# COMUNE DI CAPACCIO
(Provincia di Salerno)

## DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE

N. **67** del 12/09/2011

OGGETTO: Approvazione verbali sedute precedenti.

L'anno duemilaundici il giorno dodici del mese di settembre, alle ore 10,00 nella sala delle adunanze consiliari del Comune di Capaccio.
Alla seconda convocazione, in seduta ordinaria, che è stata partecipata ai signori Consiglieri a norma di legge, risultano all'appello nominale:

| Consiglieri | Presenti | Assenti | Consiglieri | Presenti | Assenti |
|---|---|---|---|---|---|
| MARINO Pasquale | SI | | LONGO Francesco | SI | |
| PAOLINO Paolo | SI | | VALLETTA Angelo | | SI |
| SCAIRATI Vito | SI | | MONZO Vincenzo | SI | |
| MAURO Gabriele | | SI | CARAMANTE Carmine | SI | |
| BARLOTTI Raffaele | SI | | TRONCONE **Giuseppe Antonio** | SI | |
| DE RISO Domenico | SI | | MAURO Giuseppe | SI | |
| CASTALDO Giuseppe | SI | | MAZZA Pasquale | SI | |
| RICCI Luigi | SI | | VOZA Roberto | SI | |
| MARANDINO Leopoldo | | SI | VICIDOMINI Maria | | SI |
| BARLOTTI Francesco | SI | | RAGNI Nicola | SI | |
| FRANCIA Rosario | SI | | | | |

Sono presenti gli assessori: TARALLO, AGRESTI, BUCCELLA.

Consiglieri
Presenti n. 17
Assenti n. 4

Risultato che gli intervenuti sono in numero legale, assume la presidenza il Sig. Paolo Paolino, nella sua qualità di Presidente del Consiglio

Assiste con le funzioni di segretario verbalizzante il Segretario Generale, dr. Andrea D'Amore.
La seduta è **pubblica**.

Vengono nominati scrutatori i consiglieri Barlotti Raffaele, Ricci, Mazza.
Il Presidente giustifica l'assenza dei consiglieri Vicidomini e Marandino.

IL CONSIGLIO COMUNALE

Sentiti i seguenti interventi;
TRONCONE: Chiede la rettifica del proprio intervento della delibera C.C. n. 56/2011 come da allegato.
PRESIDENTE: Attesa la già avvenuta approvazione del verbale della delibera citata, il Consiglio può però prendere atto della dichiarazione del Consigliere Troncone nota prot. 32775 del 06/09/2011.
RAGNI: Precisa che la minoranza non ha votato la deliberazione C.C. n. 65/2011 e che ciò non consta dalla lettura della stessa.
SEGRETARIO GENERALE: Precisa che il verbale della delibera C.C. 65/2011 è secretato e correttamente la delibera reca gli omissis. Il verbale secretato reca l'esito della votazione.
Rinunciando alla lettura dei verbali delle sedute del 22 e 25 luglio 2011, dal n. 58 al n. 65, sottoposti all'approvazione, ad unanimità di voti, – Consiglieri presenti n. 17

DELIBERA

- di approvare, come approva, i verbali di adunanza e delle deliberazioni del Consiglio Comunale delle sedute di assunzione degli atti de quo con l'astensione dei Consiglieri assenti nelle relative sedute.
- Di prendere atto della allegata dichiarazione del Consigliere Troncone, nota prot. 32775 del 06/09/2011.

AL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO COMUINALE DI CAPACCIO

COMUNE DI CAPACCIO
★ -6 SET. 2011 ★
Prot. N. 32775

Oggetto: delibera di consiglio comunale n. 56 del 29 giugno 2011..

«»»»

vari sindaci, non escluso quello attuale del comune di Capaccio, i quali, in pieno dispregio del Consiglio Comunale non hanno portato a conoscenza dello stesso consesso, come dovuto, nei tempi e nei modi quanto stava succedendo.
Sospetto, dopo aver riascoltato i vari interventi sull'argomento, che qualcuno fosse a conoscenza anche del disavanzo registrato dal consorzio nel 2010, che ammonta ad oltre €. 1.100.000,00. Costui con solerzia(?) ha portato la copia della delibera comunale in sede al CFI evidenziando la mia posizione che nel sunto risulta totalmente travisata. Infatti come riporta la delibera, appare chiaro che io addebiti al PDL, contrariamente a quanto sostenuto e documentato da anni, la colpa della disastrata situazione economico-finanziaria del consorzio e non, come in effetti risulta, alla gestione sciagurata e clientelare di amministratori di sinistra, ripetutamente criticata.
Il mio riferimento alla attuale gestione PDL del CFI era rivolto solo al fatto che per appartenenza partitica io avrei dovuto esprimere parere favorevole all'affiliazione, cosa che come spiegato non ho fatto per i timori e riferimenti esclusivamente afferenti la situazione economica dell'Ente.
Per ulteriore e doverosa informazione, allego alla presente il piano industriale redatto dal prof. dott. Giovanni Campanile (all. 1) che guarda caso avvalora e conferma le analisi, i timori, le osservazioni da me fatte in tempi non sospetti, come rilevabile dall'allegato 2.
Alla luce di quanto sopra, in amore di verità, chiedo che la delibera venga rettificata nel modo dovuto e secondo le intenzioni ed il pensiero da me espressi, nella considerazione che non ho mai parlato di sedi distaccate e tantomeno di gestioni di organi PDL, atteso che non vi è alcun resoconto di gestione PDL i cui rappresentanti amministrano il CFI dal 2011, non da prima.
Riferisco, come rilevabile dalla documentazione allegata, che nel 2011, grazie alle misure intraprese, che smentiscono quelle riferite dal sindaco, si rimarca una inversione di tendenza con l'aumento del fatturato del 7,64%, oltre al riconoscimento alla farmacia di Capaccio nel triennio 2008-2010, allora retta dal dott. Pecoraro, il riconoscimento di una produttività seconda solo alla farmacia di Cava dei Tirreni.
Restando in fiduciosa attesa, porgo distinti saluti

.

IL CONSIGLIERE COMUNALE
GIUSEPPE ANTONIO TRONCONE

All. 1

CONSORZIO FARMACEUTICO INTERCOMUNALE
VIA SAN LEONARDO- TRAV. MIGLIARO
SALERNO P.I. 034006400659

# PIANO INDUSTRIALE

**In seguito ad incarico di provvedere alla redazione di un Piano Industriale conferito in data 31.03.2011 dalla Dott. Rita Zenna, Direttore Generale del C.F.I. Consorzio Farmaceutico Intercomunale, con sede in Salerno, via S. Leonardo, trav. Migliaro, il sottoscritto Prof. Giovanni Campanile, commercialista-revisore contabile, con studio in Cava de'Tirreni, via Canonico Avallone, 18 presenta la seguente relazione.**

Lo stesso fa presente di aver ricevuto, come da espressa richiesta e con la massima disponibilita' dei responsabili del Consorzio, tutta la documentazione necessaria per una attenta analisi della gestione aziendale onde trarre le dovute conclusioni e suggerimenti sul suo futuro.

## PREMESSA:

Il consorzio farmaceutico intercomunale e' stato costituito nel 1998 con atto Notaio Andrea Reale
I Comuni partecipanti ed i relativi Fondi consortili sono:

| | |
|---|---|
| Salerno | 16,67% |
| Scafati | 41,67% |
| Cava de' Tirreni | 8,33% |
| Capaccio | 8,33% |
| Eboli | 16,67% |
| Baronissi | 8,33% |

Alla data del 31.12.2010 il Capitale di dotazione e' di € 867.648

## TIPOLOGIA ATTIVITA':

Il Consorzio si occupa di distribuzione al dettaglio di farmaci e parafarmaci in farmacie di proprieta' e convenzionate.
Esso e' gestito da un Consiglio d'Amministrazione con attribuzione dei poteri di controllo affidato ad un Collegio di Revisori.
Il personale dipendente al 31.12.2010 ammonta a n. 86 addetti tra i quali figura n. 1 dirigente e 2 responsabili amministrativi.

La cronistoria dell'intervento pubblico nella gestione del servizio farmaceutico è strettamente connessa con la storia dell'unità d'Italia di cui – quest'anno – si festeggia il 150° anniversario

1

È difatti con la riforma Crispi del 1888 che il settore in questione trovò un iniziale inquadramento con il riconoscimento della Farmacia come bene patrimoniale privato liberamente trasferibile, come qualsiasi altro, tuttavia mantenendo allo stato funzioni di vigilanza e di autorizzazione. In seguito, con la Legge Giolitti del 1903, e successivamente ancora con il Testo Unico del 1925, venne data la possibilità ai Comuni (art. 1 /6) di entrare direttamente nella gestione delle farmacie anche mediante la costituzione di aziende speciali, riconoscendolo quale servizio di pubblica utilità. La *ratio* del Legislatore, pertanto, fin dal secolo scorso ha considerato il settore della distribuzione dei Farmaci quale servizio di natura pubblica per sopperire alle esigenze della popolazione appartenente ai ceti più deboli socialmente ed economicamente e facendo sì, che prodotti attinenti strettamente alla sfera della salute umana, fossero sottratti ad una offerta relegata o riservata esclusivamente ai privati, e in un certo senso alla sola gestione capitalistica del servizio. Nel corso degli anni numerosi sono stati gli interventi normativi del Legislatore per la regolamentazione del settore, in particolare anche il TUEL è intervenuto sull'argomento.

