Periodico di informazione della Banca di Credito Cooperativo di Sant'Elena

Banca Sant'Elena informa

Cos'è il Commercio Equo-Solidale

Redditività e costi in Banca, questione di equilibrio

Gli studenti alla scoperta dell'Habitat

ottobre 2004

Anno 1 num. 3 - Poste Italiane Spa - Spedizione in abbonamento postale -D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art.1, comma 1, DCB PD -

Sant'Elena
BANCA DI CREDITO COOPERATIVO

Buon Natale
e
Felice Anno Nuovo

Sant'Elena
BANCA DI CREDITO COOPERATIVO

A ciascuno la sua parte

dott. Vittorino Gnan
Presidente della Banca di Credito Cooperativo di Sant'Elena

Il momento non è facile Decisivo l'impegno responsabile di tutti i soggetti politici e sociali La nostra Banca come sempre è disponibile a gesti concreti

Non sono certamente tempi facili. La congiuntura internazionale, i conflitti bellici, l'aumento incontrollabile del prezzo del petrolio, un'economia ancora balbettante, stanno creando una situazione non proprio agevole da affrontare e sostenere.

Tutto ciò incide in maniera negativa sulla vita anche delle nostre comunità: molte famiglie stentano a far quadrare i loro bilanci (gli esperti parlano della sindrome della "terza settimana", quella che precede l'arrivo dello stipendio), ma anche le imprese devono aggredire problemi complessi in termini di qualificazione dei prodotti e competitività nei mercati.

Il pessimismo, insomma, potrebbe anche essere legittimo, ma è soprattutto in questi frangenti che una società deve dimostrare la propria capacità di reagire. Questo è possibile soltanto a condizione che vi sia una solidarietà operativa e costruttiva. In parole povere, che tutti i soggetti interessati e coinvolti nella vita della comunità "facciano la loro parte", dalle Autorità politiche, agli operatori sociali, alle diverse realtà economiche.

In tale contesto la Banca di Credito Cooperativo può avere (la storia lo testimonia) un ruolo decisivo, proprio per le sue caratteristiche di essere un soggetto profondamente e radicalmente legato al territorio.

Nessuno come noi sa quali sono le difficoltà che quotidianamente devono affrontare le famiglie, le imprese, i risparmiatori, i gruppi sociali meno garantiti (pensiamo agli anziani). Su tale scenario misuriamo scelte e iniziative, che non sono mai frutto di ragionamenti e riferimenti astratti, ma che si basano sulla realtà. Quella che toccano con mano ogni giorno i nostri operatori a contatto con la gente che si rivolge con fiducia ai nostri sportelli, quella che portano sul tavolo delle discussioni e delle proposte coloro che amministrano la nostra Banca.

In questo momento di palese difficoltà, quindi, siamo quelli di sempre: pronti e disponibili a fare la nostra parte, con la competenza e l'apertura al nuovo, ma anche con la profonda convinzione che il nostro essere "locali" significa fondamentalmente stare vicino alla gente.

Sant'Elena
BANCA DI CREDITO COOPERATIVO

Un credito di fiducia

Aureo wwf pianeta terra

Il fondo che piace all'ambiente

FINANZIARE PROGETTI CONCRETI A FAVORE DELLA NATURA

AUREO WWF PIANETA TERRA è un Fondo di investimento originale, perché unisce la cura degli interessi del singolo risparmiatore con un bene comune e prezioso anche per le generazioni future: la salvaguardia dell'ambiente. E' nato dalla collaborazione tra **Aureo Gestioni**, la società delle Banche di Credito Cooperativo per la gestione del risparmio, con il WWF, la più grande, diffusa e autorevole organizzazione per la difesa della natura.

AUREO WWF PIANETA TERRA è un Fondo azionario internazionale, con un alto profilo di rischio-rendimento, che **investe** in società quotate nelle principali borse mondiali, ma anche in piccole imprese che si distinguono per la forte capacità di innovare nel campo ambientale. Allo stesso tempo è un Fondo socialmente responsabile, perché una parte delle commissioni e dei guadagni che spettano alla Banca viene devoluta al WWF per **finanziare concreti progetti a favore della natura**, identificati anno per anno; ma, soprattutto, perché il sottoscrittore ha la garanzia che il proprio capitale viene investito in società che adottano politiche ambientali e sociali attive, innovative e responsabili e ottengono risultati concreti in termini di riduzione dell'impatto ambientale, che non sprecano le materie prime e riciclano gli scarti della lavorazione. Così, mentre cresce il capitale dei sottoscrittori, migliora l'ambiente in cui viviamo.

Il Fondo **non investe** in imprese che sfruttano il lavoro minorile o che operano in paesi che non garantiscono la tutela dei diritti umani. Sono escluse anche le aziende che producono armi, tabacco e altri prodotti che nuocciono alla salute o che ledono la dignità umana. Un **Comitato di Garazia** composto da cinque membri indipendenti ha il compito di controllare la politica d'investimento per garantire il rispetto dei criteri di eticità del Fondo.

BCC CREDITO COOPERATIVO
UN SISTEMA DI BANCHE
Differente **per forza.**

WWF

AUREO GESTIONI SGR p.A.
Società di gestione del risparmio dei Credito Cooperativo

aureo wwf pianeta terra

A DISPOSIZIONE PRESSO TUTTI GLI SPORTELLI DELLA BANCA DI CREDITO COOPERATIVO DI SANT'ELENA

Il presente documento è da considerarsi esclusivamente un messaggio pubblicitario con finalità promozionali
Le condizioni contrattuali sono riportate nei fogli informativi a disposizione del pubblico presso le filiali della banca

Anno 1 - Numero 3
Spedizione in abbonamento postale 45%
Distribuzione gratuita

Editore: Tipografia Gotica Snc di L. Faggin & C.

Direttore Responsabile: Toni Grossi

Foto: Mattoschi Comunic Azione Srl
Mirco Bortolato
Comune di Padova
Assessorato alla cultura - Musei Civici

Progetto grafico: Syn
Padova - Via Manzoni, 96
Tel. 0498.022.101 - Fax 0498.024.394
www.synart.net - e-mail: syn@synart.net

Stampa: Tipografia Gotica Snc di L. Faggin & C.
Padova - Via Lussemburgo, 40

Autorizzazione del Tribunale di Padova
num. 1870 del 02/01/2004

sommario

3 Editoriale
A ciascuno la sua parte

6 Banca Informa
Redditività e costi, problema di equilibrio

8 Dossier
La solidarietà negli scaffali

10 Un approccio alternativo

11 I princìpi e le regole

14 Manager e non profit

16 Voglia di impresa e tanto volontariato

18 Angoli di Mondo anche a casa nostra

20 Anche il consumo può essere "critico"

23 Sant'Elena per la cultura Francesco Petrarca nella sua Arquà

24 Approfondimenti
A proposito di casa

26 Spazio Soci
Tempo di vendemmia

28 Voci del territorio, sport
Sulla neve per crescere

30 Voci del territorio, scuola
Uno sguardo all'Habitat

32 Voci del territorio, solidarietà
Tutti in pulmino per sentirsi meno soli

33 Vita aziendale
Oltre il lavoro

34 Glossario
Piccoli acquisti

In copertina
La casa di Francesco Petrarca ad Arquà

Redditività e costi, problema di equilibrio

dott. Francesco Maroni
Direttore Generale della Banca di Credito Cooperativo di Sant'Elena

L'aumento dei prezzi è ormai da parecchi mesi oggetto giornaliero di discussione e dibattito, nonché di polemica politica. Indipendentemente dalle cifre, a volte molto discordanti, fornite dai vari centri statistici è innegabile che negli ultimi anni il potere di acquisto di alcune classi sociali (pensionati e lavoratori dipendenti tra tutti) sia diminuito.
E, come spesso ricordano le Associazioni dei consumatori, anche il prezzo dei servizi bancari è stato coinvolto nella spirale degli aumenti che ha interessato i prodotti di altri settori.
Fino alla seconda metà degli anni '90, il tasso con cui le banche italiane prestavano denaro (tassi attivi), ad esempio in forma di "mutuo casa" alle famiglie o come finanziamento alle imprese, era superiore di sei, sette o anche più, in valore percentuale, al tasso che le stesse banche riconoscevano alle somme depositate in gran parte dalle famiglie (tassi passivi), ad esempio in forma di libretto di deposito a risparmio o di certificato di deposito. Naturalmente ciò era giustificato anche da tassi di inflazione molto superiori agli attuali. Chi ha buona memoria ricorderà che alla fine degli anni '70 il tasso di inflazione arrivò a toccare la soglia del 20%. Questa differenza tra tassi attivi e passivi, che costituisce la "forbice dei tassi", era sufficientemente ampia da consentire una elevata redditività. In questo contesto, far pagare adeguatamente i servizi bancari, ad esempio un'operazione in conto corrente o l'effettuazione di un bonifico, era di secondaria importanza sia perché i volumi (cioè il numero delle operazioni complessive) erano inferiori, sia perché la "forbice dei tassi" consentiva alle banche dei redditi tali da potere proporre i propri servizi anche sottocosto rispetto al prezzo di produzione degli stessi.

Dott. Francesco Maroni
"Attenzione al bilancio della Banca ma anche a quello delle famiglie e delle imprese clienti, che costituiscono il nostro patrimonio più importante"

A partire dalla fine degli anni ’90 e con l'introduzione dell'Euro, il nostro Paese si è allineato alle medie europee portando una drastica riduzione dei tassi, sia attivi che passivi, e una relativa contrazione della "forbice dei tassi" che si è ridotta della metà arrivando, in media, attorno ai tre punti percentuali. Questo ha portato grande vantaggio sia alle famiglie che alle imprese le quali risultano ora in grado di prendere a prestito il denaro dalle banche a costi molto più contenuti. Basti pensare al moderato livello del tasso dei “mutui casa” erogati negli ultimi anni.

In contemporanea alla riduzione della "forbice dei tassi" si è assistito all'escalation della tecnologia informatica e telematica. Se oggi appare del tutto normale dialogare da casa con la propria banca mediante un personal computer o operare direttamente in borsa anche nelle ore o nei giorni di chiusura della banca, se una semplice carta di plastica consente di effettuare pagamenti nei negozi o negli alberghi di tutto il mondo, è anche grazie agli enormi investimenti in tecnologia fatti dal sistema bancario per poter offrire alla propria clientela servizi sempre più moderni ed efficienti.

In un contesto come quello sopra descritto, le banche non hanno più potuto sottovalutare la componente del prezzo dei servizi bancari e si sono trovate costrette ad applicare dei prezzi tali da coprire almeno il costo di produzione del servizio medesimo. Partendo storicamente da una base molto bassa, molti aumenti sono stati percentualmente molto elevati, ma sono stati guidati solo dalla necessità di rientrare per lo meno dei costi di produzione.

E’ giusto dire quindi che le banche non hanno lavorato solo sul fronte dell'aumento dei prezzi, ma hanno anche fortemente investito per potere ridurre i costi di produzione dei servizi. A questa logica di riduzione dei costi non si è sottratto neanche il costo del personale bancario: l'accordo del 7 dicembre 2000 ha di fatto gettato le basi per riportare il costo del lavoro nelle banche italiane in linea con le medie europee.

