e Val Ceno

IL PERCORSO DI FORMAZIONE DI ISCOM CERCHERÀ DI ACCRESCERE LE COMPETENZE PER UNA MIGLIOR GESTIONE DEL CLIENTE, SFRUTTANDO ANCHE I NUOVI SOCIAL MEDIA. CORSI AL VIA DAL MESE DI GENNAIO

Nell'ambito della valorizzazione del territorio provinciale attraverso lo sviluppo delle sue attività commerciali e turistiche, Ascom investe anche sulla formazione degli operatori turistici. In questa direzione va il nuovo progetto di formazione di Iscom Parma, l'ente formatore di Ascom, rivolto a imprenditori, lavoratori autonomi e dipendenti provenienti dal settore turistico della Val Taro e della Val Ceno.

Il corso finanziato dal Fondo Sociale Europeo prevede sei differenti percorsi che hanno come finalità il rafforzamento dell'identità della comunità delle valli, favorendone la competitività nel ramo turistico. Il percorso si soffermerà sulla valorizzazione delle eccellenze e su un metodo innovativo nell'approccio al cliente



attraverso le nuove tecnologie e la filosofia social, quale strumento di promozione e persuasione.

Il settore dell'Appennino parmense registra il 13,6% delle presenze dell'arco mon-

tano emiliano-romagnolo, con una netta prevalenza di visitatori italiani (85%): investire nelle risorse di accoglienza e nella formazione degli operatori potrebbe portare all'aumento del numero delle visite, conseguente ad un innalzamento qualitativo dei servizi al turista.

Le azioni formative, che si svilupperanno a partire dal mese di gennaio 2013, hanno sei contenuti di diversa natura, sempre rapportati alle peculiarità del territorio delle due valli. Si prendono in esame così le potenzialità inespresse e di sviluppo, Facebook e i social media al servizio dell'impresa, il business digitale, la Green Economy, l'efficacia nella comunicazione e l'inglese commerciale turistico. Per favorire la fruizione del corso da parte degli operatori di entrambe le valli, Iscom ha preferito individuare due sedi logistiche e due edizioni parallele, una per la Val Ceno (a Fornovo) e l'altra per la Val Taro (a Borgotaro). Gli incontri partiranno a gennaio 2013 e si svolgeranno in orari non centrali della giornata, così da facilitare i lavoratori ai quali i percorsi sono rivolti.

APPENNINO IN VETTA

A SCUOLA DI CUCINA: ANCHE COSÌ SI PROMUOVE IL TERRITORIO



È partito alla fine di novembre il nuovo corso di cucina tipica inserito nel progetto "Appennino in Vetta" rivolto agli operatori della Montagna Est, un'iniziativa che porterà i partecipanti non solo a conoscere in modo più approfondito le materie prime, le pietanze e i vini locali, ma anche a saperli presentare e raccontare ai

propri clienti. Con l'obiettivo di promuovere le attività del territorio pedemontano Parma-Est puntando proprio sulla valorizzazione delle eccellenze, "Appennino in Vetta" proporrà quindi nei prossimi mesi ancora due corsi: "Incoming: e-booking e geo-localizzazione" e "Promozione 2.0: il social media marketing". Gli operatori interessati a prendere parte a uno o ad entrambi i corsi, sempre finanziati, possono contattare Iscom al numero di tel. 0521 298584, mail info@iscomparma.it. Un'opportunità in più offerta per poter utilizzare nuovi canali di promozione e di visibilità.

SPORT E COMMERCIO

Dieci anni di "Natale in vetrina Crociata"

Le vetrine dei negozi sono la faccia che si mostra al pubblico di una città; addobbarle per Natale è quindi un buon modo per dare lustro alle vie cittadine. Un risultato ancor più appagante si ha quando allo spunto festivo si unisce la passione per lo sport e per il Parma F.C. in particolare. Viene perciò rinnovato per il decimo anno il concorso "Natale in vetrina crociata" promosso dall'associazione I Nostri Borghi

con la collaborazione di Ascom, Parma Calcio, Erreà e Gazzetta di Parma. L'iniziativa sprona i negozi associati ad allestire le proprie vetrine con i colori della squadra ducale, mettendo in campo tutta la propria creatività. Ad ogni partecipante è stato assegnato per estrazione un calciatore del Parma di cui esporrà la maglietta. Le vetrine verranno valutate dai lettori della Gazzetta e dai clienti nel periodo tra l'8



dicembre e il 6 gennaio. La vetrina più votata riceverà quindi un premio in materiale didattico per le scuole. L'obiettivo dell'opera-

zione è di rendere più belli i negozi della città, contribuendo al contempo a migliorare l'attrattiva loro e di Parma.