È d'obbligo far rilevare che, tali principi ispiratori della *ratio* su espressa, sono stati confermati nel regolamento di attuazione del art. 23 bis del Decreto Legge 112/2008 convertito in Legge 133/2008, sui servizi pubblici locali a rilevanza economica. Il regolamento - come si legge nel comunicato del Consiglio dei Ministri - mira ad impedire l'acquisizione di ingiustificate posizioni di vantaggio nel delicato e strategico settore dei servizi pubblici locali di rilevanza economica, con la finalità di favorire la più ampia diffusione dei principi di concorrenza, di libertà di stabilimento e di libera prestazione dei servizi per tutti gli operatori economici interessati, nonché di garantire il diritto di tutti gli utenti all'universalità ed accessibilità dei servizi pubblici locali ed ai livelli essenziali delle prestazioni, assicurando un adeguato sistema di tutela degli utenti. Dall'applicazione del regolamento è esclusa la gestione delle farmacie comunali, con ciò affermando – ancora una volta – la socialità del servizio e l'importanza della gestione da parte degli Enti Locali.

È bene evidenziare anche che, il servizio farmaceutico così come è stato inteso dagli Enti locali partecipanti al C.F.I. Consorzio Farmaceutico Intercomunale ( Salerno, Cava de' Tirreni, Scafati, Eboli, Baronissi, Capaccio ) risponde alla logica su espressa, in particolare si è cercato di far fronte alle esigenze dei concittadini di questi territori e di altri che in convenzione con esso hanno sposato la sua *mission*, per rispondere a quei bisogni che il farmacista privato, solo marginalmente avrebbe potuto soddisfare. Trattasi in particolare dell'apertura di Farmacie in zone spesso decentrate, non centrali, popolari e pertanto poco appetibili sotto l'aspetto del fatturato potenziale che le stesse avrebbero potuto generare. Il C.F.I. nato nel 1998 ha

comunque vinto questa sfida ed ha apportato un notevole beneficio sociale ai utenti finali, specialmente ai cittadini che spesso appartengono ai ceti più deboli della società.

ANALISI ECONOMICO-FINANZIARIA DELL'ULTIMO BIENNIO:

Dall'analisi dei bilanci 2009 e 2010 si possono trarre degli spunti critici.
Relativamente alla parte economica si riscontra, rispetto al 2009, una diminuzione dei ricavi caratteristici
di € 444.973,00 ( 14.587.782 – 14.142.809) e, per effetto dei costi di produzione, un conseguente margine lordo di contribuzione negativo, per l'anno 2010, di € 474.321.

Per effetto, poi, di proventi ed oneri finanziari e straordinari, si rileva, al netto delle imposte, una **perdita di esercizio 2009 di € 740.909 e per il 2010 di € 1.111.104.**
Atteso che anche negli anni precedenti ai due considerati pure venivano rilevate delle perdite, è ovvio che la società non presenta, almeno per ora, alcuna redditività.
Ovviamente gli accadimenti gestionali- economici negativi si riflettono inevitabilmente sulla situazione finanziaria del Consorzio che espone i seguenti dati:.

| Risorse 2010 | risorse 2009 | impegni 2010 | impegni 2009 |
|---|---|---|---|
| € 8.215.170 | € 9.185.724 | € 17.266.129 | € 17.245.816 |

**Delta finanziario negativo 2010 € 9.050.959**

**Delta finanziario negativo 2009 € 8.060.092**

**Con incremento negativo a circa 1.0 milioni di euro.**

**La rimanenza di merce al 31.12.2010 di € 4.500.823 e' stata valutata con il metodo del dettaglio.**

**Dalle suddetta considerazioni, si deduce agevolmente che il Patrimonio netto del Consorzio risulterebbe azzerato e che lo stesso si trova in una fase di grave disequilibrio finanziario ed economico (per assenza di redditivita') tale da essere considerato in stato di liquidazione**

(o, a non voler essere drastici, in stato di rischio fallimentare, rischio esistente per i Consorzi ad attivita' esterna come da consolidata giurisprudenza).

Nota:

*"In una prospettiva più dinamica è ancora evidente l'interdipendenza fra l'equilibrio economico e l'equilibrio finanziario. Basti considerare la rilevanza dei ritmi di crescita prospettica del fatturato e delle conseguenze attese in termini di necessario dimensionamento del capitale investito (fisso e circolante), in presenza di un relativamente stabile indicatore di intensità di capitale. Infatti la variazione del fabbisogno finanziario complessivo (sviluppo del capitale investito) e del fabbisogno finanziario esterno, vale a dire al netto dell'autofinanziamento, riflettono rispettivamente la dinamica della crescita attesa dell'impresa, come misurabile dai fatturati previsti, la redditività prospettica e le politiche di distribuzione degli utili (payout). Certamente il grado di rigidità delle caratteristiche di intensità di capitale con le quali opera l'impresa, piuttosto che l'esistenza di margini di manovra per la riduzione dell'intensità di capitale (margini di ottimizzazione della gestione del circolante ed esistenza di capacità produttiva inutilizzata) precisano le implicazioni finanziarie delle dinamiche dei fatturati nelle diverse fasi del ciclo di vita dell'impresa. Secondo una prospettiva limitata agli equilibri di tesoreria, l'equilibrio finanziario è inteso come la capacità di far fronte alle uscite di cassa con sufficienti entrate, su un orizzonte di relativamente breve periodo. Indicatori di bilancio, ma, più convenientemente, puntuali budget di cassa, consentono di supportare la valutazione circa l'esistenza di idonee condizioni di equilibrio nella prospettiva accennata. Per contro, in una visione di medio termine, quella certamente più rilevante perché possa confermarsi una condizione di "risanamento" e di riequilibrio della situazione finanziaria, i preventivi finanziari su base pluriennale consentono di accertare la dinamica finanziaria prospettica, anticipando la formazione di surplus o deficit finanziari lungo il periodo di programmazione. La struttura dei preventivi finanziari non è peraltro univoca, dipendendo strettamente dagli obiettivi dello sforzo previsionale. Certamente devono risultare completi, non trascurando alcun possibile canale di alimentazione o assorbimento delle risorse finanziarie. In questa prospettiva di medio termine, quindi, l'equilibrio finanziario non si configura secondo un'accezione predefinita, bensì come la condizione di compatibilità con vincoli finanziari esterni o interni, ad esempio la capacità di soddisfare il servizio del debito, o di accompagnare la crescita dell'impresa senza alterare significativamente (o migliorando) il profilo strutturale della composizione delle*

*fonti di risorse finanziarie a disposizione dell'impresa, oppure proprio la capacità di assicurare il pagamento dei creditori estranei agli accordi per la ristrutturazione dei debiti ex art. 182 bis LF, etc."*

## IMMOBILIZZAZIONI MATERIALI ED INVESTIMENTI IMMOBILIARI:

Il Consorzio, cosi' come si evince dal bilancio 2010, rappresenta investimenti per immobilizzazioni materiali, al netto degli ammortamenti, per € 4.355.675.

Detti importi comprendono investimenti immobiliari comprendenti:

- Immobile categoria A/10 ( uffici) e n. 4 posti auto in Salerno, trav. Migliaro acquisiti con atto Notaio Scardaccione rep. N. 23184 del 12/06/2003 per un importo di € 640.000,00.
  Gli stessi immobile, in seguito ad una perizia di stima redatta dal Geom. Francesco Carillo e giurata in data 13/03/2009, e' stato valutato € 1.638.450,00.

- Locale deposito in Scafati, via Aquino di ca mq. 950 con area esterna di mq. 750 cat. D/1 acquisito con atto Notaio Orlando del 29/12/2006 rep. 52262 per un importo di € 1.330.000,00 piu' IVA 20% e diritto di servitu'.

Sui suddetti immobili e' stata effettuata una rivalutazione contabile ai sensi della legge 185/2008 e vengono appostati in bilancio, al netto dei fondi di ammortamento, per un importo di € 3.530.147,00.
In essi va compreso l'immobile Farmacia Eboli 1.

## CRISI DEL CONSORZIO:

E' doveroso far notare che, come emerge dai dati di bilancio e dalla documentazione raccolta ad oggi, il Consorzio Farmaceutico vive una drammatica crisi economico gestionale dovuta, purtroppo ad una gestione non attenta.