Se poi consideriamo che una banca per potere operare deve avere una quantità di ricchezza propria definita "patrimonio" e che tale patrimonio, proporzionale alle dimensioni della banca (intendendo come dimensioni la quantità e la qualità dei prestiti effettuati ed eventualmente dei titoli finanziari detenuti), può essere alimentato, per banche come la nostra, soltanto mediante l’accantonamento dell’utile d’esercizio, ne deriva che la redditività dell'impresa bancaria non è qualcosa fine a se stessa ma diventa una delle chiavi più importanti per potere sostenere la crescita. Una scarsa redditività costringe una banca nel medio-lungo periodo a crescere meno di altre realtà economiche e, indirettamente a perdere quote di mercato, compromettendo la sua stessa sopravvivenza.

E la Banca di Sant'Elena? Anche la nostra Banca ha operato nei mesi scorsi un adeguamento dei prezzi dei servizi bancari, ma con responsabilità. SI agli aumenti di prezzo per valorizzare correttamente le potenzialità dei servizi resi alla clientela; NO all'aumento indiscriminato e alla speculazione che, tradotto in altre parole significa: un occhio al bilancio della Banca e uno al bilancio delle famiglie e delle imprese clienti, che costituiscono il nostro patrimonio più importante.

Dossier / Viaggio nel mondo del Commercio Equo e Solidale

La solidarietà

Da qualche tempo si va diffondendo anche nel nostro Paese una modalità molto concreta per aiutare i Paesi poveri e i piccoli produttori del Sud del mondo, senza partire, senza recarsi tra di loro, senza inviare denaro, "a distanza" potremmo dire. Si tratta di aderire quotidianamente a quello che viene ormai comunemente chiamato il Commercio Equo e Solidale.
Si tratta di una rete internazionale di scambi che radica la propria esistenza e attività in una filosofia e in una pratica che si può riassumere in uno slogan: "Commercio, non aiuti".
L'obiettivo di tali iniziative è quello di impegnarsi per vendere e distribuire nei nostri mercati una gamma di prodotti a elevato contenuto "etico", come caffè,

negli scaffali

Il Commercio Equo e Solidale non conosce limiti nella varietà dei prodotti da mettere in vendita Decisivo il fatto che siano di provenienza diretta da parte dei produttori e che osservino alcuni "criteri di base"

tè, miele, tessuti, gioielli (tanto per citare qualche esempio), che giungono direttamente dai Paesi lontani e in via di sviluppo (e questa non è una novità), ma attraverso canali e procedure che evitino lo sfruttamento degli stessi produttori.
Dopo le prime esperienze un po' pionieristiche degli anni Sessanta e Settanta, oggi il commercio Equo è divenuto una realtà significativa con volumi di vendita elevati e una rete distributiva che si va sempre più ampliando. La ricaduta di tale espansione si è avuta soprattutto nel numero dei clienti: sono sempre di più infatti le persone che scelgono di acquistare prodotti di tale commercio Solidale.
E' definitivamente tramontata l'immagine del prodotto del Terzo mondo mediocre, che si acquistava soltanto per "dare una mano". Oggi il commercio Equo distribuisce merce certificata da marchi di qualità internazionale, applica prezzi fissati per essere competitivi nel mercato, porta le proprie mercanzie anche sugli scaffali della grande distribuzione. Da commercio "di nicchia", quindi, a fenomeno di larga diffusione.
Non vi è dubbio che la sensibilità dei consumatori verso comportamenti più responsabili è aumentata decisamente e vi è una buona parte di acquirenti disposti a pagare qualche Euro in più (come accade spesso quando ci si avvicina alle merci in questione) pur di tutelare alcuni requisiti come il rispetto per l'ambiente o per le persone.

Il Commercio Equo e Solidale, cos'è?

Un approccio alternativo

Attorno al Commercio Equo e Solidale il dibattito è aperto, anche se ormai si tratta di una realtà consolidata nel costume e nella pratica di molte persone "occidentali".
Vale la pena tuttavia di cercare di fare chiarezza sui termini, i contenuti, le caratterizzazioni di tale mondo. Per questo il punto di partenza di questo nostro viaggio è l'autocoscienza e le regole che gli stessi protagonisti di tale esperienza si sono dati. Iniziamo dunque cercando di chiarire i punti nodali del tema.

IL COMMERCIO EQUO. COS'È?

- Il Commercio Equo e Solidale è un approccio alternativo a quello convenzionale: il suo scopo è promuovere giustizia sociale ed economica e sviluppo sostenibile, attraverso il commercio, la formazione, la cultura, l'azione politica.
- Il Commercio Equo e Solidale vuole riequilibrare i rapporti con i Paesi economicamente meno sviluppati, migliorando l'accesso al mercato e le condizioni di vita dei produttori svantaggiati.
- Garantisce, infatti, ai produttori stessi un giusto guadagno e condizioni di lavoro dignitose.
- Elimina le intermediazioni speculative e sostiene, con il prefinanziamento, progetti di autosviluppo.
- Il Commercio Equo e Solidale propone una nuova visione dell'economia e del mondo, attenta agli interessi di tutti.

I princìpi e le regole

La Carta italiana dei criteri del Commercio Equo e Solidale fissa le linee di comportamento

Nel 1998, le organizzazioni italiane di Commercio Equo e Solidale hanno intrapreso un percorso di confronto e dibattito che ha portato, l'anno successivo (1999), all'approvazione della Carta Italiana dei Criteri del Commercio Equo e Solidale, un documento di princìpi e regole comuni per gli Enti che in Italia promuovono e diffondono il Commercio Equo.

Nel maggio 2003 si è formalmente costituita l'associazione Agices (Assemblea Generale Italiana del Commercio Equo e Solidale), l'associazione di categoria delle organizzazioni di Commercio Equo che si riconoscono nella Carta dei Criteri.

Il Commercio Equo e Solidale è una relazione paritaria fra tutti i soggetti coinvolti nella catena di commercializzazione: produttori, lavoratori, Botteghe del Mondo, importatori e consumatori.

Obiettivi del Commercio Equo e Solidale.

1. Migliorare le condizioni di vita dei produttori aumentandone l'accesso al mercato, rafforzando le organizzazioni di produttori, pagando un prezzo migliore ed assicurando continuità nelle relazioni commerciali. **2.** Promuovere opportunità di sviluppo per produttori svantaggiati, specialmente gruppi di donne e popolazioni indigene e proteggere i bambini dallo sfruttamento nel processo produttivo. **3.** Divulgare informazioni sui meccanismi economici di sfruttamento, tramite la vendita di prodotti, favorendo e stimolando nei consumatori la crescita di un atteggiamento alternativo al modello economico dominante e la ricerca di nuovi modelli di sviluppo. **4.** Organizzare rapporti commerciali e di lavoro senza fini di lucro e nel rispetto della dignità umana, aumentando la consapevolezza dei consumatori sugli effetti negativi che il commercio internazionale ha sui produttori, in maniera tale che possano esercitare il proprio potere di acquisto in maniera positiva. **5.** Proteggere i diritti umani promuovendo giustizia sociale, sostenibilità ambientale, sicurezza economica. **6.** Favorire la creazione di opportunità di lavoro a condizioni giuste tanto nei Paesi economicamente svantaggiati come in quelli economicamente sviluppati. **7.** Favorire l'incontro fra consumatori critici e produttori dei Paesi economicamente meno sviluppati. **8.** Sostenere l'autosviluppo economico e sociale, stimolare le Istituzioni nazionali ed internazionali a compiere scelte economiche e commerciali a difesa dei piccoli produttori, della stabilità economica e della tutela ambientale, effettuando campagne di informazione e pressione affinché cambino le regole e la pratica del commercio internazionale convenzionale. **9.** Promuovere un uso equo e sostenibile delle risorse ambientali.

Criteri adottati da tutte le organizzazioni di Commercio Equo e Solidale.

Le organizzazioni di Commercio Equo e Solidale (Botteghe del Mondo, Importatori, Produttori, Esportatori) si impegnano a condividere ed attuare, nel proprio statuto o nella mission, nel materiale informativo prodotto e nelle azioni, la

definizione e gli obiettivi del Commercio Equo e Solidale. In particolare si impegnano a: **A**) garantire condizioni di lavoro che rispettino i diritti dei lavoratori; **B**) non ricorrere al lavoro infantile e non sfruttare il lavoro minorile, agendo nel rispetto della Convenzione Internazionale sui diritti dell'Infanzia; **C**) pagare un prezzo equo che garantisca a tutte le organizzazioni (di produzione, di esportazione, di importazione e di distribuzione) un giusto guadagno; il prezzo equo per il produttore è il prezzo concordato con il produttore stesso sulla base del costo delle materie prime, del costo del lavoro

locale, della retribuzione dignitosa e regolare per ogni singolo produttore; **D**) garantire ai lavoratori una giusta retribuzione per il lavoro svolto assicurando pari opportunità lavorative e salariali senza distinzioni di sesso, età, condizione sociale, religione, convinzioni politiche; **E**) rispettare l'ambiente e promuovere uno sviluppo sostenibile in tutte le fasi di produzione e commercializzazione, privilegiando e promuovendo produzioni biologiche, l'uso di materiali riciclabili e processi produttivi e distributivi a basso impatto ambientale; **F**) adottare strutture organizzative democratiche e trasparenti in tutti gli aspetti dell'attività in cui sia garantita una partecipazione collettiva al processo decisionale; **G**) coinvolgere produttori di base, volontari e lavoratori nelle decisioni che li riguardano; **H**) reinvestire gli utili nell'attività produttiva e/o a beneficio sociale dei lavoratori (p.e. fondi sociali); **I**) garantire ai consumatori un prezzo trasparente, che fornisca almeno le seguenti informazioni: prezzo pagato al fornitore, costo di gestione, importazione e trasporto, margine per le Botteghe. Tali informazioni possono essere indicate in percentuale od in valore assoluto, per singolo prodotto o per categoria di prodotti, per paese di provenienza o per gruppo di produttori; **L**) garantire un flusso di informazioni multidirezionale che consenta di conoscere le modalità di lavoro, le strategie politiche e commerciali ed il contesto socio-economico di ogni organizzazione; **M**) promuovere azioni informative, educative e politiche sul Commercio Equo e Solidale, sui rapporti fra i Paesi svantaggiati, da un punto di vista economico, e i Paesi economicamente sviluppati e sulle tematiche collegate; **N**) garantire rapporti commerciali diretti e continuativi, evitando forme di intermediazione speculativa, escludendo costrizioni e/o imposizioni reciproche e consentendo una migliore conoscenza reciproca; **O**) privilegiare progetti che promuovono il miglioramento della condizione delle categorie più deboli; **P**) valorizzare e privilegiare i prodotti artigianali espressioni delle basi culturali, sociali e religiose locali perché portatori di informazioni e base per uno scambio culturale; **Q**) cooperare, riconoscendosi reciprocamente, ad azioni comuni e a favorire momenti di scambio e di condivisione, privilegiando le finalità comuni rispetto agli interessi particolari. Per evitare azioni che indeboliscano il Commercio Equo, si impegnano, inoltre, in caso di

controversie, a fare un percorso di confronto e di dialogo, eventualmente con l'aiuto di un facilitatore.

