

informa Unione

MENSILE DELL'UNIONE DEL COMMERCIO DEL TURISMO DEI SERVIZI E DELLE PROFESSIONI DELLA PROVINCIA DI MILANO

**Regione Lombardia e imprese
partnership per lo sviluppo**
Intervista al Governatore
ROBERTO FORMIGONI



"Stato di salute" della sanità lombarda
Ruolo delle mutue integrative
Intervista all'assessore regionale
CARLO BORSANI

GUIDA ALLE CONVENZIONI UNIONE
Con questo numero del giornale





editoriale



sommario

marzo 2005
n. 3 - anno 10

LE INTERVISTE

ATTUALITA' **4**
ROBERTO FORMIGONI,
PRESIDENTE
DELLA REGIONE LOMBARDIA

ATTUALITA' **7**
CARLO BORSANI,
ASSESSORE ALLA SANITA'
DELLA REGIONE LOMBARDIA

Unioneinforma è stato ultimato il 7 marzo. *Le foto delle pagine 2-3-12-13 e 21 sono di Massimo Garriboli*

Il commercio "racconta" Milano

La storia del nostro territorio attraverso le imprese più antiche che hanno saputo rinnovarsi arrivando ad oggi senza perdere la propria identità

al centro del giornale



Con questo numero del giornale



Milano e Lombardia Innovazione e sussidiarietà

L'idea nasce in parte da una sorpresa: quella di ritrovare Milano all'ottavo posto di un'autorevole classifica internazionale che ci pone tra le "città globali". Questo messaggio ribadisce ancora una volta la necessità di un esame su Milano, sul suo percorso, il suo ruolo nel Sistema Italia e sulle opportunità che ha di fronte.

Argomenti che sono stati affrontati nella seconda edizione degli Stati Generali di Milano (pagine successive n.d.r.), iniziativa che ha avuto a sostegno anche un gruppo di intellettuali, tra cui Mauro Magatti e Giulio Sapelli e che ha riunito a un unico tavolo autorità nazionali e internazionali del mondo delle istituzioni, dell'economia, della cultura e del lavoro. Obiettivo del dibattito è stato esplorare i legami esistenti fra territorio, sviluppo, governance, lavoro, tessuto sociale, per collocare adeguatamente il "nodo" Milano all'interno della rete come nuovo spazio globale. Il 21 e 22 febbraio il Teatro Grassi ha quindi ospitato il convegno "Milano per lo Sviluppo", due giorni di lavori organizzati dalla Camera di Commercio che, a distanza di quattro anni dalla prima edizione dell'evento, ha tentato di dare una risposta alla crescente necessità di "fare il punto" sullo sviluppo di Milano. La conferenza ha cercato di rispondere alla domanda: qual è la forza di Milano? Partendo dal presupposto che Milano per essere "globale" deve anche essere, in una certa misura, despecializzata, gli elementi di forza emersi nel corso dei lavori sono tre.

Il primo è che Milano, fedele alla sua tradizione storica, rimane innanzitutto un importante mercato e cioè un polo di attrazione che va oltre la scala regionale e che si è dotato di una vera e propria piattaforma attrezzata di infrastrutture strategiche, per esempio Malpensa e la nuova Fiera.

Il secondo è che Milano è un centro di servizi, un polo dove si concentrano quei servizi avanzati che sono tipici di questa nostra società, fondamentali non solo allo sviluppo e alla competitività del sistema produttivo, ma anche all'innalzamento della qualità della vita.

Il terzo è che Milano è un'area di eccellenza tecnologica-scientifica. Non a caso una ricerca recente fatta insieme alla Bocconi sulla "capacità innovativa" di Milano ci restituisce dati molto positivi, ponendoci in posizione di leadership in rapporto con altre 11 città europee come Francoforte, Amsterdam, Barcellona, Atene, Zurigo, Lione.

Milano - e la Lombardia - come nodo della rete globale. Solo così, con senso del reale e innovazione, sono potute emergere proposte che stanno indicando una via, di crescita diffusa, di qualità della vita.