Come, d'altronde, definire una politica volta ad annacquare il risultato d'esercizio per più anni, con artifizi contabili e con vere e proprie poste ( si vedano capitalizzazioni dei costi del personale, una forte rivalutazione degli immobili ed una maggiore valutazione delle rimanenze) tali da portare l'intero Consiglio di Amministrazione, a sottoporre alla approvazione, un bilancio d'esercizio 2010 con oltre 1,1 milioni di perdita sulla gestione operativa, senza considerare super valutazioni di immobili.

Le ragioni di un simile risultato negativo sono da ricercarsi in una politica gestionale mal controllata, che ha portato il Consorzio a sostenere un costo del personale elevatissimo (25% del fatturato) soprattutto per l'area amministrativa, che conta ben 10 impiegati full time, 1

responsabile amministrativo e 1 direttore generale. Da informazioni attinte dal Presidente del CdA, si apprende che la funzione di Direttore Generale, che è inquadrabile a tutti gli effetti come incarico manageriale e pertanto soggetto alle regole della alta dirigenza, valutabile per risultato e con incarico a tempo, come tra l'altro previsto dallo statuto del CFI (incarico triennale), ma che, con un arbitraria e illegittima scelta (*contra legem*), non passata al vaglio dell'assemblea dei soci, si è deciso di trasformare tale incarico - DG - da tempo determinato con valutazione dei risultati, a tempo indeterminato senza tener in alcun conto dei risultati aziendali, in profonda perdita da tre esercizi.

Si ripete, molto probabilmente la gestione del consorzio ha generato politiche di sviluppo sbagliate.
Nonostante la sua attività sia insostituibile per la comunità in cui insistono le Farmacie Comunali, si è notato una profonda crisi strutturale che lo ha portato a generare le perdite qui evidenziate ed un disavanzo finanziario preoccupante.
Nonostante il margine di utile sui prodotti venduti sia abbastanza soddisfacente, molto probabilmente il Consorzio è stato vittima di oneri di gestione sproporzionati ed eccessivi rispetto alle proprie capacità.
Certamente non si può parlare di crisi del settore atteso che trattasi di attività che hanno una buona redditività, nonostante i lunghi tempi di attesa per la riscossione dei crediti v/ le ASL.
Né tantomeno si può parlare di concorrenza atteso che comunque le Farmacie hanno un bacino di utenza sicuro nelle rispettive fasce di collocazione.

1) Dalle motivazioni sopra esposte si comprende l'esigenza di un intervento strutturale efficace ed efficiente sul Consorzio, intervento che dovrà essere finalizzato ad una redifinizione sia dei ruoli dei soggetti che operano in esso sia nelle due specifiche funzioni amministrative ed operative.
2) Nell'ottica di quanto innanzi detto si può affermare che il quadro aziendale è compromesso e vi è pertanto l'urgenza di procedere ad un esame generale della intera riorganizzazione, alla verifica di alcune scelte strategiche con l'obiettivo primario di ottenere una costante riduzione dei costi, eliminando ogni spreco di risorse.(Vedi prezzo di acquisto delle farmacie).
3) La riduzione dei costi non dovrà essere fatta attraverso un semplice smobilizzo del patrimonio del Consorzio che indurrebbe se non supportato da un adeguato piano d'intervento strutturale alla lenta eutanasia del consiglio stesso.
4) Un primo intervento dovrebbe prevedere il conferimento degli oneri del personale con l'intento di adeguarli ad un pieno equilibrio con il volume d'affari prodotto dall'azienda.
5) Il programma d'intervento del Consorzio per linee di massima si rende concluso nei seguenti provvedimenti:
   a) Diminuzione dei costi di gestione partendo da una riduzione del costo del personale
   b) Migliore utilizzo delle tecnologie informatiche e correlazione dei processi legati al ciclo attivo e passivo delle vendite, snellimento delle procedure interne di magazzino con eliminazione dei processi inefficienti.

c) Interventi finanziari da parte dei Comuni aderenti al Consorzio.

d) Esternalizzazione di alcuni lavori.

e) Migliore qualificazione dell'offerta.

Ovviamente la ristrutturazione aziendale risponde ad inderogabili esigenze di riduzione dei costi che dovranno essere accompagnati all'incremento dell'efficienza delle singole aree aziendali.
Il Consorzio svolge una importante funzione sociale e pertanto andrebbe salvaguardato e rilanciato.

## STRATEGIE DEL MANAGEMENT E PIANO D'AZIONE:

### *1 la situazione attuale*

Al fine di prospettare una ipotesi di rilancio del Consorzio, ovvero degli interessi dei soci di cui pregiamo porci unico obiettivo, è necessario, porre di nuovo l'attenzione sullo scopo originario del CFI. sulla *mission* che si è voluta adottare e verificare se e come questa debba essere perseguita dal management oggi in carica ma più d'ogni altra cosa, da parte dei soci che costituiscono il volere sovrano per le modalità di gestione.
Attualmente il consorzio farmaceutico Intercomunale gestisce n. 18 farmacie di cui 12 di proprietà e 6 in convenzione. In particolare si segnala che, le farmacie sono così ubicate:

| **Farmacie di proprietà** | |
|---|---|
| Salerno | 2 |
| Cava de' Tirreni | 1 |
| Scafati | 5 |
| Eboli | 2 |
| Baronissi | 1 |
| Capaccio | 1 |
| totale | 12 |

| **Farmacie in Convenzione** | |
|---|---|
| Agropoli | 1 |
| Angri | 2 |

| | |
|---|---|
| Lioni | 1 |
| S. Egidio Monte Albino | 1 |
| Ascea | 1 |
| Totale | 6 |

È d'obbligo far notare che, il modello gestionale non può essere che quello della finalità sociale del CFI e non il modello capitalistico, finalizzato alla massimizzazione dei profitti. È opportuno però sottolineare che se il modello sociale al quale tendere è quello di puntare ad una *mission* sociale con tanto di obbiettivo finalizzato al minimo del pareggio di bilancio, bisogna anche preservare l'investimento dei soci il cui fine prioritario è la preservazione del patrimonio/ capitale investito. Come tenere insieme tali finalità è la *mission* che questo management si propone di risolvere.

Ma purtroppo, oggi il Consorzio deve affrontare una partita prioritaria che è quella della sopravvivenza ad una sorprendente mala gestio, perpetrata negli anni scorsi, ai danni dei soci e, qundi, della collettivita'.

Ci troviamo ad affrontare perdite nell'ordine dei 1,1 milioni dovute anche e non principalmente a:

1. capitalizzazione dei costi di formazione relativi agli anni 2008 e 2009 da spesare interamente in quanto non più giustificati, né sotto l'aspetto civilistico né sotto l'aspetto fiscale;
2. costi del premio di produttività mai corrisposto negli ultimi tre anni, e che frutto di accordo sindacale ammontano ad euro 80.000,00;
3. perdite su crediti.

La perdita, su esposta, comporta l'azzeramento totale del fondo consortile con ulteriore bisogno di ricomposizione dello stesso e ripianamento dell'eccedenza ( in buona sostanza bisogna provvedere ad una delibera che impegni la complessiva somma di almeno 1,2 milioni di

È lecito supporre la possibilità che visto l'attuale andamento dei conti degli Enti Locali soci e delle difficolta' circa il loro inserimento in Bilancio, sia necessario un piano di rientro con rateazione triennale o quinquennale, pari pertanto ad euro 400.000 circa o euro 240.000 annui da ripartire secondo le quote di proprietà.

Trattasi comunque di una piccola panacea atteso il notevole disavanzo finanziario di circa euro 9.000.000.

L'alternativa è la messa in liquidazione del Consorzio Farmaceutico Intercomunale, con la vendita in blocco della gestione delle Farmacie Comunali e con la possibilità della valorizzazione dell'avviamento delle singole farmacie, tale da permettere il non esborso di quanto altrimenti dovuto, dai singoli Enti Locali soci del Consorzio stesso.
L'auspicata trasformazione in S.p.A. del Consorzio non è praticabile a meno del ripianamento integrale delle perdite.

Si tenga presente che senza partire dal ripianamento delle perdite non c'è piano industriale. Ovvero, se non si capisce che con tali perdite, l'unica possibilità di far vivere il Consorzio Farmaceutico è il ripianamento delle perdite e parte del disavanzo finanziario che gli Enti Locali consorziati devono trasmettere nelle casse del CFI.
Il ripianamento delle perdite è possibile con un piano di rientro poliennale che possa reintegrare il fondo consortile ormai annullato.

STRATEGIE PER IL FUTURO

Fatta questa premessa, il piano industriale del CFI non può prescindere da un'altra considerazione: la riduzione di oneri o l'accrescimento di utili per oltre 1.000.000,00 di euro annui lordi.

È bene precisare che, l'attuale C.d.A., nei quattro mesi di gestione ha già conseguito notevoli risultati:
l'incremento del fatturato del 7,64%,

Considerando l'attuale trend di crescita, e nella sostenibilità dello stesso per l'intero anno, si può ipotizzare un utile marginale netto di circa il 15% del volume di affari, il che porterebbe a ricavarne un utile complessivo netto di euro 184.000,00 euro circa.