Botteghe del Mondo

Le Botteghe del Mondo sono organizzazioni di distribuzione al dettaglio dei prodotti del Commercio Equo che condividono gli obiettivi del Commercio Equo e Solidale. Le Botteghe del Mondo devono: **1.** commercializzare prevalentemente i prodotti del Commercio Equo e Solidale, importati sia direttamente che attraverso le Centrali di Importazione; **2.** scegliere i fornitori esterni al circuito del Commercio Equo e Solidale fra quelli organizzati in strutture non profit, con finalità sociali e con gestione trasparente e democratica e che abbiano prodotti eco-compatibili e culturali. Non intraprendere relazioni commerciali con aziende che, con certezza, violino i diritti umani e dei lavoratori; **3.** promuovere iniziative di economia solidale al meglio delle proprie possibilità; **4.** essere senza fini di lucro; **5.** inserire, appena possibile, personale stipendiato all'interno della struttura, garantendo un'adeguata formazione; **6.** valorizzare e formare i volontari e garantire loro la partecipazione ai processi decisionali.

Importatori

Gli Importatori sono organizzazioni che hanno quale attività prevalente nello scopo sociale, e quale attività prevalente effettiva, l'acquisto di prodotti del Commercio Equo e Solidale da organismi di produzione e di esportazione, che rivendono prioritariamente alle Botteghe del Mondo. Essi devono: **1.** offrire ai produttori, se da essi richiesto, il pre-finanziamento della merce e favorire altre forme di credito equo o microcredito, qualora non esistano in loco possibilità di accesso a crediti; **2.** promuovere, anche attraverso la collaborazione reciproca, rapporti di continuità, per mantenere un clima di autentico scambio, per favorire una maggiore stabilità agli sbocchi di mercato dei produttori e per permettere un effettivo miglioramento delle condizioni di vita sul breve-medio-lungo periodo; **3.** fornire supporto alle organizzazioni di produzione ed esportazione: formazione, consulenze, ricerche di mercato, sviluppo di prodotti, feedback sui prodotti e sul mercato; **4.** assicurarsi che i principi del Commercio Equo e Solidale siano conosciuti e condivisi dai produttori e lavorare con questi per applicarli; **5.** rendere disponibile ai soggetti del Commercio Equo, impegnandosi alla trasparenza, l'accesso alle informazioni (commerciali e culturali) riguardanti la propria attività e alle proprie competenze tecniche non disponibili nelle Botteghe del Mondo.

Produttori ed Esportatori

I **Produttori** devono: **1.** perseguire logiche di autosviluppo e di autonomia delle popolazioni locali; **2.** evitare una dipendenza economica verso l'esportazione, a scapito della produzione per il mercato locale; **3.** evitare di esportare prodotti alimentari e materie prime scarseggianti o di manufatti con queste ottenuti; **4.** favorire l'uso di materie prime locali; **5.** garantire la qualità del prodotto.

Gli **Esportatori** devono: **1.** assicurarsi che i princìpi del Commercio Equo e Solidale siano conosciuti dai produttori e lavorare con questi per applicarli; **2.** fornire supporto alle organizzazioni di produzione: formazione, consulenza, ricerche di mercato, sviluppo dei prodotti, feedback sui prodotti e sul mercato; **3.** dare ai produttori, se da questi richiesto, il pre-finanziamento della merce o altre forme di credito equo o microcredito.

Prodotti trasformati

I prodotti trasformati sono tutti quei prodotti non riconducibili ad un'unica materia prima: biscotti, cioccolata, dolciumi, ecc.

1. I prodotti trasformati possono essere definiti in etichetta "prodotti di Commercio Equo e Solidale" solo se almeno il 50% del costo franco trasformatore delle materie prime o il 50% del peso delle materie prime è proveniente dal Commercio Equo e Solidale.

2. L'elaborazione dei prodotti trasformati, laddove ne esistano le condizioni, dovrebbe avvenire nei Paesi d'origine.

3. La trasformazione deve essere effettuata da soggetti dell'economia solidale o comunque da cooperative o imprese che non siano in contrasto con i principi del Commercio Equo e Solidale.

4. I prodotti trasformati devono riportare in etichetta la dicitura: "Totale ingredienti del Commercio Equo: %".

Manager e non profit

Intervista a Pino Bonato

È una storia tutta del Nord Est. Il percorso di una vicenda che racchiude sogni, progetti, disillusioni, aspettative, i segni di tempi che cambiano. Rapidamente. La vicenda di Pino Bonato sta tutta in questa terra. Parte nell'Alto Vicentino, a Malo, in una famiglia che è anche azienda. Situazione perfino poco originale. Mondo artigiano, talora in precario equilibrio tra i fragili vasi di terracotta che produce. Ma le cose vanno bene. L'impresa cresce, gli affari prosperano. Lui, studia. Si laurea in Scienze Politiche e naturalmente finisce nell'azienda di casa. Ci rimane vent'anni, durante i quali segue un'evoluzione che nella sua vita ed esperienza assume la traiettoria di una parabola. Sale, si inerpica, poi si piega, stagna, perde un po' le coordinate e smarrisce a tratti la limpida direzione. Capita negli anni Novanta, quando la ditta di terracotte è affermata e solida a tal punto da dover affrontare problemi aziendali che vanno ben oltre la tradizione domestica: la finanza, i mercati, l'estero. Pino naviga con sufficiente destrezza in questi affari, ma qualcosa si insinua lentamente nel cuore e nei pensieri. Che senso ha puntare sempre e comunque a vendere di più? E poi i soldi, già il denaro… quasi quasi un problema maggiore (almeno per la coscienza) quando c'è, e si deve scegliere come investirlo, piuttosto che in circostanze di penuria.

Sarà forse per queste domande, che cominciano a roderlo dentro, che il dottor Bonato si ritrova a guardare con sempre più insistenza dalla parte dell'etica, nella fattispecie concreta di quell'atteggiamento morale legato proprio all'utilizzo del denaro. Sono gli anni in cui questi discorsi iniziano a circolare con una certa insistenza. I primi negozi all'insegna dell' "equo e solidale", le inedite proposte di

Pino Bonato, manager vicentino; dopo una lunga esperienza nell'azienda di famiglia è approdato al Terzo settore e per cinque anni ha diretto "La Tortuga"
Poi qualcosa è cambiato...

istituti diversi, i rapporti con i Paesi lontani. Esperienze che crescono, con tanti uomini. Non più prospettive movimentiste o vagamente missionarie: gente che vuole fare sul serio, cercare strade. Tra queste c'è anche Pino, quello cresciuto nell'azienda di famiglia, che ora però deve cambiare strada, perché l'impresa di casa è passata ad altre mani. "Una svolta, non c'è che dire. Mi chiesi che cosa potevo fare di ciò che avevo imparato e scelsi la via della novità".

Così il giovane manager di Malo si ritrovò a fare il direttore de "La Tortuga" - forse la più importante esperienza di Commercio Equo e Solidale, non solo del Veneto - e, contemporaneamente, il presidente della Fondazione Choros, che si occupa di finanza etica e di microcredito. Cinque anni di impegno, quasi da "militante", con un coinvolgimento devastante. "Poi è come se fosse passato il momento di ebbrezza. Sia chiaro, non è cambiato nulla, almeno per quanto riguarda le convinzioni. Certo, ho sfrondato molto in merito al coinvolgimento emotivo".

Deluso?

"No, incerto, come del resto quel mondo. Tutta l'area del Commercio Equo e Solidale sta vivendo una fase di grande transizione. In sostanza la domanda è una sola: riusciranno i negozi, le iniziative in linea con tali idee a imporsi nel mercato, ad uscire dalla logica della "nicchia", coinvolgendo il grande pubblico, ma mantenendo intatte le peculiarità e le originalità dell'impostazione?".

Vecchia storia, insomma, quella della coerenza, della linearità tra ideali e prassi…

"Il mercato è una brutta bestia. Ma non possiamo fare a meno di confrontarci con le sue regole. Se il Commercio Equo e Solidale vuole crescere per diffondere il suo messaggio e per centrare gli obiettivi che si è posto non può chiudersi, fuggire; deve accettare il confronto".

Per vincere?

"Non lo so. Non credo sia possibile fare delle previsioni. L'esperienza di un modo diverso di approcciarsi e di gestire il consumo, così come la finanza, non è codificabile a priori, va costruita passo dopo passo. Di una cosa sono certo: all'interno di questi mondi vi sono tutte le competenze professionali e umane per inventare una strada. Quale? Non lo so".

Ma la sfida indubbiamente è già in corso. Non per nulla i negozi de "La Tortuga" hanno sede non nell'oscura periferia cittadina, ma in Piazza dei Signori a Padova e nel centro di Abano Terme. Nel cuore del commercio più allineato, insomma.

Ma non tutto è chiaro: tra mercato ed etica, tra il bancone e la frontiera, il solco è sempre sottile, ma talora difficile da valicare. Sarà un caso, ma proprio il giorno dopo il nostro colloquio con Pino Bonato, nella prima pagina di un quotidiano locale veniva riportata a più colonne la notizia di un contrasto "di lavoro" tra una dipendente de "La Tortuga" di Padova e la proprietà. Motivo: il rifiuto da parte della donna di frequentare un corso di marketing, scienza giudicata dalla lavoratrice non in linea con gli ideali del Commercio Equo e Solidale. Un segno dei tempi, non c'è che dire.

L'esperienza de "La Tortuga"

Voglia di impresa e tanto volontariato

Dal 1988, grazie al supporto di soci risparmiatori, collaboratori e volontari, "La Tortuga" diffonde e promuove a Padova, nel Veneto e nel resto d'Italia, la Finanza Etica ed il Commercio Equo e Solidale: approcci alternativi a quelli tradizionali, con cui far crescere "la giustizia sociale ed economica e uno sviluppo realmente sostenibile, nel rispetto delle persone e dell'ambiente". In questa prospettiva si concretizza una relazione paritaria fra tutti i soggetti coinvolti nella catena dello sviluppo: i produttori, gli importatori, i lavoratori, le Botteghe del Mondo ed anche i consumatori, uniti in una formidabile alleanza capace di incidere realmente nei processi di distribuzione della ricchezza mondiale.

L'impegno de "La Tortuga" si materializza nello sviluppo, nella distribuzione e nella commercializzazione dei prodotti del Commercio Equo. La Cooperativa si propone di sostenere l'autogestione delle attività produttive, culturali e la solidarietà fra i popoli, al fine di costituire nuovi rapporti fra uomo e uomo e fra uomo e natura, realizzando così il nuovo modello di sviluppo, senza scopo di lucro. L'impegno è quello di aiutare le realtà e le attività sociali, culturali e produttive dei soci che operano nel campo dell'ecologia, del pacifismo, della nonviolenza, del recupero degli emarginati, della salvaguardia dei diritti umani, del Commercio Equo e Solidale, della solidarietà; appoggiare imprese ed Enti di qualsiasi natura, considerati utili o socialmente meritevoli che, nel rispetto delle vigenti norme, raccolgono risorse finanziarie da destinare alla promozione e alla crescita economica dei Paesi in via di sviluppo o da destinare ad Enti e Organizzazioni di qualsiasi natura non aventi scopo di lucro, operanti nel territorio nazionale per il perseguimento dei loro fini istituzionali.