SOLIDARIETÀ

Il commercio parmense sostiene le imprese colpite dal terremoto

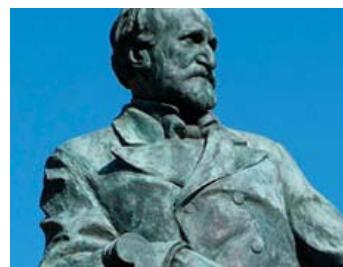
«Un segno concreto di aiuto alle nostre imprese, grazie al sistema Confcommercio ed in particolare ad Ascom Parma che ha contribuito alla nostra ripresa donando assegni di solidarietà per un complessivo di 24 mila euro» così il presidente di Ascom Confcommercio di Bondeno, Cento e Sant'Agostino (provincia di Ferrara), Marco Amelio ha commentato l'iniziativa di Ascom Parma che ha visto consegnare, ad una ventina di imprese commerciali e realtà del territorio dell'alto ferrarese, assegni di solidarietà raccolti dagli operatori del commercio parmense insieme all'Associazione. «Si tratta di un gesto concreto di solidarietà - ha spiegato il vicepresidente Ascom Parma Ugo Romani, presente alla consegna dei fondi insieme al direttore generale Enzo Malanca e alla direttrice area

ASCOM PARMA CONSEGNA AD UNA VENTINA DI IMPRENDITORI DELL'ALTO FERRARESE ASSEGNI DI SOLIDARIETÀ RACCOLTI DAGLI OPERATORI COMMERCIALI

organizzativa Cristina Mazza - che gli operatori del commercio di Parma hanno voluto rivolgere ai colleghi così duramente colpiti dagli eventi sismici di maggio. In questo modo vogliamo dimostrare di essere tangibilmente vicini ai commercianti dell'alto ferrarese che si trovano a lottare in una situazione già complessa ed acuita dal terremoto».



La consegna degli assegni di solidarietà a San Carlo (Ferrara)



Da Modena a Busseto alla scoperta del Maestro Verdi

Si intitola "Marzo con Verdi" la nuova iniziativa di Parma Incoming che, in collaborazione con Fucina Italia, vede protagonisti il Teatro Verdi di Busseto e il Teatro Comunale Pavarotti di Modena, e che porterà appassionati di lirica a scoprire Verdi e il suo territorio. In occasione della recita dell'*Otello*, in programma a Modena il prossimo 15 marzo, e del concerto privato "Un giorno di Regno" dall'Accademia della Scala il 17 marzo, Parma Incoming ha studiato un pacchetto turistico di due/tre giorni comprendente l'opera e il raffinato concerto, quindi visite culturali e enogastronomiche in tutta la provincia di Parma. L'iniziativa, sfruttando anche l'eco del Bicentenario Verdiano, ha l'obiettivo di stimolare ulteriormente la presenza di turisti sul territorio, invitati a scoprire le eccellenze culturali e non, perché "sono molte le cose che rendono inconfondibile questo spicchio di Italia chiamato "Terre Verdiane".

L'INIZIATIVA

Sondaggio vota la pizza preferita: premiata qualità e la professionalità degli operatori

OLTRE 200 LE PIZZERIE NOMINATE E OLTRE 190MILA I VOTI ARRIVATI AD ASCOM E GAZZETTA DI PARMA. UN'INIZIATIVA DI GRANDE SUCCESSO CHE HA DATO VISIBILITÀ AI NOSTRI ASSOCIATI

Oltre 190mila i voti complessivi arrivati tramite internet e quotidiano, a testimonianza della bella "gara" che ha visto fronteggiarsi a colpi di click e coupon oltre 200 pizzerie di Parma e provincia. Il sondaggio indetto da Gazzetta di Parma in collaborazione con Ascom dedicato alla "pizza preferita" dai parmigiani è stato un successo.