Nel dettaglio, considerando il periodo 01.01.2011 – 30.04.2011 si sono avuti i seguenti più significativi risultati:

| Causale | Pregresso | Attuale | Differenza |
|---|---|---|---|
| Ricette | €. 3.312.436,46 | €. 3.452.060,79 | €. + 139.624,33 |
| Vendita Libera | €. 2.101.011,13 | €. 2.374.168,24 | €. + 273.157,11 |

Altra considerazione di rilievo riguarda l'andamento dei costi e il trend delle spese da affrontarsi. In questo caso raffrontando la spesa sostenuta al 31.12.2010 con quella da affrontare nell'anno 2011, bisognerà conseguire i seguenti risultati:

| Causale | 2010 | 2011 | Differenza |
|---|---|---|---|
| Costi per servizi | 789.989,00 | 500.000,00 | 289.989,00 |

**Nel dettaglio, i costi generali andrebbero ridotti almeno del 40%.**

Visto quanto sopra, è necessario ancora un risparmio di spesa sul costo del personale, come di seguito evidenziato:

| Causale | 2010 | 2011 | Differenza |
|---|---|---|---|
| Costi del personale | 3.517.225 | 3.000.000,00 | 517.225,00 |

**Alla luce di quanto sopra, e' auspicabile un tempestivo intervento da parte degli Enti Comuni e del CdA al fine di adottare le procedure proposte in merito specie ai risparmi di costi di gestione che appaiono sproporzionati rispetto ai ricavi.**

**Al contrario, il Consorzio, con l'osservanza dei criteri civilistici di predisposizione dei Bilanci annuali, mantenendo lo stato di grave decozione e mancando di redditivita' ( intesa come capacita' a produrre reddito), arrivera' al capolinea.**
**È bene precisare che, solo dopo aver consolidato una capacità reddituale autonoma del CFI è possibile intavolare un discorso sulle capacità di sviluppo del CFI stesso.**
**È impensabile che, un consorzio con 12 farmacie di proprietà diretta e 6 indiretta, versi in una simile e disastrosa situazione.**

Il miglior potenziamento del CFI passa inevitabilmente dalla possibilità di far emergere i valori latenti insiti nella attuale situazione patrimoniale.
Inoltre, il CFI può dedicarsi attivamente alla gestione di altre attività parallele e interconnesse con l'attività definita "*core*" (principale). Notevole è infatti la domanda di servizi di assistenza alle categorie più a rischio quali anziani e/o disabili. Poter sviluppare una intensa attività di assistenza domiciliare e non, avvalendosi dei contributi dei privati e della voglia di "contribuire" direttamente alla propria assistenza di qualità da parte dei diretti interessati, spinge l'attuale *management* a soffermarsi sulla ipotesi di sviluppo di un attività difficile che però soddisfa gli obiettivi e la *mission* del CFI.
La possibilità da parte degli Enti consorziati di trasferire, immobili, risorse umane e attività di assistenza sociale attualmente gestite in *house* talvolta con deludenti risultati, può, grazie ad una gestione manageriale e una più efficiente gestione delle risorse (economie di scala) dare risultati sorprendenti sia sotto l'aspetto economico (non lucrativo ma risparmi e migliore allocazione delle risorse) sia sotto l'aspetto sociale e politico.

SI EVIDENZIANO ALCUNI ASPETTI FONDAMENTALI PER IL FUTURO

**Poiché, il Consorzio, nasce per far fronte alla domanda di benessere e salute dei cittadini, all'interno dello stesso, la tradizionale farmacia deve avviarsi a diventare un centro integrato di servizi. L'obiettivo precipuo sarà quello di inserirsi nel mondo della sanità attivando e promuovendo servizi alle persone (assistenza a domicilio, autoanalisi, sostegno) trasformando le Farmacie Pubbliche in negozi della salute ed ambulatorio pubblico. Al fine di perseguire il predetto obiettivo, il Consorzio dovrà rafforzare il proprio Marchio, che sarà fonte di fiducia per il cliente/consumatore, nel quale quest'ultimo riconoscerà la vocazione pubblica del Consorzio, in quanto tesa alla salvaguardia del benessere e della salute del cittadino, la qualità dei servizi erogati all'interno delle singole farmacie, le caratteristiche distintive del Consorzio stesso, quali una comunicazione unica ed efficace in grado di veicolare un messaggio di qualità e di valore. Occorre, dunque, implementare un Piano di marketing e comunicazione che tenda ad una pianificazione organizzativa e strutturale che persegua un determinato obiettivo aziendale, nella fattispecie rafforzare il marchio del Consorzio,**

accrescere la sua visibilità, attraverso la creazione di un'immagine unica, coordinata, riconoscibile e caratterizzata da un insieme di segni distintivi e da un'uniforme comunicazione nell'ambito delle 18 farmacie comunali. Gli stessi dipendenti del Consorzio dovranno mettere in pratica lo spirito del marchio sia a livello aziendale complessivo sia di singola mansione lavorativa, attraverso l'interazione con il cliente durante il processo di erogazione del prodotto/servizio, al fine di agire sul suo valore percepito, la sua soddisfazione, il potenziale d'acquisto, la sua fidelizzazione. La costituzione e l'avvio di una forma di marketing interno, valorizzando le performance e la cooperazione tra i farmacisti che operano all'interno delle singole farmacie e degli altri comparti ad esso collegati, attraverso dei corsi di formazione ad hoc, avrà lo scopo di sviluppare un forte senso di appartenenza e condivisione di medesimi obiettivi e permetterà di perseguire *l'obiettivo di migliorare i rispettivi risultati aziendali*. Obiettivo primario sarà, dunque, la valorizzazione e la promozione dell'offerta non più, soltanto, del "prodotto- farmaco", ma di un insieme di servizi aggiuntivi , quali assistenza a domicilio, autoanalisi, sostegno e sarà messa in risalto l'intera realtà del Consorzio, fornendo un' immagine complessiva ed unitaria dello stesso, al fine di valorizzare la sua unicità, lanciando e rafforzandone il marchio, come strumento comune di identificazione, qualità, promozione e garanzia di offerta di servizi. La promozione del modello farmacia come "negozio della salute ed ambulatorio pubblico" dall'immagine visiva coordinata ed in grado di offrire un sistema di servizi integrati rappresenterà per il Consorzio, il mezzo migliore per favorire tale processo.

Per raggiungere tale scopo sarà necessario:

- ridefinire un nuovo ed unico modello organizzativo all'interno di ogni farmacia per l'adeguamento alle moderne dinamiche del mercato farmaceutico, diffondendo una nuova cultura di "impresa", attraverso la formazione delle risorse umane coinvolte e mediante l'innesto sistematico di efficaci elementi di organizzazione strutturali quali gli interventi di visual merchandising in modo da realizzare la medesima

immagine per tutte le farmacie aderenti al Consorzio, mostrando all'esterno "un'unica farmacia" con tante singole peculiarità.;

- una comunicazione unica, efficace ed efficiente a supporto di tutte le iniziative del Consorzio;
- focalizzare l'attenzione sul cliente, sui suoi bisogni, sulla modalità di soddisfazione degli stessi al fine di innescare un processo di fidelizzazione.

Al fine di produrre un efficace Piano di marketing, che rappresenti un vantaggio competitivo per il Consorzio, occorre raccogliere ed organizzare le informazioni , fissare degli obiettivi, le scelte strategiche e la formulazione dei piani operativi, importanti per avere più controllo e preparazione nell'affrontare eventuali imprevisti. Le strategie di marketing che il Consorzio metterà in campo al fine di raggiungere il predetto obiettivo, saranno determinate da un'iniziale raccolta d'informazioni.

La raccolta di informazioni concerne la conoscenza:

- dei clienti, i loro bisogni, le loro caratteristiche, i loro comportamenti e le scelte operate;

- dei concorrenti, le loro offerte al mercato ed i fattori chiave che li fanno emergere;

- del Consorzio stesso con i suoi punti forti, le sue peculiarità.

In termini operativi, verranno stilati due questionari-tipo da distribuire in tutte le farmacie appartenenti al Consorzio, uno rivolto ai farmacisti al fine di individuare la tipologia dei clienti, i loro comportamenti d'acquisto, i prodotti e /o servizi più richiesti, l'altro ai clienti/consumatori per rilevare i bisogni e le aspettative inespresse, i prodotti e/o servizi ricercati, il grado di soddisfazione ecc.

Si procederà all'analisi del mercato che consisterà nell'accertamento:

- della struttura del mercato farmaceutico;

- della situazione concorrenziale attuale.