Non manca inoltre la volontà di promuovere lo studio e la ricerca nel campo della cooperazione e dell'autogestione, impegnandosi per la pubblicizzazione e diffusione del materiale prodotto. Molti sono i progetti da sostenere in un prossimo futuro; ad esempio, l'ulteriore rafforzamento della Cooperativa sul territorio locale, valorizzando in particolar modo il lavoro dei volontari e dei gruppi che

gestiscono banchetti equo-solidali in molte altre realtà sociali di Padova e che hanno portato allo sviluppo di nuovi centri stabili di presentazione e diffusione dei prodotti del Commercio Equo e Solidale. E' in quest'ottica che "La Tortuga" contribuisce al dialogo ed alla ricerca svolta dall'Assemblea Generale del Commercio Equo e Solidale con i suoi gruppi di studio "Verso la Certificazione" ed ora "Verso il Registro". C'è poi l'aspirazione ad entrare in nuovi canali commerciali sensibili e coerenti - come bar, locali, mense di cooperative, circoli ed associazioni - per portare anche lì i valori di uno scambio equo-solidale ed offrire la nuova gamma di prodotti, competitivi per qualità e prezzo, ma che offrono in più un "alto contenuto in dignità" per la certificazione offerta dal marchio di garanzia Flo in Italia-Transfair e per l'impegno storico della Cooperativa "La Tortuga" nel promuovere un'economia alternativa e solidale.

Decisivo anche l'obiettivo di migliorare ed ampliare l'impegno nel campo dell'informazione e della sensibilizzazione rispetto a questi temi, attraverso la crescita del "gruppo volontari" dedicato alle attività formative nel territorio, all'impegno nella produzione di nuovi prodotti editoriali per la promozione di un modello sostenibile, al miglioramento dei materiali informativi e dei canali di comunicazione (esempio il web) per agevolare l'accesso alle informazioni e la diffusione dei progetti.

"LA TORTUGA", ANCHE AD ABANO TERME

Inizialmente eravamo convinti che a spingere una persona ad entrare in un negozio come "La Tortuga" di Abano, fosse la volontà di fare qualcosa per gli altri, poiché la cosa che rende particolare questo genere di commercio è la gamma dei prodotti: che arrivano da tutto il mondo economicamente povero e sottosviluppato.

Dopo aver parlato con alcuni clienti, però, il nostro punto di vista cambia: l'impegno sociale resta naturalmente importantissimo, ma scopriamo anche che molti acquirenti preferiscono questo negozio proprio per l'autenticità dei prodotti.

"Se si vuole fare un regalo un po' particolare, prendiamo ad esempio, un bastone della pioggia, degli orecchini o delle collane in terracotta - spiega Chiara, una mamma quarantenne in compagnia del suo bambino - siamo nel posto giusto, così pure se si sta cercando del carcadè o degli incensi, miele e confettura, oppure dell'ottimo cioccolato o del caffè".

Molti Enti ed aziende, negli ultimi anni, invece di recapitare a casa dei migliori clienti la tipica cesta natalizia, preferiscono affidarsi a "La Tortuga", dove a parità di prezzo ottengono il medesimo trattamento ma, salvaguardando la qualità apprezzabile dei prodotti, contribuiscono ad aiutare il prossimo.

"Non è questione di pubblicità, - commenta Luigi, un professionista della zona - questa è un'organizzazione no-profit; si tratta magari di superare qualche stupida barriera mentale, che ci ha ormai costretti alla globalizzazione d'acquisto e di scelta".

Nella maggior parte dei casi, i clienti de "La Tortuga" di Abano sono entusiasti di essere riusciti a preferire l'autentico e socialmente utile, all'omologazione ed alla superficialità e alla fine... lo siamo anche noi che abbiamo aperto una finestra su questo mondo non ancora abbastanza frequentato.

Angoli di Mondo anche a casa nostra

Ci sono anche "Angoli di Mondo" dalle nostre parti. Il riferimento è ai negozi che fanno capo a una delle organizzazioni più attive e "storiche" nell'ambito del Commercio Equo e Solidale.

"Angoli di Mondo" è un'associazione nata proprio nella città del Santo, nell'ormai lontano 1985 che fa riferimento al Ctm altromercato, un "consorzio di organizzazioni senza fini di lucro che importa e distribuisce prodotti alimentari e artigianato del Sud del mondo".

"Ctm offre prodotti di qualità – si legge nella presentazione del consorzio – selezionati con cura e controllati con continuità", merci dal prezzo equo, che sostengono inoltre una informazione completa e trasparente e un'economia solidale e sostenibile".

C'è davvero di tutto nei negozi dell'Equo e Solidale: dal caffè ai palloni da calcio, dai tamburi agli shampoo. Già dalla vetrina uno sguardo attento viene subito rapito dalla quantità di oggetti, materiali, colori e una grande curiosità induce ad entrare. Oltrepassata la porta, e con la calma necessaria, ci si può guardare intorno e osservare come i bambini risultino attratti dalle "macchinine", le signore da decine di creme e "cremine", i giovani invece da una grande varietà di strumenti musicali o collanine d'ogni tipo.

Sono già cinque minuti che passeggiamo all'interno del negozio senza staccare lo sguardo dai prodotti, ben riposti negli scaffali lungo le pareti, sui tavoli o addirittura per terra al centro della stanza dove, sopra un bellissimo drappo, si può vedere qualche prodotto che proprio non ci si aspettava di trovare qui in Italia. Una manciata di minuti ancora senza alcun bisogno di ricorrere

LA SOLIDARIETÀ ANCHE A TAVOLA

Gli alimentari del Commercio Equo e Solidale, affermano gli operatori del settore, sono prodotti coltivati nel rispetto delle persone e dell'ambiente. Una garanzia di qualità e sicurezza per chi li consuma, una possibilità di uno sviluppo dignitoso a chi li produce. Molti dei prodotti, inoltre, provengono da agricoltura biologica.

Per la prima colazione… caffè di qualità arabica o robusta per la moka o per espresso, in polvere o in grani; tè nero o verde; sfuso o in filtri, classico o aromatizzato; miele, marmellate e confetture. Succhi di frutta concentrati; zucchero di canna integrale; cioccolato e cacao; biscotti.

Per la cucina esotica… cous cous; riso bianco, rosso, normale ed integrale; spezie; quinoa; pasta biologica con farina di quinoa; ceci; lenticchie; fagioli di diverse qualità.

Per i più golosi… cioccolato di altissima qualità, anche biologico e prodotto senza sostituti del burro di cacao; cioccolatini ripieni; caramelle di diversi gusti; crema spalmabile alle nocciole; budini e snack di vario genere; noci brasiliane; anacardi e frutta secca.

Per il benessere… il guaranà dei Saterè Mawè, l'erva mate dei Sem Terra, la camomilla; il carcadè e gli infusi di erbe e di spezie.

"BOTTEGHE DEL MONDO" DI PADOVA E ROVIGO

PADOVA

Altri Sapori - Circolo ANSPI
Via Tazzoli, 37 - PD
tel. 049 8736131

Ass. L'Arcobaleno - Millesoli
Via Vittorio Emanuele II, 8
Conselve (PD)
tel. 049 5389049
email:arianna@dialogon.it

Ass. Angoli di Mondo
Riviera Mussato, 31 - PD
tel. 049 665666
email:nokpg@iol.it

Ass. Angoli di Mondo
Via Martiri della Libertà, 14
Noventa Padovana (PD)

Ass. La Bilancia
Piazza Trento, 5 - Este (PD)
tel. 0429 3036

Ass. La Stella del Sud
Via Marconi, 1
Cittadella (PD)

Ass. La Tortuga Piazzola
Via Dante, 2
Piazzola sul Brenta (PD)

Ass. L'Arcobaleno
Via Roma, 23
Solesino (PD)
tel. 335 6947738

Coop. Soc. Angoli di Mondo
Via Barroccio
del Borgo, 10 - PD
tel. 049 8023077

La Tortuga
Piazza dei Signori, 2- PD
tel. 049 651865
email: info@latortuga.net

La Tortuga
Via Nazioni Unite, 32
Abano Terme (PD)
email: info@latortuga.net

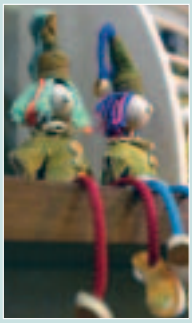
ROVIGO

Ass. La Fionda di Davide
Via X Luglio, 13/A - RO
tel. 0425 24255
email: la.fionda@libero.it

LE BOTTEGHE DEL MONDO, UNO SVILUPPO SOSTENIBILE

Le Botteghe del Mondo sono un luogo dove è possibile trovare non solo merci, ma anche idee e spunti di riflessione sulle tematiche dello sviluppo sostenibile, della giustizia sociale ed economica, del consumo responsabile, della pace e della non violenza. Per queste ragioni nelle Botteghe si possono trovare:

- libri e pubblicazioni sul Commercio Equo, la finanza etica, il consumo critico;
- saggi sulla globalizzazione, sullo squilibrio nord-sud, sull'ambiente, sulla non violenza;
- saggi, riflessioni e testimonianze sui paesi del Sud del mondo e le loro problematiche;
- libri per bambini, fiabe e sussidi didattici;
- libri e ricettari sulla cucina esotica e sui prodotti del Commercio Equo.



alla bugia di rito: "No grazie, dò un'occhiata". La ragazza che sta vicino alla cassa infatti non si è intromessa nel nostro curiosare, continua invece a leggere un libro, ogni tanto alza la testa e sorride. La calma e la serenità sono dovute alle sue stesse motivazioni: non è qui esclusivamente per vendere con un guadagno in percentuale sul fatturato, sta svolgendo un'opera di volontariato. Dopo un po' è la nostra curiosità a chiamarla in causa: "Ma questo caffè, arriva dritto dal Brasile?" "Certo". La ragazza spiega così che ogni prodotto presente in questo negozio ha stampato sull'etichetta non solo il prezzo ma anche il Paese di provenienza: se il caffè può arrivare direttamente dal Brasile, il servizio da the da una cooperativa in India, il bongo proviene invece da un villaggio del centro dell'Africa.

C'è davvero di tutto e soprattutto non c'è quella fretta cattiva consigliera di tanti acquisti.

Presso "Angoli di Mondo" (in Riviera Mussato, nello specifico) vi è una particolarità: un vasto reparto di oggetti (essenzialmente di abbigliamento) usati. "Sono frutto di donazioni spontanee da parte della gente, ma noi siamo molto attivi anche nel cercare tale merce. Per caso, lei ha una scantinato da sgomberare?"

Pare una battuta, ma dietro a questa spontanea domanda c'è molto dello spirito che anima questa associazione, per molti aspetti più "movimentista" rispetto ad altre organizzazioni. Insomma, quelli che lavorano in "Angoli di Mondo" (anzi che dedicano volontariamente il loro tempo libero) sono soprattutto "militanti" (nel senso migliore del termine), animati da una grande carica ideale, da una intraprendenza frutto di robuste convinzioni. Non per nulla in questi punti vendita non si trovano soltanto occasioni per spendere del denaro, ma anche per leggere, capire, informarsi. Libri, opuscoli, ma anche fiabe per bambini, racconti per ragazzi. Il resto, naturalmente è commercio, non vi è dubbio, ma prima di tutto viene la solidarietà, nella mente e nelle tasche.

Una rivoluzione culturale

Anche il consumo può essere "critico"

In merito al "consumo", la cultura del Commercio Equo e Solidale ha delle idee precise. Vediamole.