Per circa un mese e mezzo sono stati in tanti ad esprimere la propria preferenza. Alla fine ad avere la meglio è stato l'Orfeo, pizzeria "storica" della città con oltre 70 anni di esperienza alle spalle. «è stata un'emozione ricevere così tanti voti credo sia stata apprezzata soprattutto la lunga tradizione che ha costruito la nostra identità» dice Ettore Del Picchia titolare dell'attività. La pizzeria Orfeo nasce infatti nel 1945 in via Oberdan a fianco del cinema Orfeo, ispiratore nel nome; è nel '65 che quindi si sposta in via Carducci dov'è



Cristina Mazza, direttore Area organizzativa Ascom, con il direttore della Gazzetta di Parma Giuliano Molossi, insieme a Ettore Del Picchia della pizzeria Orfeo e al suo staff

tutt'ora, servendo pranzi e cene a migliaia di parmigiani e non. «La nostra è una storia di famiglia, il nonno è stato il fondatore, quindi mio padre Mirello e oggi il sottoscritto - dice



ancora Ettore - Alla base del nostro successo sicuramente la scelta di prodotti di qualità e anche l'attività di formazione che rivolgiamo sempre ai nostri pizzaioli: la nostra pizza deve essere rigorosamente quella tradizionale dell'Orfeo».

Il sondaggio ha ancora premiato, alle spalle dell'Orfeo, Da Tonino e L'altro Pierre (Fidenza); a seguire: Sant'Elena, La Vecchia Caserma (Pellegrino Pse), Verdi Ricordi, La Buca dei Diavoli (Noceto), Parigi, La Taranta, Il Torchio (Fontevivo). «Si è trattato di una bella iniziativa - spiega Cristina Mazza, direttore Area Organizzativa di Ascom - il sondaggio ha dato la possibilità a tante pizzerie di farsi vedere e far parlare di sé. Il risultato del sondaggio ha dato valore alla qualità, all'impegno e alla professionalità degli operatori. Per questo sono tutti vincitori».

FOTONOTIZIA



Si è tenuto lo scorso novembre il convegno promosso da EBC CST e OPP sulla Prevenzione, salute e sicurezza nel lavoro nel Terziario. Presente all'incontro anche Paolo Masciocchi responsabile sicurezza sul lavoro Confcommercio Nazionale che ha ricordato l'importanza «di cercare di avere una normativa più semplice, he sia articolata non soltanto sulla base del numero di dipendenti che sono in azienda, ma sulla caratteristica dei rischi specifici. Più sono alti i rischi - ha detto Masciocchi - più dovrebbero essere alte e stringenti le verifiche. In questa direzione ci sono una serie di iniziative portate avanti anche a livello parlamentare, fortemente volute e promosse anche dal sistema confederale, che ci auguriamo possano presto vedere la luce».

Giovanna Premiazioni, un negozio sempre sul gradino più alto del podio

L'ATTIVITÀ DI GIOVANNA RINALDI E UBER CORRADINI DA OLTRE 30 ANNI SERVE SPORTIVI E NON PER IMMORTALARE I SUCCESSI DI UNA VITA: TARGHE, MEDAGLIE, COPPE E SINGOLARI OGGETTI CELEBRATIVI

Da più di 30 anni, Giovanna Premiazioni è uno dei negozi storici di Parma, di quelli conosciuti per serietà e qualità dei prodotti forniti, amati per l'attenzione nei confronti del cliente, chiunque esso sia. Articoli da premiazione, come targhe, coppe e medaglie, ceramiche di Faenza, cristalleria, argenti, quadri: tutti pezzi d'autore, curati nei dettagli e dal forte valore simbolico.

I titolari sono marito e moglie, Giovanna Rinaldi e Uber Corradini, da sempre lavorano fianco a fianco con incredibile sintonia, dividendosi i compiti e supportandosi a vicenda: «I problemi legati al lavoro e alla vita ci sono, ma non hanno mai intaccato il nostro modo di lavorare».

Come è nata l'attività?