Sia la raccolta d'informazioni che l'analisi del mercato sono fattori necessari alla costruzione della strategia alla base del Piano di Marketing, in quanto la definizione precisa del mercato farmaceutico, dell'esigenza da soddisfare all'interno di esso, dei competitors, del cliente-tipo e ciò di cui ha bisogno, può determinare lo sviluppo di un'azione di valore distintiva e vincente per il mercato in cui si opera. Occorrerà perseguire una strategia di crescita individuando i bisogni insoddisfatti dei clienti attuali e/o nuovi, le

esigenze che al momento non trovano ancora una risposta. Il focus dell'attenzione sarà rivolta al cliente, alla conoscenza delle sue esigenze, alla "sua" soddisfazione, all'offerta di nuovi servizi, più che alla mera vendita e distribuzione del "prodotto". In un ambito come quello delle farmacie, in cui i concorrenti "si assomigliano" ed i clienti difficilmente riescono a percepire la differenza, il Consorzio ha la necessità di definire una strategia che verta sulla differenziazione in termini di prodotto (affidabilità, caratteristiche, standard), servizio (valore aggiunto, consulenza), personale (competenza, cortesia, comunicativa, affidabilità, credibilità), immagine (mezzi di comunicazione, segni distintivi, logo, merchandising). Attraverso i summenzionati elementi si rafforzerà il marchio e si creerà un'immagine dello stesso differenziata nella mente dei clienti rispetto ai competitors.

Il piano di marketing del Consorzio contemplerà strategie che mireranno a:

- costruire azioni di promozione e pubblicizzazione presso la clientela;
- costruzione dell'immagine visiva della "farmacia" del Consorzio e nei suoi mezzi di comunicazione.

Il predetto Piano vedrà azioni tese all'implementazione di strategie che ruoteranno attorno al sostegno del punto vendita, nella fattispecie, la farmacia, attraverso l'analisi delle formule innovative capaci di innescare un meccanismo per il quale si raggiungerà la soddisfazione dei

bisogni dei clienti e la loro successiva fidelizzazione. Si svilupperà al suo interno una visione immediata e chiara del servizio che si vuole fornire al cliente/consumatore mediante le tecniche del visual merchandising. La cura dell'immagine esterna e la sua visibilità sono i primi atti "promozionali" di una farmacia che rispecchieranno le scelte gestionali interne. Il merchandising è la tecnica di marketing che utilizza gli ambienti e le modalità con cui sono organizzati per attrarre i consumatori, stimolare in loro percezioni positive e spingerli ad acquistare. Attraverso il merchandising è possibile aumentare l'affluenza nelle farmacie pubbliche appartenenti al Consorzio, massimizzare i guadagni, difendersi dalla concorrenza e rendere fedeli i propri clienti. Inoltre, adottando il merchandising come strategia promozionale, tutte le farmacie avranno i medesimi caratteri distintivi, la medesima ottimizzazione degli spazi e la stessa identità visiva e si differenzieranno nell'ambito di un mercato che è diventato molto competitivo. Attualmente le farmacie comunali non hanno un'organizzazione razionale del loro spazio interno e soprattutto non hanno caratteristiche distintive comuni. Attraverso l'implementazione della summenzionata strategia promozionale, il Consorzio non sarà più caratterizzato dalla presenza di 18 farmacie dalle differenti identità visive, ma da 18 farmacie che si riconosceranno in un'unica "Farmacia", dall'immagine unitaria ed espressione della sua personalità e dei suoi valori. La Farmacia diventerà strumento di promozione commerciale, comunicherà non soltanto il prodotto e/o farmaco all'interno del punto vendita, ma un sistema integrato di servizi di qualità. Si valorizzerà il punto vendita affinchè diventi esteticamente stimolante e favorisca l'acquisto d'impulso. Verrà facilitata la preselezione e l'acquisto da parte del cliente esponendo il prodotto in una sequenza logica riferita alla priorità di scelta del cliente stesso ( secondo la marca, il colore, la misura).

All'interno del punto vendita si agirà:

- sul layout attrezzature: l'assetto complessivo del punto vendita e conseguenti modalità di circolazione dei clienti/consumatori al suo interno .
- sul layout merceologico: logica di raggruppamento dei prodotti e conseguente stimolo di associazioni di acquisto.
- sul display: criteri di sistemazione dei prodotti nelle diverse porzioni nello spazio di vendita ed effetti sulla loro visibilità e confrontabilità.
- sull'assegnazione dello spazio: ottimizzazione del rendimento lineare dello scaffale (prodotti disposti in orizzontale o in verticale) e valutazione dell'elasticità delle vendite dei singoli prodotti nello spazio.

Il layout dovrà offrire una buona esposizione per complementarietà merceologica, il display sarà organizzato per segmenti di consumo piuttosto che per marca, ogni settore sarà contraddistinto da un naming dallo stile grafico uniforme e non dovrà essere assegnato uno spazio eccessivo a categorie poco remunerative. Poiché l'intendimento del Consorzio è quello di rendere la farmacia, non soltanto ambulatorio pubblico, ma anche negozio della salute e del benessere, occorrerà creare un'adeguata gestione dello spazio espositivo che privilegi il settore della dermocosmesi e di tutti i prodotti e/o farmaci legati alla "stagione", cioè al contesto temporale. Le tecniche di visual merchandising che verranno implementate saranno dettagliatamente descritte nel Piano di Marketing. Anche le vetrine diventeranno un momento essenziale di comunicazione commerciale ed esposizione dell'immagine della farmacia. Saranno "stagionali", in quanto metteranno in evidenza prodotti legati al contesto temporale. Per tali ragioni, avranno lo scopo di invogliare il cliente ad entrare nella farmacia ed aumentare l'acquisto autonomo o quanto meno a far scaturire il bisogno del prodotto esposto.

Nell'allestimento della vetrina occorrerà rispettare determinati parametri, quali:

Visibilità,

Chiarezza,

Efficacia (scopo commerciale),

Visibilità del marchio.

All'interno di ogni farmacia del Consorzio, contestualmente, verrà dedicato uno spazio espositivo per la promozione di un settore o di categoria di prodotto ("cosmesi day", "celiachia day", "le giornate del benessere", "in viaggio"ecc.) . Il giorno dedicato all'evento promozionale sarà lo stesso per tutte le 18 farmacie e sarà pubblicizzato attraverso manifesti affissi all'interno dei comuni di riferimento e delle singole farmacie. Allo scopo di incentivare gli acquisti ed il processo di fidelizzazione, a tutti i clienti che aderiranno all'iniziativa acquistando "un prodotto" oggetto della giornata promozionale sarà distribuita una "card" recante il nome del prodotto in questione, valida in tutte le farmacie del Consorzio. La predetta "card" contabilizzerà i punti per ogni prodotto acquistato afferente alla promozione ed al termine del target prefissato di spesa effettuata, il cliente avrà diritto ad un gadget relativo al settore d'acquisto. La scelta del prodotto o settore oggetto della giornata promozionale sarà determinato in base all'analisi dei bisogni dei clienti, delle scelte d'acquisto effettuate e dallo stock e dalla tipologia di prodotti disponibili all'interno dei magazzini di ogni farmacia. Nell'ambito della giornata/ evento verranno messi in evidenza, attraverso le tecniche di visual merchandising, anche i prodotti in giacenza a cui verrà applicato una scontistica particolare sulla base di decisioni aziendali. Poiché l'intendimento del Consorzio è di diventare "negozio della salute e del benessere ed ambulatorio pubblico" in grado di offrire una serie di servizi alla persona, occorre abituare il cliente/fruitore a conoscere i servizi che il Consorzio offre, attraverso manifesti, depliant "informa clienti", cartellonistica. Il materiale informativo del Consorzio recherà impresso il logo, espressione grafica del marchio e metterà in evidenza:

- un messaggio unico ed efficace;

- un'immagine coerente del Consorzio e del prodotto;

- un target costante.

Le persone non hanno più tempo per leggere: solo argomenti estremamente efficaci e accattivanti possono condurre il consumatore a leggere con attenzione un testo informativo. Poche e chiare parole nei messaggi iniziali, con lo scopo di portarlo ad una lettura poi approfondita.

In definitiva, il Piano marketing è parte del processo strategico e la strategia viene creata attraverso azioni concrete di possibile realizzazione che riguarderanno:

il Punto vendita

- ideazione e realizzazione di tutti i mezzi di merchandising

- ideazione e realizzazione di comunicazioni specialistiche a supporto del prodotto sia rivolte al trade che al consumatore

- studio di strategie e tattiche operative di supporto alla vendita e per favorire il sell out

Il Direct Marketing

- ideazione, realizzazione e gestione di azioni di marketing diretto rivolte a clienti fidelizzati

La Forza di Vendita

- Training, motivazione, strumenti di comunicazione per dialogare con i diversi target

- studio e realizzazione di strategie di incentivazione.

Il Consorzio realizzerà un Programma di Attività, disciplinato in punti fondamentali che possono essere esemplificati nei seguenti:

- elaborazione di decaloghi ad hoc per i dipendenti del Consorzio al fine di determinare standard basilari e comuni di qualità, nell'interesse dei consumatori;

- la promozione di un unico logo come espressione grafica del marchio che ne rafforzi la notorietà e la visibilità raccogliendo sotto un'unica immagine le farmacie appartenenti al Consorzio e che rappresenti uno strumento comune di identificazione, promozione e garanzia dell'offerta;

- l' adozione di azioni informative chiare e trasparenti, sia in materia di prezzi che in relazione alla qualità del servizio offerto;

- formazione e aggiornamento professionale, programmi di sviluppo delle risorse umane.