Il ruolo dei consumatori. Delle funzioni economiche che svolgiamo, quella che sembra giocare un ruolo determinante per il sistema è il consumo. Su nessun altro aspetto della vita siamo così insistentemente e dispendiosamente guidati. La realtà è sotto gli occhi di tutti: ogni giorno siamo investiti da una valanga di messaggi pubblicitari che lodano le novità offerte dall'industria, che stuzzicano voglie e appetiti, che presentano un modello da seguire in una corsa senza fine. I risultati sono altrettanto noti: il nostro consumo è ormai al livello dello spreco. Gli oppositori a questa impostazione non mancano. Ma i più vivono un senso di impotenza ed affermano che non si può competere col potere del sistema.

Cambiare il sistema. Eppure il sistema è vulnerabile e, proprio noi, i consumatori possiamo infliggergli i colpi più duri. Possiamo addirittura paralizzarlo. Gli strumenti a disposizione del consumatore per condizionare il sistema sono due: il boicottaggio e il consumo critico. Il boicottaggio è un'azione straordinaria e consiste nell'interruzione organizzata e temporanea dell'acquisto di uno o più prodotti per indurre le società produttrici a comportamenti diversi. Il consumo critico è un atteggiamento quotidiano che consiste nella scelta meticolosa di tutto ciò che compriamo non solo in base alla qualità e al prezzo ma anche in base alla storia dei prodotti ed alle scelte delle imprese produttrici.

Interrogarsi. Per questo, prima di comprare qualsiasi prodotto è indispensabile conoscere anche il comportamento generale delle imprese produttrici e, di conseguenza, porsi alcune domande rispetto ai singoli prodotti: la tecnologia impiegata è ad alto o basso consumo energetico? Quanti e quali veleni sono stati prodotti durante la sua fabbricazione? Quanti ne produrrà

durante il suo utilizzo e il suo smaltimento? E' stato ottenuto da materie prime riciclate o di primo impiego? Sono state utilizzate risorse provenienti da foreste tropicali?
Se si tratta di prodotti provenienti dal Sud del mondo è d'obbligo chiedersi: in quali condizioni di lavoro sono stati ottenuti? Che prezzo è stato pagato ai piccoli contadini? Per colpa loro sono state tolte terre alla produzione di cibo? I guadagni che procurano hanno spinto i latifondisti ad arraffare nuove terre lasciando sul lastrico dei contadini? A volte il singolo prodotto può risultare perfetto da tutti i punti di vista, ma che dire se è stato fabbricato da una multinazionale che possiede tante altre attività inquinanti, che esporta rifiuti pericolosi nel Terzo Mondo, che sfrutta i lavoratori nell'Europa dell'Est, che è compromessa con il settore militare?
Una rivoluzione silenziosa. Consumando in maniera critica è come se andassimo a votare ogni volta che facciamo la spesa. Votiamo sul comportamento delle imprese, premiando quelle che si comportano bene e punendo le altre. Alla lunga le imprese capiscono quali sono i comportamenti graditi ai consumatori e vi si adeguano instaurando fra loro una nuova forma di concorrenza, non più basata sulle caratteristiche estetiche ed economiche dei prodotti, ma sulle scelte sociali ed ambientali. Per questo il consumo critico equivale ad una rivoluzione silenziosa.

FARE FESTA

Un dono del Commercio Equo regala dignità a chi lo riceve e a chi lo produce, perché viene pagato equamente e permette a chi lo inventa, lo crea, lo plasma, o lo dipinge, una vita dignitosa.
Diverse e molteplici sono le soluzioni per dare un valore ancora più grande e soprattutto un senso di giustizia ai vostri momenti più importanti.
PER I COMPLEANNI: una vasta gamma di articoli di artigianato, oggetti artistici, accessori personali, articoli di cartoleria e piccoli complementi d'arredo, abbigliamento, libri.
PER I MATRIMONI, I BATTESIMI e ALTRE RICORRENZE RELIGIOSE o PER TUTTI I MOMENTI DA "RICORDARE": servizi di piatti e bicchieri, originali teiere e tazze, mobili e piccoli complementi d'arredo, tovaglie, copriletto e arazzi per le vostre liste nozze; piccoli oggetti, scatoline, fischietti, cestini, posacenere, animaletti in terracotta, confezionati con materiali naturali per le vostre bomboniere.
PER IL NATALE: una vasta gamma di prodotti alimentari "generici" e "dedicati" (panettone; torrone mandorlato; cioccolatini ripieni alla nocciola; caffè Bio in lattina decorata) per i vostri cesti natalizi.
PER LA PASQUA: colorate uova di cioccolato al latte e fondente con una piccola sorpresa all'interno, piccoli oggetti di artigianato di produttori del Commercio Equo e Solidale.

Sant'Elena
BANCA DI CREDITO COOPERATIVO
Un credito di fiducia

Scegli il tuo posto in prima fila

Il nuovo servizio di prevendita dei biglietti per eventi musicali, teatrali e sportivi, direttamente presso gli sportelli della Banca di Credito Cooperativo di Sant'Elena.
Le Succursali di Este, Monselice, Padova sono operative con il servizio di prenotazione elettronica **PRIMI ALLA PRIMA** che consente di acquistare il biglietto o l'abbonamento definitivo per accedere a tutta una serie di eventi in programmazione nel Triveneto, senza più code ai botteghini.
Il servizio è accessibile senza commissioni aggiuntive e consente di scegliere per tempo i posti disponibili nei vari spettacoli.

PROGRAMMAZIONE PER IL PERIODO INVERNALE

PAOLA TURCI in concerto al Teatro Farinelli di Este
il 10 novembre 2004 alle ore 20.30
MAX PEZZALI in concerto al Palasport di Sacile
il 12 novembre 2004 alle ore 21.30
MAX PEZZALI in concerto al Palasport di Padova
il 13 novembre 2004 alle ore 21.30
SABINA GUZZANTI Reperto raiot dal Teatro Sociale di Rovigo
il 28 e 29 novembre 2004 alle ore 21.00
RAF in concerto al Palasport di Padova
il 3 dicembre 2004 alle ore 21.30
MANGO in concerto al Palasport di Padova
l'11 dicembre 2004 alle ore 21.30
FRANCESCO GUCCINI in concerto al Palasport di Padova
il 28 gennaio 2005 alle ore 21.30
ELISA in concerto al Palasport di Padova
il 5 febbraio 2005 alle ore 21.30
BIAGIO ANTONACCI in concerto al Palasport di Padova
l'11 marzo 2005 alle ore 21.30

BCC CREDITO COOPERATIVO
UN SISTEMA DI BANCHE
Differente **per forza.**

A DISPOSIZIONE PRESSO TUTTI GLI SPORTELLI DELLA BANCA DI CREDITO COOPERATIVO DI SANT'ELENA

Nel settimo anniversario della nascita

Francesco Petrarca nella sua Arquà

Tra le molte iniziative per celebrare la ricorrenza, un "Itinerario spirituale" in musica ospitato nella Chiesa parrocchiale con il sostegno della Banca

Il 2004 è un anno importante per Arquà Petrarca. Ricorre infatti il settimo anniversario della nascita di Francesco, il poeta che con la morte in questo luogo ha voluto legare la sua vicenda al nome stesso del paese dei Colli Euganei. Innumerevoli le iniziative promosse da Enti locali, Università, Regioni, Accademie, per ricordare l'avvenimento.

Tra queste anche la Parrocchia di Arquà, in collaborazione con la Banca di Credito Cooperativo di Sant'Elena, ha voluto proporre una serie di eventi per celebrare il centenario. In particolare va ricordata la serie di concerti intitolata "Itinerario spirituale", dedicati alla musica barocca e ospitati nella Chiesa parrocchiale. "La nostra convinzione – spiega l'arciprete don Maurizio Brasson – è che l'arte sia un veicolo decisivo e di spessore per onorare eventi importanti legati alla vita terrena di personaggi illustri. Con tale proposta musicale (ma non solo) abbiamo voluto dimostrare l'attenzione di tutta la comunità nei confronti di un artista e di un uomo di cultura che ci ha onorato della sua presenza".

I concerti sono stati molto seguiti dal pubblico, merito anche della suggestione di un luogo legato indissolubilmente ai versi del "poeta di Laura".

Anche il Comune di Padova ha voluto commemorare il settimo centenario della nascita di Francesco Petrarca presentando, in un nuovo allestimento, l'ampio corredo documentario che arricchisce la Casa del Poeta ad Arquà Petrarca.

L'inedita sistemazione della "piccola casa, decorosa e nobile" (così Petrarca descrive il suo "dolce rifugio"), ha segnato l'avvio del programma di celebrazioni che la Città di Padova e la Regione del Veneto hanno varato per ricordare il Poeta toscano che scelse il Veneto come terra d'elezione.

Il nuovo allestimento, finalizzato ad offrire maggiori informazioni e spunti di riflessione sulla vita e sulle opere del Poeta, è stato voluto ancora più rispettoso della suggestione del luogo e delle testimonianze della quotidianità di vita del Petrarca che la Casa conserva integre da secoli. In esso particolare attenzione viene riservata alla Casa stessa, meta di pellegrinaggio sentimentale e letterario sin dai primi anni dopo la morte del Poeta e trasformata ben presto in "museo" delle memorie petrarchesche: qui il visitatore è stimolato a ripercorrerne la storia e ad ammirare gli affreschi cinquecenteschi ispirati alle opere del Petrarca che la decorano. Al primo piano trova nuova collocazione una scelta di disegni, incisioni e oggetti legati alla Casa, e al suo mito, nelle sezioni: "La Casa di Francesco Petrarca", "Iconografia del Petrarca e di Laura", "Arquà e il territorio circostante", "La tomba del Petrarca", "Il mito della Casa: i registri dei visitatori", "Il mito della Casa: le "reliquie" e le medaglie commemorative".

A proposito di casa

La ristrutturazione dell'abitazione diventa prioritaria
L'importanza di essere bene informati

La casa è un bene troppo importante per non dedicargli attenzione e una cura del tutto particolare. In fondo è il luogo al quale noi tutti dedichiamo infinite cure, giorno dopo giorno, per arrivare a sentirci a nostro agio e provare quel senso di sicurezza che tornare a casa dà a ogni persona. La casa in ogni momento della storia è costata impegno, lavoro, talvolta sacrificio, sempre denaro. Non è da trascurare infatti l'impegno finanziario che richiede; proprio per questo tutti siamo sensibili alle opportunità che consentono di risparmiare sui costi o frazionare le spese. A questo proposito è evidente, dai dati a disposizione, come le agevolazioni per le ristrutturazioni edilizie stiano riscuotendo grande successo. In molti stanno approfittando infatti del provvedimento che prevede una detrazione d'imposta Irpef/Ire del 36% a cui si accompagna la proroga dell'agevolazione Iva ridotta al 10% su materiali e manodopera. Evidentemente questa modalità piace perché sono in tanti ad utilizzare ampiamente il bonus varato per la prima volta nel 1998 e destinato agli interventi di manutenzione ordinaria (per i condomini), straordinaria, di recupero e ristrutturazione degli immobili. Tutte le Regioni hanno registrato infatti un incremento considerevole delle domande di ristrutturazione, pur avendo scontato il momento di incertezza normativa di inizio anno che ha visto accavallarsi, e poi smentirsi, le varie voci sugli importi percentuali e sull'aliquota IVA.
Una volta fatta chiarezza si è visto come mediamente in Italia da gennaio a marzo le richieste siano aumentate del 100% e nella sola Regione Veneto del

112,8%. Più contenuto, ma sempre significativo, il rialzo su base annua, in quanto il totale delle domande in Italia a marzo 2004 era salito a 63.000, positivo rispetto allo stesso periodo 2003 quando le domande si erano fermate a 59.500 (fonte: Agenzia delle Entrate). Pur non avendo dati nazionali più recenti, sulla base dei dati interni alla Banca, possiamo confermare che la tendenza positiva è tuttora in atto. I clienti vedono nelle agevolazioni fiscali ancora dei buoni motivi per scegliere di non cambiare casa ma di risistemare quella già in possesso, magari quella dei genitori. Altri scelgono di comprare una casa perché contano di sfruttare al massimo le agevolazioni fiscali e di approfittare del basso livello dei tassi e della disponibilità della Banca a dare dilazioni di pagamento decisamente di favore. In tutto questo percorso i clienti vengono guidati dalla Banca nella scelta del finanziamento più adatto alle loro esigenze. La gamma delle possibilità è talmente ampia e capace di far fronte a qualsiasi necessità, che tutti possono trovare soddisfazione e tranquillità.