«L'attività è stata creata principalmente per gli oggetti da premiazione in ambito sportivo - spiega Giovanna Rinaldi - e suc-



cessivamente si è sviluppata per soddisfare anche esigenze più particolari, come gli articoli commemorativi per lauree, ricorrenze e aziende, non solo del territorio parmigiano. Recentemente, ad esempio, abbiamo creato un prodotto commissionato dalla nazionale di rugby. Nel 1988, poi, allargando il nostro negozio abbiamo ampliato anche la gamma di prodotti, aggiungendo articoli decorativi e da regalo».

Qual è il rapporto che negli anni si è instaurato con la clientela?

«Da sempre, cerchiamo non solo un rapporto di vendita e acquisto e prediligiamo il rapporto umano e crediamo che un commerciante debba fare molto di più che vendere un prodotto. Finora abbiamo fatto tutto il possibile per far sì che il cliente acquisti anche un pezzetto di stima per noi e, finché ci saremo, continueremo a farlo».

Come rispondete alle tante particolari richieste?

«Ogni cliente ha un'esigenza specifica, sia

per quanto riguarda gli oggetti che i prezzi: abbiamo tante ordinazioni telefoniche e spesso c'è bisogno anche di un consiglio o di un parere. Cerchiamo di fotografare il bisogno, in modo tale da dare una valida risposta. Speriamo di essere ricordati per la serietà, la competenza e la cura con cui abbiamo trattato ogni situazione».

Quali sono gli oggetti più singolari che avete prodotto?

«Cambiano le mode e bisogna essere pronti... Una delle creazioni più particolari è un trofeo di pesca a forma di ananas, un altro che riproduce un galletto. Poi abbiamo fatto un trofeo a forma di scoiattolo per un premio letterario in campo medico, oltre a piccoli prosciutti fermacarte. È mio marito che disegna e che ha, da sempre, idee e inventiva».

Giovanna Premiazioni è a Parma, in viale Piacenza 33B. Contatti utili: 0521.984364, m.giovannapremiazioni.it, pregio21@libero.it.



È SUCCESSO

La tipicità nel piatto: sfida ai fornelli tra Friuli e Emilia. Se la cucina entra allo stadio...

"CAMPIONATO DEL GUSTO" È LA CURIOSA INIZIATIVA CHE HA COINVOLTO ANCHE IL "NOSTRO" UGO ROMANI INVITATO A PARTECIPARE AD UNA DISFIDA GASTRONOMICA IN OCCASIONE DELLA PARTITA UDINESE - PARMA



18 novembre, stadio Friuli di Udine, Udinese - Parma... non è il campionato di serie A, bensì il "Campionato del gusto", un'iniziativa promossa dalla Regione Friuli Venezia Giulia e che vede sfidarsi chef da tutta l'Italia proprio in occasione delle partite casalinghe dell'Udinese. E così, in concomitanza con la partita dei "gialloblu", si sono sfidati ai fornelli a colpi di ricette

un cuoco friulano, Alessio Cazzador del ristorante "Al Bagotto", e uno, ovviamente, parmigiano, Ugo Romani, patron del "Ristorante Romani", orgoglioso portabandiera della tradizione locale. La sfida si è conclusa a favore del chef di casa con la differenza di un solo punto (266 a 265), ma questo poco importa; quello che conta è il successo ottenuto dalla cucina nostra-

na che, come racconta lo stesso Romani, «ovunque venga proposta ha ed avrà sempre un grandissimo successo, perché aggiunge - è una cucina duttile ed è come sfondare una porta aperta». E non si può dire che lo chef parmigiano non si prodighi per questa causa, avendo partecipato ad eventi davvero in ogni angolo del globo, dall'Europa al Canada, da New York fino ad arrivare alla più vicina Udine per l'appunto. «È stata un'iniziativa divertente - sottolinea poi - ed un'esperienza assolutamente positiva». In un clima di totale fair-play con gli avversari quindi di soddisfazione: «il successo dei tortelli alle erbette è stato tale che ci hanno invitato persino alla finalissima che chiuderà il campionato!». La giuria, composta da giornalisti nazionali ed internazionali e da alcuni personaggi dello sport, ha potuto così apprezzare i sapori di uno dei piatti tipici del menù del "Ristorante Romani", impreziosito, tra l'altro, da un'improvvisazione dell'ultimo momento dello chef, che ha omaggiato Udine e il Friuli disegnando, con ricotta ed erbette, la "penna degli Alpini", uno dei simboli della regione. Una sorpresa apprezzata e che ha reso ancor più gradevole una domenica di sport e buon cibo.