Numerosi sono i vantaggi che deriveranno dall'implementazione del Piano Marketing :

- una maggiore competitività del Consorzio e delle singole farmacie;
- una comunicazione unitaria, che rafforzi il messaggio;
- l'aumento del numero dei clienti/consumatori;
- l'incremento del valore delle singole attività;
- la capacità di rispondere in maniera efficace alle mutate esigenze della domanda;
- il miglioramento della vision delle singole farmacie;
- la maggiore cura nell'interazione con il cliente all'interno di ogni singola farmacia.

Le risorse necessarie all'implementazione del piano di marketing

Non è possibile, in questo particolare momento della vita aziendale del Consorzio sbilanciarsi su una ipotetica stima di massima delle risorse necessarie all'implementazione delle considerazioni fin qui esposte, questo perché esula dal presente incarico l'effettiva valorizzazione del progetto di rilancio, che risulta essere, solo alla fase embrionale e da affrontare più approfonditamente solo in seguito ad una eventuale deliberazione in tal senso dell'assemblea dei soci, nonché dopo aver verificato – alla luce delle considerazioni esposte nel piano industriale – quali risorse sono disponibili per eventuali sviluppi futuri.

Con l'occasione si porgono distinti saluti.

lì 26/08/2011

Prof. Dott. Giovanni Campanile

VERBALE INCONTRO C.F.I. ED OO.SS. 11 LUGLIO 2011

L'anno 2011 il giorno 11 mese di luglio alle ore 15.30 si sono riuniti i vertici del C.F.I. e le OO.SS. di categoria presso la sede del Consorzio Farmaceutico Intercomunale di Salerno. Sono presenti alla riunione il Presidente del C.F.I. Avv. Salvatore Memoli, il D.G.f.f. Dott.Romeo Nesi, il consulente legale del C.F.I. Avv.Rosalba Stamigni. Per la C.G.I.L. sono presenti il sig.Antonio Grieco, il sig. Antonio Buonocore, la sig.ra Mirella Giordano, il dott.Giandomenico Meli; per la C.I.S.L.sono presenti la dott.ssa Luisanna Pellecchia, la dott.ssa Anna Maria Pace, il dott. Luigi Carillo; per la UIL sono presenti la sig.ra Raffaella Nomade, la sig.ra Elvira Campitiello, il sig.Carmine Formisano, il sig.Matteo Falivene, la dott.ssa Antonia Bevilacqua, la sig.ra Rosaria De Marchi.

Il Presidente del C.F.I. ringrazia i convenuti e riprende le linee-guida dell'accordo riguardante il pregresso triennio 2008 - 2010 che deve essere firmato in codesta riunione. Il Presidente altresì ricorda che questo è un momento molto difficile per l'Azienda la quale versa in condizioni di estrema criticità, avendo chiuso il Bilancio Consuntivo dell'anno 2010 con una perdita di oltre 1.100.000,00 euro; tuttavia garantisce che alcun livello occupazionale sarà intaccato, scongiurando con forza misure drastiche quali, ad esempio, il licenziamento delle unità lavorative.

Il Presidente dà notizia di un incremento di fatturato pari all'8% registrato nel primo semestre 2010, rispetto al medesimo periodo dell'anno passato e conferma che per consentire un tangibile miglioramento della situazione economico – finanziaria del Consorzio è necessario prioritariamente bandire alcune *esternalizzazioni* dei servizi, favorendo altresì l'impiego di risorse interne; ex aequo incrementare di qualche punto percentuale i fatturati dei centri di costo e contenere di almeno il 5% i costi di gestione richiamati nel Bilancio di previsione 2011. Egli, inoltre, è assertore di un aumento del numero delle farmacie comunali sul territorio provinciale salernitano, parimenti scongiurando eventuali propositi dei Comuni ad abbandonare la Società. Altra gravosa questione riguarda le farmacie in *convenzione* con il Consorzio Farmaceutico

Intercomunale, oggetto di trattamenti indecorosi da parte degli ex amministratori con i Comuni proprietari delle suddette farmacie, sostiene il Presidente, occorre ricercare obbligatoriamente una soluzione condivisa finalizzata alla risoluzione di contenziosi.

Ancora, l'Avv.Memoli annuncia di essere stato eletto nella giunta di Assofarm nazionale e di lavorare alacremente per la costituzione della compagine regionale di Assofarm stessa. Riferisce in merito alla revoca del D.G. Rita Zenna avvenuta con delibera di C.d.A. il 27 giugno u.s., co-responsabile dei bilanci negativi dell'ultimo triennio. A tal proposito delinea la figura del prossimo D.G. che dovrà riassumere efficienza, contenimento dei costi ed abilità manageriale, poiché l'obiettivo primario è la *trasformazione* del Consorzio in una S.p.A., atto che senza dubbio rappresenterà il volano per la ripresa dell'Azienda.

Il Presidente propone alle OO.SS. un *patto di solidarietà* che coinvolge tutti i lavoratori per un giorno a settimana, un periodo massimo di 24 mesi e che consente l'accesso ai fondi regionali per l'occupazione, dopo aver *azzerato* la banca ore e le ferie di ogni dipendente. Il Presidente dichiara di non riconoscere i dati dell'attuale banca ore, essendo gli stessi di provenienza incerta e non verificata. Inoltre, rassicura i rappresentanti sindacali che l'incentivo a titolo risarcitorio del triennio 2008 – 2010, ammontante ad 80.000,00 euro, verrà liquidato nelle buste paga di luglio ed agosto prossimi, scorporando l'importo che il D.G. Zenna aveva riservato per sé, in quanto eventuale riconoscimento di incentivo alla stessa deve far parte di apposito fondo e trattativa contrattuale sindacale. Al termine del suo intervento, il Presidente invoca grande senso di responsabilità di tutti, confidando nell'auspicata ripresa del Consorzio Farmaceutico Intercomunale.

Interviene la sig.ra Raffaella Nomade che chiede quali saranno le modalità di accesso agli *ammortizzatori sociali* e quali categorie di lavoratori saranno coinvolte. Il Presidente ribadisce che verranno coinvolti tutti i lavoratori nella misura di un giorno a settimana per un periodo massimo di 24 mesi, con la precisazione che qualora l'andamento dei conti aziendali dovesse migliorare prima della menzionata scadenza, il ricorso agli ammortizzatori sociali sarà revocato.

La dott.ssa Luisanna Pellecchia plaude alla conservazione dei posti di lavoro.

Il Presidente propone l'erogazione di 3 buoni pasto, in relazione alla presenza, ai dipendenti full-time ed in proporzione alle ore lavorate ai dipendenti part-time, a partire dal luglio 2011. Per il pregresso periodo, non essendo stato sottoscritto il nuovo accordo contrattuale aziendale (gennaio – giugno 2011) il riconoscimento a titolo di rimborso del 50% del valore dei buoni pasto maturati, il cui valore medesimo sia monetizzato. Le OO.SS.dichiarano di essere d'accordo con la corresponsione del 50% dei buoni pasto, tuttavia chiedono l'aumento a 5 buoni pasto stessi, invece di 3, dal 1° gennaio 2011 ribadendo la corresponsione a tutti i part – time in proporzione alle ore lavorate.

Il sig.Antonio Grieco dichiara che la situazione del C.F.I. è da inquadrarsi in un panorama più ampio che ha trascinato molte aziende verso una profonda crisi strutturale e si dice d'accordo con la misura del contenimento dei costi, con la disponibilità a mettere in campo anche strumenti temporanei che possano riallineare la perdita per la vita del Consorzio a salvaguardia dei posti di lavoro. Azienda ed OO.SS. si autoconvocano per il giorno 2 agosto c.a. alle ore 16,00 presso la sede amministrativa del C.F.I. per discutere del contratto di solidarietà.

La seduta si scioglie alle ore 16,15.

L.C.S.

Il Presidente del C.F.I.