Prima di trattare alcuni aspetti tecnici, precisiamo che per "recupero del patrimonio edilizio" si intende: ristrutturazione edilizia, eliminazione di barriere architettoniche, manutenzione ordinaria, manutenzione straordinaria, risanamento e restauro conservativo, opere finalizzate al risparmio energetico, opere finalizzate alla cablatura degli edifici, opere finalizzate alla sicurezza statica e antisismica, messa a norma degli edifici, opere finalizzate ad evitare infortuni domestici, opere finalizzate a impedire il compimento di atti illeciti da parte di terzi. Nell'ambito di tutte queste possibilità di intervento sull'abitazione, come anzi detto, è stata determinante la possibilità di detrazione delle spese sostenute per l'acquisto o per il recupero del patrimonio edilizio. Ma cosa significa tutto ciò?

Per quanto riguarda gli **interessi fiscalmente detraibili**, ricordiamo che la detraibilità fiscale riguarda

- gli interessi passivi,
- gli oneri accessori,
- le quote di rivalutazione dipendenti da clausole di indicizzazione per mutui ipotecari contratti per l'acquisto di immobili adibiti ad abitazione principale. L'art. 13-bis del DPR 917/86 stabilisce che dall'IRPEF dovuta dal contribuente è detraibile un importo pari al 19% degli interessi passivi e relativi oneri accessori, su un ammontare comunque non superiore a € 3.615,20, pagati alla Banca per mutui ipotecari contratti per l'acquisto della prima casa. In caso di contitolarità del contratto di mutuo o di più contratti di mutuo tale limite è riferito all'ammontare complessivo degli interessi, oneri accessori e quote di rivalutazione sostenuti (per esempio, marito e moglie cointestatari in parti uguali possono beneficiare al massimo di un importo pari a € 1.807,60 ciascuno).

Per ciò che riguarda la **detrazione delle spese sostenute per il recupero del patrimonio edilizio**, è bene ricordare che in caso di ristrutturazione si può detrarre (in 10 anni) il 36% delle spese sostenute dall'IRPEF lorda. Le modalità, notevolmente complesse, per poter accedere al beneficio, sono reperibili presso qualsiasi Agenzia delle Entrate, disponibile a fornire modulistica e consulenza, o direttamente sul sito:
www.agenziaentrate.it.

Tempo di vendemmia

Sono molti i soci della Banca che operano nel mondo agricolo e, in particolare, nella viticoltura Abbiamo raccolto due esperienze significative

GIANNI BORIN

La storia di Gianni Borin è emblematica di un percorso che negli ultimi decenni ha accomunato molti "uomini dei Colli", cresciuti tra le vigne, che hanno saputo fare una preziosa sintesi tra la propensione e la consuetudine "familiare" alla vita dei campi e le esigenze di dare sostanza "scientifica" al loro operare. Nato a Monselice una cinquantina d'anni or sono, Gianni Borin, non si è accontentato del sapere appreso dalla tradizione di casa: si è laureato infatti in Scienze Agrarie, all'Università di Padova, con una tesi sperimentale in Enologia. Il suo percorso formativo però non si è fermato qui; ha conseguito, quindi, il Diploma di Specializzazione post-universitaria in Viticoltura ed Enologia all'Università di Torino e l'abilitazione alla professione di Dottore Agronomo nel 1981.
Contemporaneamente è cresciuto il suo impegno nell'ambito territoriale e dei vari organismi di categoria.

VECCHIE VITI E NUOVO SAPERE

A Monticelli, sulla strada che conduce ad Arquà Petrarca, uno dei luoghi più noti e suggestivi dei Colli Euganei, si trova l'azienda Vini&Vigne di Gianni Borin. "La struttura dei terreni – spiega l'enologo – da queste parti ha una notevole variabilità legata alla tipologia del luogo; esso infatti è costituito in buona parte dal disfacimento di scaglie calcaree dei rilievi, che a volte ricoprono nuclei di trachite, ovvero da depositi alluvionali di materiali marmosi, talora mescolati a quelli di tipo sabbioso".

Si tratta quindi di un sito ideale per continuare ed arricchire la secolare tradizione del vino degli Euganei...

"I vigneti dell'azienda – continua Borin – che sorgono in differenti fondi di Monticelli e delle colline di Arquà sono seguiti direttamente dalla nostra famiglia, secondo criteri acquisiti nel tempo, ma anche con molta attenzione all'evoluzione dei nuovi sistemi di coltivazione. "Dopo una serie di vendemmie non certo esaltanti, a causa soprattutto di alcune circostanze climatiche, come la scarsità di precipitazioni dell'estate scorsa, quest'anno la situazione si presenta indubbiamente migliore. Diciamo che nel 2004 la raccolta e la produzione si presenta abbondante e di qualità. Le prime stime indicano un aumento della quantità di oltre il 15%, ma soprattutto la qualità del vino che uscirà dalle nostre botti sarà pregevole e ricca di valori aromatici". "La produzione – aggiunge l'enologo – è attestata su quella tradizionale dei Colli: dai rossi, ai bianchi, ai vini da dessert".

Spesso si accusano i viticoltori degli Euganei di essere poco attenti al "pregio" dei loro prodotti?

"E' una convinzione, abbastanza diffusa è vero, che non corrisponde più alla verità. Negli ultimi dieci anni abbiamo fatto passi da gigante, sia per quanto riguarda l'attenzione alle piante sia in merito alle tecniche di realizzazione del prodotto finale".

Ma la gente compra ancora?

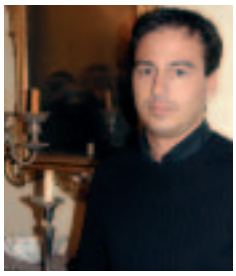
"Indubbiamente è cambiato il modo di consumare: una volta chi si avvicinava o semplicemente bevevo vino lo faceva in maniera abbastanza "qualunquista"; oggi vi è una maggiore richiesta di qualità".

Un'attenzione continua, dunque, che

impone aggiornamento, non soltanto personale, ma anche degli impianti, delle tecnologie.
"Di sicuro non basta avere delle vigne per produrre buon vino, per questo sono importanti gli investimenti e la professionalità, oltre che una buona politica commerciale e di marketing. Su tale terreno ho trovato un partner significativo proprio nel Credito Cooperativo".

"L'UVA? LA COLTIVO IN SERRE SICILIANE"

Strana la vita. Può capitare che un giovane padovano, nato e cresciuto nelle Piazze, si ritrovi un giorno a coltivare uva in Sicilia. E' successo a Vittorio Loro, trentacinquenne della città del Santo: vita normale, liceo al "Barbarigo", iscrizione a Giurisprudenza.
"Poi un giorno mi sono accorto di avere ereditato un terreno in provincia di Ragusa, alla stessa latitudine di Tunisi. Praticamente un deserto: qualche olivo e niente più. D'altra parte, da quelle parti, con quel clima, non si poteva pensare proprio di avere rigogliose campagne…".
"La premessa a questa storia sta in buona parte nel mio temperamento amante delle novità e desideroso di provare esperienze inedite. Così, spinto da tali motivazioni personali, mi sono concretamente posto il problema di utilizzare quei campi. Ho incontrato un siciliano al quale ho chiesto, semplicemente, se era possibile piantare delle vigne. In linea teorica non vi erano difficoltà, se non fosse stato per il fatto che mancava l'acqua. Non ci siamo fermati: abbiamo chiamato una rabdomante, seguito le sue indicazioni, trivellato il terreno e, a molte decine di metri sotto il suolo, ci siamo imbattuti in una ricca falda. A questo punto produrre uva e vino sarebbe stato possibile, forse fin troppo facile; così, inseguendo una mia suggestione, abbiamo messo in piedi le prime serre per coltivare: uva da tavola!"
A Scicli, questo il nome della località sicula, inizialmente (siamo nel 1995) l'azienda occupava tre ettari di superficie.
"Pochi, non vi è dubbio, ma è stato soltanto l'avvio".
Il progetto andava. Così, un po' alla volta, Vittorio ha cominciato ad estendere le serre. Oggi gli ettari che danno uva sono oltre una ventina, le qualità che arrivano sulle tavole di mezza Europa sono la "Vittoria", la "Matilde" (bianche) e la "Black Magic" (nera)".
"La nostra produzione attuale si aggira attorno alle 150-160 tonnellate annue, che ora piazziamo a grossisti 'di peso', che affrontano soprattutto i mercati esteri. Si tratta di un prodotto di alto profilo, che costa, tanto per essere chiari".
La vita di Vittorio tuttavia è sempre padovana. Lavora come consulente in comunicazione aziendale presso un'importante agenzia e poi via, nei week end o durante le vacanze, se ne va in Sicilia a curare le sue vigne. "E' un'esistenza dura, non vi è dubbio. Ma è quella che amo. Il futuro? Sicuramente sarà legato alle viti". La strada dell'uomo che poteva diventare un avvocato nostrano (poi però ha abbandonato gli studi di Giurisprudenza per frequentare il corso di laurea in Scienze della Comunicazione… che con l'uva però c'entra sempre poco), si è incrociata con quella della Banca di Credito Cooperativo di Sant'Elena. "In questo Istituto, a differenza di altri, ho apprezzato soprattutto il rapporto personale, la capacità di dare fiducia e credito ai progetti mettendomi a disposizione tutto il sapere 'tecnico' di cui avevo bisogno".
E adesso?
"Adesso… parto per la Sicilia!"



Vittorio Loro, trentacinquenne laureato in Scienze della Comunicazione attualmente consulente presso un'importante agenzia di Padova. Nei week end vola in Sicilia a curare le sue vigne

Sci Club Terme Euganee

Sulla neve per crescere

Nello sport "di casa" può succedere anche questo: una società, impegnata quotidianamente (come tutte, del resto) nella non facile operazione di far quadrare i bilanci a fine anno, riesce nonostante tutto a fare della beneficenza. E' il caso dello Sci Club Terme Euganee.
"Per noi – spiega il Presidente, Vanni Ceccarello – è una scelta importante e decisiva, quanto quella di far fare agonismo ai nostri ragazzi. Siamo infatti convinti che la formazione della persona (e questo è il nostro obiettivo fondamentale) non possa prescindere da un approccio integrale. Abituarsi a competere, a vincere, ma anche ad essere aperti agli altri, soprattutto a chi ha meno e vive una situazione di disagio".