FEDERALBERGHI ELEZIONI EMILIA ROMAGNA

RICONFERMA PER EMIO INCERTI E ERNESTO CALLEGARO



L'Assemblea eletta di Federalberghi Emilia Romagna ha recentemente nominato all'unanimità Alessandro Giorgetti alla carica di Presidente, e confermato in carica, tra gli altri, anche i vice presidenti Emio Incerti (Parma) con delega per l'Appennino ed Ernesto Callegaro (Salsomaggiore), con delega per le Terme. Un risultato importante anche per il territorio di Parma che vede

ben due vice presidenti rappresentare, all'interno della federazione regionale, le istanze del comparto turistico, con particolare riferimento a quello termale e a quello montano. Due riconoscimenti che sono segnale della fiducia nel lavoro svolto in questi anni a favore del tessuto imprenditoriale del nostro territorio.

GRUPPI

Al November Porc tutta la fragranza del pane artigianale. Un pane buono e ricco di solidarietà

L'INIZIATIVA DEL GRUPPO PANIFICATORE, ADERENTE AD ASCOM, HA PERMESSO DI RACCOGLIERE FONDI DA DESTINARE AL REPARTO DI ONCOLOGIA GENERALE DELL'OSPEDALE DI PARMA

Per l'undicesimo anno si è svolta a Sissa, nelle giornate del 3 e del 4 novembre 2012, l'ormai rinomata sagra "November Porc", durante la quale viene celebrato il maiale nelle sue innumerevoli declinazioni gastronomiche. Eventi, degustazioni, gare culinarie e tanti, tantissimi stand per promuovere i prodotti locali, marchio d'eccellenza della regione. Tra gli altri, anche quest'anno, come ormai da tradizione, presente l'associazione Panificatori, aderente ad Ascom, che riunisce gli artigiani del pane: «Il pane artigianale - spiega Mauro Alinovi, presidente del gruppo - si caratterizza proprio per la sua maggior qualità per quanto riguarda ingredienti e fattura, oltre che per la maggior freschezza; risultando di gran lunga migliore rispetto ai suoi surrogati da supermarket. Purtroppo - aggiunge - ad oggi il consumatore si orienta per comodità, nella maggior parte dei casi, verso la seconda opzione. Quella del "November Porc" - continua - è quindi sempre una bella occasione per promuovere il nostro prodotto all'interno di una sagra allegra e divertente».



Mostrare dunque l'eccellenza del settore, dall'impasto a quando il pane viene sfornato (l'associazione ha anche realizzato in loco laboratori con alcune scuole della zona), ma non solo, perché l'intero ricavato della giornata è stato devoluto in beneficenza al reparto di Oncologia generale dell'ospedale di Parma, in collaborazione con l'Associa-

ne "Adriana Pasini", fornaia di Sissa scomparsa in seguito alla malattia: «Abbiamo pensato - racconta sempre Alinovi - che fosse una buona occasione non solo per una semplice promozione, ma anche per intraprendere un'iniziativa importante ed utile, visto che, tra l'altro, l'associazione è da sempre impegnata in progetti di solidarietà».

PANIFICATORI IN CLASSE

A Salsomaggiore alunni a lezione dai maestri fornai

La promozione del lavoro dei panificatori passa anche per il coinvolgimento dei più piccoli. In questo senso è stata l'iniziativa del gruppo di Parma aderente ad Ascom in occasione della decima edizione della Festa nazionale del pane. I fornai di Salsomaggiore Davighi (Vecchio Forno Davighi) e Zalaffi (Casa del pane di Zalaffi)

hanno messo a disposizione i loro laboratori alle classi seconde delle scuole elementari D'Annunzio e Romagnosi, prestandosi come "maestri" in un giorno di lezione molto particolare per i bambini. Gli alunni hanno imparato le basi di un mestiere antichissimo e importante come quello dei fornai, osservando gli artigiani

al lavoro. Infine hanno avuto la possibilità di creare le proprie micche, imitando le mosse degli esperti docenti. L'obiettivo di Ascom e del gruppo panificatori è quello di far riscoprire una pratica preziosa nonché le tradizioni locali, mostrando ai bimbi quanto duro lavoro e passione stiano dietro anche alle cose più semplici.