Il segretario verbalizzante

Per la CGIL Filcams

Per la CISL Fisascat

Per la UIL Tucs

QUOTA PREMIO AL 50% MESI LUGLIO E AGOSTO 2011 100 f - 20 60

Premio

| Elenco Dipendenti | QUOTA 50% | Elenco Dipendenti | QUOTA 50% |
|---|---|---|---|
| AMATO F. | 554,90 | MARTINO | 68,20 |
| AMATO N. | 210,80 | MASCARO | 179,80 |
| ARDIA | 523,90 | MATRONE | 220,10 |
| BARONE | 161,20 | MELI | 709,90 |
| BENEDETTO | 359,60 | MONZILLO | 257,30 |
| BENVENUTO | 412,30 | MOSCARIELLO | 595,20 |
| BEVILACQUA | 496,00 | MOTTA | 378,20 |
| BUFALO | 114,70 | NAPOLI | 322,40 |
| BUSILLO | 322,40 | NATELLA | 449,50 |
| CALABRESE | 337,90 | NESI | 706,80 |
| CARILLO | 387,50 | NOCERA | 316,20 |
| CARLUCCI | 334,80 | NOTARI | 399,90 |
| CATALDO | 545,60 | ORIO | 207,70 |
| CELANO | 266,60 | PARAGGIO | 613,80 |
| CERINO | 551,80 | PASTORE | 43,40 |
| CONSIGLIO | 331,70 | PECORARO | 858,70 |
| COSTABILE | 142,60 | PERITO | 517,70 |
| D'ANDREA | 415,40 | PEROZZIELLO | 403,00 |
| D'ARCO | 356,50 | PICIULO | 96,10 |
| DE BONIS | 465,00 | PINGA | 201,50 |
| DE FILIPPO | 260,40 | PISANI | 437,10 |
| DE MARCHI | 303,80 | PRETE | 220,10 |
| DE SIO | 297,60 | RAIMONDO | 461,90 |
| DE STEFANO | 316,20 | RESCIGNO | 406,10 |
| DI BENEDETTO | 313,10 | ROCCO | 598,30 |
| DI GIUDA | 288,30 | ROSATI | 12,40 |
| DI MAIO | 455,70 | RUSSO A. | 325,50 |
| DI PAOLO | 452,60 | RUSSO M. | 173,60 |
| DONATIELLO | 669,60 | SCIMONE | 275,90 |
| FALCONE | 864,90 | SCISCIOLA | 105,40 |
| FALIVENE | 471,20 | SENATORE | 238,70 |
| FASANO | 68,20 | SIMIOLI | 595,20 |
| FASCIANO | 443,30 | STASI | 279,00 |
| FIERRO | 68,20 | TANCREDI | 347,20 |
| FORTUNATO | 341,00 | TEDESCO | 201,50 |
| FRANZA | 210,80 | VITALE | 303,80 |
| FRATINI | 145,70 | VIVACQUA | 99,20 |
| GAROFALO | 303,80 | ZENNA | 0,00 |
| GIOIELLA | 99,20 | TOTALE | 31.000,00 |
| GIORDANO | 387,50 | | |
| GRILLO | 158,10 | | |
| GRIMALDI | 421,60 | | |
| LAVORGNA | 365,80 | | |
| LOMONACO | 669,60 | | |
| MACELLARO | 508,40 | | |
| MAIURI | 43,40 | | |
| MARANDINO | 703,70 | | |
| MARATEA | 238,70 | | |
| MARINO G. | 694,40 | | |
| MARINO M. | 517,70 | | |

# VERBALE INCONTRO C.F.I. ED OO.SS. 02 AGOSTO 2011

L'anno 2011 il giorno 02 del mese di agosto alle ore 16.00 si sono riuniti i vertici del C.F.I. e le OO.SS. di categoria presso la sede del Consorzio Farmaceutico Intercomunale di Salerno. Sono presenti alla riunione il Presidente del C.F.I. Avv. Salvatore Memoli, il D.G.f.f. Dott.Romeo Nesi, il referente amministrativo dott. Adolfo Lavorgna. Per la C.G.I.L.Filcams sono presenti il sig.Antonio Grieco, la sig.ra Mirella Giordano, il dott.Giandomenico Meli; per la C.I.S.L.Fisascat sono presenti la dott.ssa Luisanna Pellecchia, il dott. Luigi Carillo; per la UIL Tucssono presenti la sig.ra Raffaella Nomade, la sig.ra Elvira Campitiello, il il sig.Matteo Falivene.

Il Presidente ringrazia i convenuti e propone lo stralcio dell'argomento banca ore in esubero, oggetto di controversia tra l'Azienda e le OO.SS. Egli chiede che siano effettivamente verificate le ore di esubero dei singoli dipendenti. I sindacati si dichiarano d'accordo. Il Presidente informa i presenti di aver disposto l'erogazione dei buoni pasto di competenza temporale gennaio – giugno 2011 per il 50% del maturato nel modo seguente: metà nella mensilità di luglio c.a. e la restante metà nella mensilità di agosto c.a.

Inoltre il Presidente conferma i tagli ai costi aziendali che dovrebbero alla fine dell'anno in corso quasi ripianare la perdita dell'anno passato, dà notizia della nomina del nuovo Direttore Generale del C.F.I. con contratto di funzione che consentirà all'Azienda il risparmio di 50.000,00 euro rispetto al precedente D.G.

La seduta si scioglie alle ore 17,15.

L.C.S.

Il Presidente del C.F.I.

Il segretario verbalizzante

Per la CGIL Filcams

Per la CISL Fisascat

Per la UIL Tucs

# VERBALE INCONTRO C.F.I. ED OO.SS. 02 AGOSTO 2011

L'anno 2011 il giorno 02 del mese di agosto alle ore 16.00 si sono riuniti i vertici del C.F.I. e le OO.SS. di categoria presso la sede del Consorzio Farmaceutico Intercomunale di Salerno. Sono presenti alla riunione il Presidente del C.F.I. Avv. Salvatore Memoli, il D.G.f.f. Dott.Romeo Nesi, il referente amministrativo dott. Adolfo Lavorgna. Per la C.G.I.L.Filcams sono presenti il sig.Antonio Grieco, la sig.ra Mirella Giordano, il dott.Giandomenico Meli; per la C.I.S.L. Fisascat sono presenti la dott.ssa Luisanna Pellecchia, il dott. Luigi Carillo; per la UIL Tucs sono presenti la sig.ra Raffaella Nomade, la sig.ra Elvira Campitiello, il il sig.Matteo Falivene.

Il Presidente , in considerazione delle risultanze del bilancio consuntivo al 31/12/2010 che hanno fatto registrare una perdita d'esercizio di euro 1.111.104,00 e del Piano Industriale approvato dal Consiglio di Amministrazione che ha ipotizzato l'avvio di un percorso di contenimento dei costi aziendali, propone alle OO.SS. ed alle RSA l'avvio delle procedure per l'accesso ai contributi pubblici previsti dall'art.5 comma 8 legge n.236 del 19 luglio 1993. Detto accordo prevede la riduzione dell'orario di lavoro e/o la sospensione di tutti o parte dei lavoratori del Consorzio Farmaceutico Intercomunale, nei limiti previsti dall'art.5 comma 8 legge n.236 del 19 luglio 1993, per un periodo massimo di 24 mesi a decorrere dal 1° settembre 2011 al 31 agosto 2013. Dopo ampia discussione, le OO.SS. concordano all'unanimità di accedere alle procedure previste dal contratto di solidarietà, ipotizzando la riduzione oraria prevista per legge per tutti i dipendenti.

La seduta si scioglie alle ore 18,30.

L.C.S.

Il Presidente del C.F.I.

Il segretario verbalizzante

Per la CGIL Filcams

Per la CISL Fisascat

Per la UIL Tucs

Prot. N° 46049
del 3 nov. 2010

AL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO COMUNALE DI CAPACCIO

ALL'ADDETTO STAMPA DEL COMUNE DI CAPACCIO

"""""""""""""""""""

Mi riferisco al comunicato stampa fatto dal Sig. Pasquale Marino in qualità di sindaco del comune di Capaccio, in data 21 ottobre 2010.

Come sempre, il sig. Marino quando è criticato nella sua azione amministrativa parte in difesa con arroganti offese alla persona in contraddittorio.

Come ebbi a ribadire in tempi non sospetti, all'indomani dell'insediamento del Consiglio Comunale, ad una accesa replica fatta dal sindaco a delle osservazioni mosse dal compianto consigliere Di Lascio, che era ora il sig. Marino la finisse e che contrariamente a quanto affermato, necessitava di lezioni di morale, visti i turpiloqui denigranti verso gli avversari politici tenuti, **unilateralmente**, durante la competizione elettorale,

La raccomandazione non ha sortito alcunché nella considerazione di quanto dichiarato con il comunicato di cui sopra.

Mi corre l'obbligo, visti gli attestati di solidarietà che mi stanno pervenendo da semplici cittadini e della parte politica che rappresento, replicare evidenziando che la mia presa di posizione in merito al Consorzio Farmaceutico Intercomunale è scaturita dalle affermazioni fatte dal Sindaco in Consiglio Comunale e da un articolo apparso sugli organi di stampa, in risposta al PDL locale.

A tal proposito riporto integralmente la mia comunicazione affinché sia proprietà, come di diritto, di tutti i cittadini capaccesi:" Accettare il gioco democratico ed ammettere i propri errori è segno di maturità.

Maturità che non sarà mai propria di chi con arroganza vive la rappresentanza come momenti di potere e non di servizio.

Evidentemente qualcuno non legge né i bilanci approvati da lui stesso, né i giornali e le affermazioni fatte dal Presidente(ex) Monaco del CFI.

E.F. 2008 disavanzo di gestione €. 772.259,00 ( pag.3, 1° capov., verbale n. 42 del 14 luglio 2009 dell'Assemblea dei Sindaci, con Marino vice-presidente).