L'IMBARAZZO DI VANNI

L'unico imbarazzo lo prova quando dovrebbe parlare del figlio. Nicolò infatti è una delle promesse più interessanti dello Sci Club Terme Euganee, ma il Presidente preferisce lasciar perdere. Del resto gli argomenti di cui discutere certo non mancano. Visto che Vanni Ceccarello è impegnato su più fronti. Oltre alla passione per lo sport, il lavoro nel settore dei marmi, la famiglia, è anche responsabile comunale di Confartigianato e siede nel Consiglio di Amministrazione di UpaFormazione. "Troppi impegni? Per il momento riesco a reggere. Fortunatamente lavoro a "compartimenti stagni", confinando tra di loro le singole preoccupazioni". Niente di eccezionale: si sa, dalle nostre parti, c'è chi fa molto e chi nulla. Ceccarello ha scelto con chiarezza da che parte stare.

L'anno scorso, tanto per andare al concreto, il gruppo ha devoluto 1.500 Euro a favore dell'Associazione nazionale volontari della lotta contro i tumori (Anvolt); in precedenza altre donazioni erano state destinate all'Africa.
"Su questo terreno – continua il Presidente – vi è una sintonia totale tra dirigenti, atleti e soprattutto famiglie".
Lo Sci Club Terme Euganee è giovane: nato nel 1996, ha fatto segnare un continuo crescendo fino ad arrivare con gli attuali 255 soci, tutti iscritti federali, ad essere la seconda realtà degli sport sulla neve attiva a Padova.
"Con la nascita del Club – aggiunge Ceccarello – abbiamo coronato un sogno che ci aveva accompagnato fin da ragazzi, quando anche noi c'eravamo avvicinati alla montagna. Il nostro obiettivo decisivo è quello di

avviare i giovani alla pratica dello sci. L'aspetto agonistico è importante, ma non quello che ci assorbe maggiormente. Cerchiamo di vivere un'esperienza di gruppo che abbia una valenza alta, per chi vi partecipa e per chi vi ruota attorno, come appunto genitori e familiari".

Che sono coinvolti?

"Indubbiamente. Anzi sono proprio loro i migliori promoter della società. In questo periodo abbiamo preso sempre maggiore consistenza grazie proprio a un "passa parola" costruttivo messo in campo da chi ha provato a vivere le nostre proposte.

Questo è il risultato maggiore".
Ma non l'unico. Vi sono poi i successi di chi ogni domenica (con "levatacce" pesantissime) si confronta sugli sci.
"Soltanto ora cominciamo ad ottenere i primi risultati. Ovvio: siamo nati da poco e abbiamo dovuto attendere i tempi fisiologici di crescita.
Nonostante ciò, tra di noi, c'è già chi ha raggiunto il vertice: Francesco Merlini, ad esempio, ha vinto il "Campionato Italiano Cittadini" di fondo. In questa stagione poi, abbiamo buone opportunità di raggiungere ottimi traguardi".
"Chi ci aiuta? Tanti. Sponsor, aziende, famiglie, la Banca di Credito Cooperativo di Sant'Elena, alla quale ci siamo legati grazie al solido rapporto di amicizia stretto con Giancarlo
Dal Moro, già direttore della Succursale di Montegrotto, prematuramente scomparso, alla memoria del quale ogni anno il nostro Club dedica il Trofeo primaverile".
"I progetti? Sciare e far amare questo sport, soprattutto ai più piccoli, perché crescere non è facile ma anche sulla neve si può diventare uomini".

CALCIO / TRA SAONARA E LEGNARO UN'UNIONE PER I PIÙ PICCOLI

La squadra di calcio di un paese talora è come il campanile. Appartiene alla storia, all'aneddotica, alla cultura del luogo. Cosa succede, quindi, quando una società locale emigra in un Comune vicino?
La storia di Saonara da questo punto di vista è emblematica. Una buona tradizione tra il calcio dilettanti, qualche successo, ma anche crescenti difficoltà a gestire il club, soprattutto in una prospettiva di sviluppo. Allora? Meglio cercare di razionalizzare risorse e programmi, fondendosi con un club contermino. Così quest'anno è nata la Legnarese, una società che ha raggruppato due sodalizi.
"Le motivazioni che hanno spinto a questa scelta - spiegano i dirigenti di Saonara – sono legate soprattutto alle necessità di dare un assetto più solido e funzionale al settore giovanile. Con il trasferimento e l'unione con il Legnaro, infatti, possiamo usufruire di maggiori spazi e impianti e soprattutto avvalerci di consigli e suggerimenti di due campioni come Damiano Longhi e Pippo Maniero. Quest'ultimo tiene molto all'operazione essendo originario proprio di queste parti".
Attualmente il nuovo club può contare su oltre centoventi ragazzi che frequentano la "scuola di calcio". "I piccoli – aggiungono i dirigenti – continuano a frequentare gli impianti di casa, questo per non creare disagi, ma sono inseriti in un contesto e in una programmazione più ampia e articolata e possono avvalersi di preparatori di qualità".

La valorizzazione del settore giovanile, quindi, come strategia e modalità operativa. In questa prospettiva è in programma un evento in grado di attirare l'attenzione dell'ambiente e dell'opinione pubblica su questa nuova realtà del pallone nostrano. "Stiamo mettendo in cantiere – spiegano i dirigenti - la realizzazione di un torneo di alto livello, probabilmente riservato a Giovanissimi o a Esordienti, proprio nella prospettiva di valorizzare il vivaio e rendere palesi quali sono le nostre intenzioni".
Buoni propositi e apprezzabili iniziative. Ma i tifosi di Saonara come hanno reagito all'emigrazione forzata della propria squadra?
"Qualcuno ovviamente c'è rimasto male, ma alla fine la maggior parte ha capito che era una scelta obbligata e soprattutto l'unica in grado di garantire prospettive future".

Il progetto 2004/2005 della Banca di Credito Cooperativo di Sant'Elena per gli alunni delle Scuole Medie

Uno sguardo all'Habitat

Uomini, ambienti, relazioni

Il progetto Habitat della Banca di Credito Cooperativo di Sant'Elena ha come obiettivo quello di aiutare i ragazzi a riflettere e a cogliere l'importanza:

- delle relazioni
- della capacità di riferirsi in maniera corretta con persone, spazi e tempi.

Il tema della relazione è quindi centrale in questo progetto.

OBIETTIVO

Non una semplice osservazione e analisi dei contesti ma, in maniera più approfondita, la ricerca del posizionamento personale (del proprio livello e della qualità del coinvolgimento del singolo e del gruppo)
rispetto al mondo che ci circonda (gli altri, la natura, ecc.).

PERCORSO

L'obiettivo indicato può essere perseguito attraverso diversi percorsi,
intrapresi in campi multidisciplinari, tenendo presenti due variabili:

- l'evoluzione storica delle relazioni
- l'area delle relazioni (da quella personale, a quella di gruppo).

DISPONIBILITÀ DELLA BANCA

Nella realizzazione del Progetto la Banca è disponibile ad intervenire secondo le modalità che saranno individuate all'interno dei vari percorsi. In particolare la Banca è in grado di dare un contributo :

- al momento di informazione e documentazione, attraverso la fornitura di elementi di ricerca (bibliografici o di altra natura), contatti con esperti, escursioni e visite didattiche;
- alla realizzazione dei progetti, attraverso la fornitura di materiale, strumenti interdisciplinari e multimediali (testi cartacei, elaborazioni grafiche, realizzazioni "manuali" secondo varie tecniche, filmati, video, spot, cd, ecc.).

Le tematiche di seguito descritte hanno soltanto un valore orientativo e di stimolo. Ogni scuola o "gruppo di lavoro" sarà libero di "personalizzare" i progetti, individuando temi e percorsi.

TEMI E ARGOMENTI

Habitat Ambiente
COM'È CAMBIATA LA "NATURA"
- Il nuovo ecosistema Terra
- Da beni disponibili a beni preziosi (acqua, aria, terra, ecc.)
- Il rapporto con piante e fiori
- Il rapporto con gli animali

Habitat Economico
DAL BARATTO ALL'EURO: QUESTO MONDO, UN GRANDE MERCATO
- Le nuove prospettive del lavoro
- Oltre il mercato (esperienze di non profit)

Habitat Paesaggio
COM'È CAMBIATO "TUTTO CIÒ CHE CI STA INTORNO"
- Dal Veneto rurale, alla fabbrica diffusa (il rapporto con l'ambiente nella cultura contadina, quello nel mondo industriale e urbano)
- I centri "storici", l'urbanizzazione, i paesi, le "frazioni", le parrocchie
- Il commercio: dal negozio, all'ipermercato

Habitat Globale
IL MONDO IN CASA
- Dalle emigrazioni dei Veneti, al Nord Est: società multiculturale
- Da un'unica lingua, alla "Babele"
- Da "un unico Dio", alla diversità delle fedi

Habitat Quotidiano
NUOVI MODELLI E DIVERSI STILI DI VITA
- La famiglia, le relazioni interpersonali, il tempo libero (i mass media e il loro influsso, ecc.)
- Il rapporto con i "diversi" (la disabilità, gli "stranieri", ecc.)
- La solidarietà come "prassi giornaliera"

L'Auser di Montegrotto

Tutti in pulmino per sentirsi meno soli

230.000 iscritti, migliaia di volontari attivi,1200 sedi in tutta Italia. Auser è una associazione di volontariato e di promozione sociale, tesa a valorizzare gli anziani e a far crescere il loro ruolo attivo come risorsa generale della società.

Nata nel 1989 per iniziativa della Cgil e dello Spi-Cgil, Auser si propone di contrastare ogni forma di esclusione sociale, diffondere la cultura della solidarietà, sviluppare i rapporti intergenerazionali, l'educazione degli adulti, la solidarietà internazionale.