DALLA PROVINCIA



A San Secondo arriva una domenica "tra i portici"

Domenica 16 dicembre 2012 si terrà a San Secondo la prima edizione di Natale Tra i Portici, manifestazione fortemente voluta dai commercianti e dagli artigiani per portare a San Secondo un po' di spirito natalizio e creare un'atmosfera di festa. Per i più piccoli sono previsti intrattenimenti per le vie del paese e cura di diverse associazioni e volontari. Per i più grandi invece la possibilità di fare acquisti a prezzi scontati; sarà sufficiente presentare il coupon ritagliato dal volantino della manifestazione nei punti vendita aderenti l'iniziativa (la promozione proseguirà fino al 31 dicembre 2012). Infine, i punti di ristoro del paese offriranno la possibilità di gustare la spalla cotta di San Secondo. Per info: 349 2238678.



Mercanatale: tante iniziative in Pedemontana

Torna anche quest'anno il calendario di Mercanatale la rassegna di eventi, realizzata anche grazie al sostegno di Ascom, dedicata al mese festivo dei Comuni della Pedemontana. Mercati, animazioni per i più piccoli, stand gastronomici tante le iniziative che animeranno i centri storici di Collecchio, Felino, Montechiarugolo, Traversetolo, Sala Baganza. Per conoscere il programma consultare l'agenda eventi sul sito Ascom www.ascom.pr.it.



Il Natale dà appuntamento nel centro storico del Borgo

Con Ascom i regali di Natale nel centro di Fidenza si comprano più volentieri. L'Associazione ha infatti messo in campo una serie di iniziative per il mese delle feste che coinvolgono il centro storico borghigiano.

Ascom è costantemente impegnata nell'ausilio e nell'instaurazione di rapporti positivi tra i commercianti associati e le istituzioni. Per questo ha deciso di entrare in stretta collaborazione con il Comune di Fidenza nella realizzazione degli eventi previsti in dicembre nel Borgo.

La valorizzazione dei negozi del cuore cittadino rimane l'obiettivo principale dell'Associazione; per questo, grazie anche alla collaborazione di più di 60 esercenti associati presenti nel centro storico, è stato possibile coinvolgere anche il settore del commercio nell'iniziativa "Vivi il tuo Natale in centro". Nello specifico a tutti coloro che effettueranno acquisti nei negozi aderenti verranno consegnati omaggi o tagliandi "Gratta e sosta" utilizzabili fino al 31 marzo 2013 nelle aree parcheggio di Fidenza. L'iniziativa ha sia lo scopo di attrarre clienti per gli acquisti natalizi, sia quello di incentivarli a tornare a far compere in centro anche quando le feste saranno finite. È infatti un problema noto quello del posteggio dell'auto per raggiungere le attività commerciali più interne di Fidenza; molte persone lo risolvono

A FIDENZA GRAZIE ALLA COLLABORAZIONE DI ASCOM E DEI COMMERCANTI FARE ACQUISTI NEL PERIODO NATALIZIO SARÀ PIÙ VANTAGGIOSO. ECCO LE INIZIATIVE IN PROGRAMMA

no scegliendo i grandi agglomerati commerciali periferici. Con "Vivi il tuo Natale in centro" si fornisce un motivo in più per fare shopping tra le vetrine del Borgo. Inoltre, all'interno del calendario stilato dal Comune che prevede una serie di manifestazioni culturali, musicali e pensate per i più piccoli, Ascom ha attivamente collaborato all'organizzazione di alcuni eventi per tre domeniche consecutive. Si inizia l'8 dicembre, il giorno dell'Immacolata, con l'asinello di Santa Lucia che porterà in giro per le vie del centro i bambini; le casette saranno allestite in via Gramsci e via Cavour dalle 15.00 alle 18.30. Il 15 dicembre è il giorno del villaggio di Babbo Natale, riprodotto in via Gramsci e animato da folletti, gnomi e altre creature che coinvolgeranno grandi e piccoli in laboratori dedicati ai mestieri antichi. Infine il 22 dicembre, due spettacoli di burattini, in via Berenini alle 15.30 e in via Cavour alle 17.