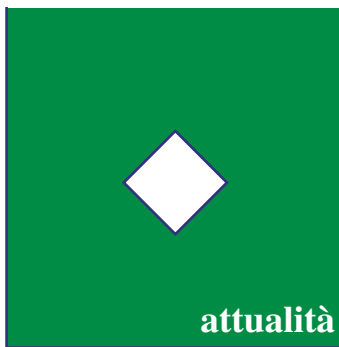
Una via che il presidente della Regione Lombardia Roberto Formigoni e la sua Giunta - con il forte richiamo, alla sussidiarietà e all'innovazione - ha imboccato con decisione. Dalle nuove infrastrutture, come Malpensa e il polo esterno della Fiera, al sostegno all'innovazione, dall'internazionalizzazione all'attenzione per lo sviluppo equilibrato del commercio Formigoni è stato un alleato del sistema economico regionale. Nel nuovo programma di governo è importante il concetto di sussidiarietà: che aiuta a "fare sistema", a mettere insieme pubblico e privato, ad offrire servizi utili alla competitività delle imprese.



CARLO SANGALLI

Presidente dell'Unione di Milano

Unioneinforma
marzo 2005



attualità

*Gli Stati generali
con il presidente Carlo Sangalli*

Economia e globalizzazione Milano si mette in gioco

“Milano per lo sviluppo: un nodo della rete globale”: intorno a questo tema si è sviluppato il ricco dibattito degli Stati generali dell’economia organizzati dalla Camera di commercio di Milano, a distanza di quattro anni dalla prima edizione.

L’iniziativa si è svolta il 21 e 22 febbraio a Milano presso il Teatro Grassi (lo storico Piccolo Teatro di Milano) e a Palazzo Affari di Giureconsulti, e ha visto riuniti i

principali esponenti del mondo delle istituzioni, dell’impresa, della cultura e delle parti sociali, chiamati a discutere, analizzare e progettare un nuovo cammino di crescita della città.

Oltre 80 i relatori italiani e stranieri in due convegni e tre workshop nella “due giorni” promossa dalla Camera di commercio

Complessivamente sono stati oltre 80 i relatori italiani e stranieri in due convegni e tre workshop. Un contributo di confronto ed approfondimento sulle tematiche connesse a



della Camera di commercio e dell’Unione: l’ex premier spagnolo José Maria Aznar (nella foto 2 qui sotto con il sindaco di Milano Gabriele Albertini), l’opinionista Edward Luttwak (foto 5), Mario Monti (nella foto 4 con Luigi Abete), il ministro per l’Innovazione e le tecnologie Lucio Stanca (foto 7), il presidente della Regione Lombardia Roberto Formigoni (foto 1), il presidente di Confcommercio Sergio



Milano e al suo sviluppo, cercando di rispondere ad una delle principali necessità imposte dalla “rete globale”: cogliere in modo tempestivo le nuove sfide. Tra gli ospiti con Carlo Sangalli, presidente

Billè (foto 6), Piero Bassetti (foto 3), i rettori Angelo Provasoli (Università Bocconi) e Lorenzo Ornaghi (Università cattolica), il presidente di Federchimica Diana Bracco, “Milano – ha commentato Carlo Sangalli - può vincere la sfida della globalizzazione solo

Unioneinforma
marzo 2005

se si pensa come una città dinamica, non statica. Una città statica sta alla finestra, assistendo passivamente alle evoluzioni dell'economia globale, standone sostanzialmente ai margini, un porto dove merci e risorse passano o si depositano, ma senza ulteriori conseguenze. Al contrario, una città dinamica è una città coraggiosa, cosmopolita, in grado di mettersi in gioco. Un vero centro di innovazione, in cui produzione e creazione si rafforzano a vicenda, e in cui le istituzioni pubbliche devono diventare animatrici di circuiti virtuosi, con una funzione di progetto e anche di proposizione nello sviluppo e nell'introduzione delle nuove tecnologie. Essere il centro della rete globale, non essere presa nella rete. Questo, in poche parole, deve essere il futuro di Milano". "Milano è la capitale economica e morale del nostro paese - ha dichiarato il presidente del consiglio Silvio Berlusconi in un messaggio inviato a Carlo Sangalli - E' una città in cui hanno sempre visto la luce le innovazioni economiche, le tendenze culturali e politiche, la voglia di libertà e di intrapresa capace di contagiare tutto il paese".