Sono oltre dieci anni che a Montegrotto Terme è nato e opera un circolo dell'Auser, l'Associazione attenta soprattutto alle tematiche e ai problemi della condizione anziana. "I volontari che fanno parte della nostra realtà – spiega il Presidente, Silvio Nardo – in questi anni si sono molto impegnati per dare vitalità e sostanza alle varie iniziative. Tutto ciò ha ottenuto vantaggi perfino insperati. Sono infatti settecentocinquanta i soci che aderiscono al gruppo, un numero consistente che testimonia la bontà delle molte proposte, come ad esempio l'accoglienza che è stata offerta ai bambini di Monstar, dando loro, in collaborazione con il Comune e gli albergatori locali, ospitalità".
"Vi è tuttavia un problema. – aggiunge il Presidente – talora l'esistenza del Circolo non giova a tutti gli anziani, in quanto molti vivono in zone periferiche e non sono quindi in grado di raggiungere la sede dell'Associazione, ma ancor più di usufruire di servizi pubblici fondamentali come le poste, la farmacia, gli ambulatori medici, oppure di recarsi al camposanto per visitare i propri cari. Troppe persone in età avanzata sono sole e non hanno a disposizione mezzi di trasporto, né tanto meno chi li accompagni". Per questo l'Auser di Montegrotto ha deciso di acquistare un pulmino che potrà essere messo a disposizione di quanti abbiano la necessità (ma non l'opportunità) di spostarsi. "E' un progetto che ormai abbiamo concretizzato - afferma Silvio Nardo - e che ci consente di allargare il nostro raggio di azione anche ai territori di Battaglia e di Due Carrare. E' stato un modo per sperimentare la collaborazione, peraltro già ampiamente collaudata, con le Amministrazioni locali, con altri soggetti, come la Banca di Credito Cooperativo di Sant'Elena, che ci hanno sostenuto in una spesa decisamente pesante per le nostre casse". Ora il mezzo di trasporto è una realtà che consente ai volontari dell'Auser di arrivare anche a quanti erano involontariamente isolati.
"Il nostro intervento tuttavia non si limita soltanto al mondo della Terza Età. Del pulmino infatti possono usufruire tutti coloro che sono in condizioni di disagio. E' un modo per aprire gli anziani stessi a una solidarietà più ampia. Non vi è medicina più efficace per una persona che non ha più particolari ruoli professionali o familiari del sentirsi utile, coinvolta. La solidarietà è il migliore antidoto all'invecchiamento".

Il gruppo di bambini di Monstar accolto dagli anziani di Auser a Montegrotto

In piena attività il Cral

Oltre il lavoro

Quattro calci in compagnia tra una città d'arte e l'altra

Ebbene sì a Sant'Elena si lavora ma ci si diverte pure: lo scorso mese infatti è stato disputato un allegro, ma quanto mai agguerrito, incontro di calcetto, tra "ammogliati" e "scapoli".
La sfida, patrocinata dal Cral, ha visto i giovani colleghi in vantaggio per tutto il primo tempo, ma alla fine gli "ammogliati" hanno avuto la meglio dando così una dura lezione, non solo nel numero delle reti (ben 14 contro 2), ma anche nello stile.
La serata si è conclusa in trattoria, degno luogo per ritemprare le forze soprattutto per chi (e siamo in tanti) non è tanto allenato a "tenere" un'ora e mezza di "movimento".
A presto la rivincita.
Nel mese di novembre il CRAL ha organizzato una visita guidata alla mostra "Natura e Maniera. Le ceneri violette di Giorgione tra

Tiziano e Caravaggio", mostra allestita a Palazzo Te di Mantova che esibisce capolavori pittorici seguendo un percorso cronologico che va dalla Venezia del Tiziano, sulla scia della fama accesa dall'opera del Giorgione, di corte in corte attraverso la pianura padana, fino a Caravaggio.
Il pomeriggio è stato dedicato alla visita dell'incantevole città di Mantova.
L'intenzione di coniugare arte e natura nel programma delle attività del Cral ci consente di programmare per la prossima primavera la visita guidata alla mostra di Monet, questa volta a Brescia, senza tralasciare, per la gioia degli sportivi, la gita sugli sci e la classica passeggiata lungo le pendici dei nostri bei Colli Euganei.

Il gruppo di colleghi della BCC in visita alla città di Mantova

I PICCOLI ACQUISTI

Essere aggiornati, al passo con i tempi e realizzare i propri sogni, non devono essere privilegi di pochi. Insieme troveremo il modo più conveniente per fare tutto questo; potrà essere d'aiuto il credito famiglia, il credito veloce per l'acquisto dell'auto, il prestito per acquistare il computer o i testi scolastici, oppure la carta di credito revolving.

Piccoli acquisti

Sfogliando il "vocabolario" per saperne di più

CREDITO AL CONSUMO Prestito concesso a favore di una persona fisica (consumatore) per soddisfare bisogni attinenti alla sua vita privata e per un importo massimo di 60 /mln delle vecchie lire (31.000,00 €). Tra le fattispecie che NON rientrano nella categoria del credito al consumo (cfr. art. 121 Capo II T.U.B.) meritano di essere menzionati i crediti destinati all'acquisto od alla conservazione di un diritto di proprietà su un terreno o su un immobile edificato, ovvero all'esecuzione di opere di restauro o di miglioramento.
Le forme tecniche più diffuse di questa tipologia di finanziamento sono i prestiti personali e le carte di credito.

PRESTITO PERSONALE È la forma tecnica più utilizzata di credito al consumo, erogato generalmente a clientela individuale in relazione a fabbisogni finanziari derivanti dall'acquisizione di beni di consumo durevoli (arredamenti, autoveicoli ecc.).

Principali caratteristiche sono:
- importo modesto;
- scadenza compresa abitualmente tra i 12 e 60 mesi;
- non è assistito da specifiche garanzie
- il tasso d'interesse, abitualmente fisso,

deve essere esplicitato chiaramente sia in termini nominali sia con riferimento al tasso effettivo (TAEG - *percentualizzazione in termini annui dell'insieme di interessi e di tutte le spese ed oneri a carico del beneficiario del credito*).

PRESTITO PERSONALE NON FINALIZZATO (CREDITO FAMIGLIA) Tipologia di prestito personale in cui il beneficiario del prestito, cliente e correntista della banca, si rivolge a questa per ottenere un finanziamento senza una specifica destinazione.

PRESTITO PERSONALE FINALIZZATO (CREDITO VELOCE) Tipologia di prestito personale che si verifica quando il finanziamento è erogato nell'ambito di una convenzione fra banca e venditore dettagliante oppure quando è richiesta comprovante documentazione di spesa della specifica destinazione (es. preventivo acquisto auto).

CARTA DI CREDITO Strumento di pagamento che deriva da una concessione di credito al consumo di importo predefinito (plafond di spesa) effettuata dall'emittente (banche, intermediari finanziari), a favore del titolare, che ne garantisce la solvibilità nei riguardi degli esercizio commerciali che l'accettano in pagamento. L'utilizzo della carta di credito consente ai titolari di regolare gli acquisti di beni e servizi senza versare denaro contante e senza emettere assegni bancari. Il regolamento da parte del titolare avviene a cadenza predefinita, di norma mensile, in un'unica soluzione (a saldo) e senza dover pagare degli interessi, oppure in forma rateale mediante corresponsione di una percentuale di interesse.

Principali caratteristiche:
- "revolving" plafond che si ricostituisce con i rimborsi anche parziali del credito, cosicché in ogni momento sarà pari alla differenza tra l'ammontare utilizzato e il valore massimo del credito accordato;
- non è assistito da specifiche garanzie;
- costo del finanziamento grava sui fornitori di beni e servizi che ricevono il saldo al netto di una commissione percentuale; il titolare della carta paga annualmente una quota associativa richiesta dalla società emittente per i servizi resi.

Sant'Elena
BANCA DI CREDITO COOPERATIVO

Un credito di fiducia

Per i piccoli acquisti

Affidati al Credito Personale

IL CREDITO PERSONALE

È specificatamente pensato per la clientela privata per il soddisfacimento di bisogni personali o familiari.

La procedura per ottenere la concessione del **CREDITO PERSONALE** è molto semplice per tutti.

Potrete programmare il rimborso del prestito con rate mensili senza creare imprevisti nel vostro bilancio personale o famigliare.

Per maggiore comodità il pagamento può essere effettuato mediante addebiti in conto corrente; inoltre chi beneficia del **CREDITO PERSONALE** "Sant'Elena" può usufruire automaticamente di un'assicurazione infortuni gratuita: un vantaggio da non sottovalutare.

IL SEGRETO? UNA FORMULA PERSONALIZZATA

Se c'è un'attenzione particolare che la Banca di Credito Cooperativo di Sant'Elena riserva alla clientela è quella di rendere la procedura per la concessione del **CREDITO PERSONALE** snella e veloce. Basta infatti consegnare un preventivo o documentazione di spesa, copia della dichiarazione dei redditi e, in pochi giorni con una modica spesa d'istruttoria, verrà erogato il prestito.

Se dovete affrontare un piccolo acquisto (libri, personal computer, auto) o una spesa imprevista, non rinunciate alla vostra serenità. A conti fatti, il **CREDITO PERSONALE** "Sant'Elena" è lo strumento giusto per risolvere il vostro problema. Facile da ottenere, comodo da rimborsare, flessibile nell'adeguarsi alle vostre personali esigenze, a condizioni di tasso favorevoli.

A DISPOSIZIONE PRESSO TUTTI GLI SPORTELLI DELLA BANCA DI CREDITO COOPERATIVO DI SANT'ELENA

Il presente documento è da considerarsi esclusivamente un messaggio pubblicitario con finalità promozionali
Le condizioni contrattuali sono riportate nei fogli informativi a disposizione del pubblico presso le filiali della banca

Le proposte per la Famiglia e l'Impresa

- Finanziamenti su misura per la famiglia
- Servizi finanziari per investimenti d'impresa
- Leasing
- Prodotti assicurativi per la famiglia
- Risparmio gestito
- Gestioni patrimoniali
- Internet Banking
- Fondi d'investimento
- Fondi pensione
- Fondi immobiliari chiusi
- SICAV
- Servizi finanziari evoluti
- Unit e Index Linked
- Consulenza finanziamenti comunitari

Sant'Elena
BANCA DI CREDITO COOPERATIVO

Un credito di fiducia

sede **SANT'ELENA (PD)** *Via Roma, 10* T *0429 69.28.11 - www.santelenabanca.it - e-mail: santelena@santelenabanca.it*

ABANO TERME *Viale Mazzini, 39*
T *049 860.13.55 - e-mail: abano@santelenabanca.it*

ALBIGNASEGO *Largo degli Obizzi, 20*
T *049 862.60.73 - e-mail: albignasego@santelenabanca.it*

ESTE *Piazza Trento, 7*
T *0429 60.42.51 - e-mail: este@santelenabanca.it*

GRANZE *Via della Libertà, 13*
T *0429 69.07.50 - e-mail: granze@santelenabanca.it*

LEGNARO *Via Romea, 39*
T *049 64.10.44 - e-mail: legnaro@santelenabanca.it*

LIMENA *Via delle Industrie, 15/A*
T *049 88.40.666 - e-mail: limena@santelenabanca.it*

MONSELICE *Via Cadorna, 2*
T *0429 752.82 - e-mail: monselice@santelenabanca.it*

MONTEGROTTO TERME *Viale Stazione, 24*
T *049 891.17.17 - e-mail: montegrotto@santelenabanca.it*

PADOVA *Via Guizza, 194*
T *049 880.07.22 - e-mail: padova@santelenabanca.it*

SARMEOLA DI RUBANO *Piazza L.E. Piscopia Cornaro, 10*
T *049 897.92.68 - e-mail: sarmeola@santelenabanca.it*

SELVAZZANO DENTRO *Via Euganea, 9*
T *049 63.71.11 - e-mail: selvazzano@santelenabanca.it*

SOLESINO *Piazza Matteotti, 29*
T *0429 77.00.75 - e-mail: solesino@santelenabanca.it*

TRIBANO *Via Tiziano Vecellio, 31 - Z.A. La Torre*
T *049 958.52.43 - e-mail: tribano@santelenabanca.it*

VILLATORA DI SAONARA *Via Zago, 4*
T *049 879.21.71 - e-mail: villatora@santelenabanca.it*