Anno 2009 come detto dal Monaco e dallo stesso Sindaco di Capaccio, altro disavanzo di circa €. 760.000.

Come facilmente deducibile, nella considerazione che si parla di disavanzo (perdita) di gestione riferito al solo anno, prendendo in considerazione i consuntivi degli ultimi due anni, siamo già ad oltre 1.500.000 euro di perdite.

Se a quanto sopra riportato, si vanno ad aggiungere i disavanzi pregressi da verificare e le plusvalenze (?) quanto asserito dai giornali, che il sindaco Marino evidentemente non legge o non vuole che si leggano, si potrebbe arrivare ai famosi €. 9.000.000 (pag. 12 La Città di mercoledì 14 luglio 2010) .

Se il consorzio è da dichiarare fallito, questa è una scelta che dovrà fare chi è preposto a tanto.

Che sia fallimentare ogni gestione della sinistra di questi ultimi 20 anni, specialmente nella nostra zona, è purtroppo documentato e lampante (cfr. Helenia Paestum, fallimento e circa 1.000.000 di euro di contenzioso, prat. 1151/2005; Patto Magna Graecia, ricapitalizzazione e perdita di capitale sociale di circa 100.000 euro; Società Capaccio Paestum Servizi s.r.l. ricapitalizzazione per euro 243.000 più 50.000 di capitale sociale iniziale e, speriamo di non aggiungerne).

E' facile dire o pensare:" sino a quando comando io, va tutto bene, anche se faccio debiti che altri devono accollarsi. Zitti e rimanete nel cantuccio".

Quando cambia il vento:" prendete gli stracci che lascio, io vado via perché il comando deve essere sempre il mio, altrimenti non vivo. Le regole del gioco democratico, devono andar bene solo agli altri non a me che sono nato per il solo comando, esse rappresentano parole fini a se stesse".

Per quanto concerne le assunzioni, regolari secondo il sindaco, nessuno ha detto che esse siano irregolari, resta però il fatto che bisogna comunque verificare, nella considerazione che sono in perfetta distonia con la legislazione vigente in materia di chiamata nominativa (non diretta) al lavoro presso la pubblica amministrazione.

Le quote di partecipazione al CFI sono state acquistate con soldini pubblici, per la qual cosa è da ritenere che le assunzioni per legge, etica politica e morale, vengano fatte in modo diverso.

Le accuse di gestione clientelare partono, quindi, da una persona che ha approvato, se non caldeggiato, l'assunzione presso la farmacia comunale di Capaccio di un affine (nuora) di primo grado.

Resta da verificare ancora, se questo caso, come si ritiene, riguardi il solo il comune di Capaccio, come pure riguarda Capaccio il fatto che in barba al comma 3 dell'art. 236 del TUEL, un membro del Collegio dei Revisori dei Conti di questo comune sia contemporaneamente membro del CDA del CFI.

Gli Organi superiori e/o sovraordinati, preposti al controllo e di verifica affinché la gestione dell'ente comune sia rispondente in ogni sua forma alle leggi vigenti, dove sono? Cosa fanno?".

Atteso quanto sopra la mia presa di posizione , è netta e documentata, come da prassi, chiacchiere a vanvera ed offese gratuite le lascio ad altri.

La difesa del proprio operato, anche in evidente deficienza è legittimo sino a quando non si sconfina nella mortificazione della altrui personalità.

Dati di fatto evidenziano una carente capacità amministrativa del CFI, tanto che i titolari della maggioranza attuale, ha deciso, secondo logica, di cambiare l'assetto centrale, azzerando le cariche ed il CDA.

Se poi di fronte all'evidenza qualcuno ancora insiste nel difendere il proprio operato, si può giustificare, anche l'incaponimento, sino a quando però, come detto, non passa alle offese personali di coloro che la pensano diversamente da lui.

I ricorsi alle offese personali oramai sono innumerevoli, elencarli è davvero impresa improba, si rischia sempre di dimenticarne qualcuno.

Tornando al comunicato in argomento, oltre a quanto già detto nel documento di risposta, ho da precisare che:"

1. I miei interventi in consiglio comunale sono nella quasi totalità scritti e sottoscritti, con dati rilevati da documenti emessi dalla maggioranza e dagli uffici comunali e mai mortificanti della personalità di chicchessia;
2. E' vero che quasi mai ho votato favorevolmente alle deliberazioni del consiglio comunale, poiché in piena autonomia ritenevo che l'operato fosse migliorabile e comunque andava, per mia **motivata valutazione**, contro gli interessi della intera comunità capaccese, tutto ciò in piena sintonia con il dettato dell'art. 20 dello Statuto;
3. Essere un impreparato cronico, viene fuori dai risultati amministrativi conseguiti. I risultati della gestione degli enti summenzionati sono sotto gli occhi di tutti come la supponenza di voler continuare a tutti i costi, anche in presenza di deficienze da accollare ad altri;
4. Attualmente, in piena rispondenza del mandato conferito, doverosamente, mi sto occupando dei fatti della mia città in modo totale. Tra le innumerevoli emergenze che attanagliano la vita economica dell'Ente Comune vi è anche quella rappresentata dalle aziende partecipate, tra cui il CFI. Prima ero chiamato ad altri doveri che mi avevano, tenuto lontano da Capaccio per molti anni e poi, quando sono rientrato in zona, per libera scelta e coerenza, mi hanno fatto rinunciare a partecipare attivamente alla vita politco-amministrativa del paese natio. Se sino al febbraio 2007 abbia conosciuto l'esistenza o meno del CFI credo importi poco, era importante invece che chi era delegato a curarne l'amministrazione, rapportasse puntualmente, **come dovuto**, la situazione agli aventi diritto, cioè al Consiglio Comunale ed ai cittadini di Capaccio che pagavano, pagano e spero non pagheranno per le altrui scelte scellerate di gestione;

5. Della mia permanenza sul luogo di lavoro "caserma" oltre l'orario di servizio previsto, non ho motivo di vergognarmi, anzi sono di questo orgoglioso, appunto per l'alto senso di responsabilità e del dovere che mio padre mi ha inculcato. Sono fiero ed orgoglioso delle valutazioni fatte sul mio operato, non tanto di quelle dei superiori (previste), quanto di quelle dei collaboratori e degli amministrati in genere;
6. Gli Ufficiali nell'ambito della struttura militare, sono organi direttivi e dii comando. L'attività di comando si esercita secondo precise normative e qualità morali e culturali che non sono proprie di tutti, attività (missioni) che emarginano totalmente la supponenza, l'arroganza, l'egocentrismo, ed è mirata totalmente al servizio dello stato;
7. Il comando deriva dal saper ubbidire, gli ordini li ho ricevuti e li ho dati. Ho ubbidito quando questi erano conformi alle leggi ed ai regolamenti, ho fatto eccezioni quando li ritenevo non formali, nel darli, invece, mi sono sempre preoccupato che fossero in piena aderenza alla legge ed ai regolamenti, ligio e convinto del giuramento fatto;
8. A differenza di qualcuno che forse non mi conosce, confesso che prima della partecipazione attiva alla gestione amministrativa del comune, ignoravo la situazione economica finanziaria dell'Ente. A tanto ho cercato di porre rimedio, come facilmente rilevabile dagli interventi fatti in proposito, documentandomi sui bilanci dal 2001 ad oggi. Per quanto concerne la storia politico-sociale della città posso non concordare nella considerazione che mi sono occupato con un certo successo, nella mia contrada, della crescita calcistica dei ragazzi di Capaccio, e di riflesso venuto a contatto della realtà familiare degli stessi.
9. Concludo invitando il Presidente del Consiglio ad intervenire presso il sindaco affinché, a quest'ultimo sia ben chiaro che nella veste istituzionale gli si vietano atteggiamenti offensivi della dignità dei consiglieri comunali. Per quanto concerne la problematica "de quo" si ponga rimedio alle manchevolezze lamentate e si fornisca il consiglio di tutti i documenti relativi alla gestione del CFI per le successive valutazioni di competenza.

IL PRESIDENTE

Cons. Giuseppe Antonio Troncone

Il presente verbale viene così sottoscritto:

IL PRESIDENTE
Paolo Paolino

IL SEGRETARIO
dr. Andrea D'Amore

---

---

ATTESTATO DI INIZIO PUBBLICAZIONE

Si attesta che copia della presente deliberazione viene pubblicata all'Albo Pretorio on line di questo Comune per quindici giorni consecutivi a partire dalla data odierna, ai sensi dell'art. 124, c. 1, Dlgs 267/2000 e dell'art. 32, L. 69/2009.

Lì 20 SET.2011

IL SEGRETARIO
Dr. Andrea D'Amore

---

ESECUTIVITA'

La presente deliberazione è divenuta esecutiva in data

☐ ai sensi dell'art. 134, comma 3, Dlgs 267/2000.
☐ Ai sensi dell'art. 134, comma 4, Dlgs 267/2000.

Lì

IL SEGRETARIO
dr. Andrea D'Amore

---