

ABRUZZO ECONOMIA

ANNO 2 N. 1 (NUOVA SERIE)
EN / FEB 2007

BIMESTRALE



**ANTONIO FARCHIONE, NICOLA DI MASCIÒ,
GIANLUCA FARCHIONE**

Arriva il World Trade Center

**SERGIO MARCHIONNE,
SILVIO DI LORENZO
E SERGIO GALBIATI**
L'eccellenza della
grande impresa

VALERIO DONNINI
Dai co.co.co. ai co.co.pro.

SPECIALE CONFINDUSTRIA
10 pagine sugli eventi di fine 2006

EURO 3,00

ANTONIO MONTEMURRO
La Finanziaria 2007

massimo riconoscimento europeo per qualità costruttiva: il Gold Award 2005 al JD Power. "Dunque" - dicono Gianfranco Angiolelli e Gianna Vinello - "Jaguar cresce in termini di fatturato e di visibilità, continuando a mantenere un mercato di nicchia, ma con l'Italia che rappresenta il 4° mercato mondiale".

"La fabbrica" - sottolineano - "continua a rimanere nel set-

tore lusso, con tecnologie ancora più esclusive e sofisticate, con l'adozione dell'alluminio e con soluzioni prese dal mondo dell'aeronautica". E l'Abruzzo? "L'Abruzzo è un mercato abbastanza costante, anche il 2006 è stato coerente, con clienti che hanno comprato la 'piccolina' ma anche clienti che hanno scelto il massimo, cioè la nuova ammiraglia, la berlina XJ, e l'ultimissima supersportiva XK".

NATASCIA CAMISCIA

Dall'Abruzzo il franchising del caffè aperto 24 su 24: Espresso Passion

Dal 17 dicembre 2006 la passione per il caffè è diventata luogo. A Montesilvano, in corso Umberto al 332, è stato aperto il primo bar ESPRESSO Passion: originale formula imprenditoriale (di franchising) che consente di realizzare accordi di collaborazione per la creazione di spazi in cui vivere e degustare l'esperienza Universal Caffé.

Questo primo locale, proposta pilota di un progetto internazionale, resta aperto tutti i giorni 24 ore su 24 e ospita una caffetteria la cui offerta è tutta ispirata all'espresso per raccontare l'essenza, la filosofia e le passioni dell'azienda abruzzese con sede a Moscufo in provincia di Pescara. È quindi sia un accreditato punto di incontro per il pubblico, sia un'attività redditizia a tutte le ore del giorno e della notte per il proprietario. Universal Caffé ha poi deciso di fondere la qualità del suo espresso con la formazione specializzata dedicata allo sviluppo di capacità tecniche, imprenditoriali e relazionali in chi desidera aprire un nuovo bar avvalendosi dell'esperienza e del know-how di un marchio già noto, con la libertà e il piacere di lavorare per se stesso. Coloro che decidono di aderire a questa formula imprenditoriale diventano quindi dei veri 'professionisti del caffè', capaci di rendere

unica ogni singola tazzina perché dai locali aderenti al progetto ESPRESSO Passion sono bandite tutte

macchine per il caffè a procedura automatica. Il gusto così è affidato alla reale capacità del barman che è appositamente addestrato dal Responsabile formazione specializzata di Universal Caffé.

L'obiettivo del progetto ESPRESSO Passion è di promuovere il diritto al piacere di bere una tazzina di caffè preparata da professionisti e non da barman improvvisati. L'iniziativa Universal Caffé desidera infatti studiare, difendere e divulgare le tradizioni per insegnare il piacere antico alle generazioni future, cercando di invertire la tendenza odierna che vuole i consumatori di caffè come soggetti tra i 30 e 45 anni.



Il logo del franchising internazionale varato dalla famiglia Camiscia dell'Universal Caffé

MASSIMO BERINI & SIMONA PETACCIA

A Chieti c'è Co-munica: l'informazione 'su misura'

Il rapporto con i media si è ormai trasformato da strumento marginale a componente indispensabile per lo sviluppo organizzativo e per la gestione delle relazioni sia con i target di riferimento sia con i mezzi di comunicazione. Solo conoscendo a fondo l'attività dei media (strutture, sistemi, tendenze ecc.), è possibile far conoscere: potenzialità dei servizi, qualità dei prodotti e professionalità del personale. Per rispondere a queste esigenze è stata fondata Co-munica (www.co-munica.it), società che offre consulenze nell'ambito dei media (carta stampata, TV, Radio, Internet ecc.) dal 2005.

Abruzzo Economia ha incontrato il vicepresidente Simona Setaccia: "Co-munica fornisce a clienti e partner soluzioni 'su misura' nei seguenti ambiti: Consulenza (Media Planning); Ufficio stampa (comunicati, conferenze, cartella e

rassegna stampa, interviste, press briefing e press tour); Comunicazione integrata (supporto eventi, redazionali, house organ, white paper, siti Internet, newsletter, presentazioni, case history, brochure e copywriting) e Formazione (media training per manager, corsi di formazione aziendali e per operatori del settore).

"Gli esperti di Co-munica" - ha precisato la Petaccia - "non vogliono essere considerati né dipendenti né semplici collaboratori esterni, ma persone coinvolte in un progetto che condividono e per il quale si entusiasmano".

Come previsto dalla Legge 150/2000 che disciplina le attività di informazione e di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni in Italia, il team Co-munica è formato da iscritti all'Ordine Nazionale dei Giornalisti e "tutti i soci vantano" - ha continuato - "vantano oltre di 10 anni d'esperienza nella comunicazione giornalistica e nella consulenza strategica alle Pmi (piccole e medie imprese), enti pubblici, organizzazioni, associazioni, liberi professionisti e privati cittadini".

Per maggiori informazioni è possibile inviare una mail all'indirizzo simona.petaccia@co-munica.it.