Milano nella rete globale.

Milano è la terza città in Europa e l'ottava al mondo per grado di connessione globale. Se poi consideriamo le sole città non capitali di Stato, Milano sale al quarto posto nel mondo e addirittura al primo in Europa. Milano ha un grado di connessione pari al 60% di Londra (prima città al mondo), ed è preceduta soltanto da New York, Parigi,

Hong Kong, Tokyo, Singapore e Chicago. Tra le prime dieci città al mondo, Milano si classifica prima di Los Angeles e Madrid, così come di tutte le altre principali città europee. Tra le prime trenta città al mondo, Milano è inoltre l'unica italiana presente.

Milano e le multinazionali.

Il 40% circa del fatturato delle imprese della provincia milanese fa capo a multinazionali straniere, pari a 137 miliardi all'anno. Sono 2.568 le imprese estere partecipate con sede in provincia di Milano. Il peso degli stranieri sul fatturato milanese è ben più alto del dato lombardo (28%) e italiano (18%). Milano è il porto di ingresso degli ide (investimenti diretti esteri) stranieri: e così quasi 1 impresa partecipata straniera su 2 in Italia ha sede nel capoluogo lombardo. Alle sedi milanesi fanno capo oltre 340 mila addetti.



4



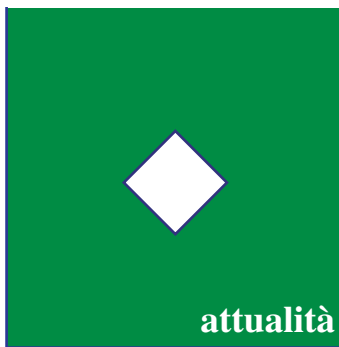
5



6



7



L'intervista

Roberto Formigoni,
Governatore della Lombardia

Regione-Parti sociali: un metodo di confronto che diventerà regola

Presidente Formigoni, la legislatura regionale che si chiude ha visto l'applicazione di un modello di confronto tra Regione e Parti sociali. Che bilancio dà di questa esperienza? "Con il Patto per lo Sviluppo firmato nel 1998 e poi rinnovato e consolidato nel 2001, abbiamo costruito un sistema di dialogo organico che, a partire dalla condivisione di obiettivi comuni, ha permesso di realizzare una vera compartecipazione delle Parti sociali all'intera attività

Delega di Giunta per i servizi? Idea da tenere in considerazione

fedelmente questo metodo. E' questo il nostro metodo di governo, quello della sussidiarietà. Per questo intendiamo potenziare sempre di più la partnership con tutti i soggetti sociali, la condivisione di obiettivi e responsabilità nel rispetto dei diversi ruoli.

Ma non ci accontenteremo di questo: vogliamo che questo modello di relazioni e di coinvolgimento forte delle Parti sociali, venga ulteriormente precisato e perfezionato nella prossima legislatura e, soprattutto, venga formalmente riconosciuto nel nuovo Statuto regionale, quale metodo fondante del nostro modello di governo. La proposta di legge approvata in Giunta l'11 febbraio scorso già prevede ed anticipa tutto questo". **La ripartizione delle risorse terrà maggiormente conto dell'evoluzione del Pil regionale con la crescita del peso dei servizi, del turismo e del commercio?**

"La globalizzazione dell'economia ha reso inefficaci le politiche strettamente settoriali, e questo ha richiesto un approccio sempre più integrato di sostegno ai 'fattori' complessivi dello sviluppo economico e della competitività: capitale umano, ricerca e innovazione,

finanza e accesso al credito. Certamente, però, vogliamo che le politiche regionali siano sempre meglio e sempre più diversificate a seconda delle dimensioni e delle specificità settoriali delle imprese a cui si rivolgono.

In questo senso, l'attenzione verso il commercio, il turismo e i servizi sarà massima perchè il terziario tra il 1991 e il 2001 ha accresciuto i propri addetti del 42,3%, con un saldo di oltre 600mila nuovi posti. Purtroppo, gli strumenti di sviluppo economico ereditati dallo Stato nazionale - penso ad esempio alle leggi di incentivazione alle imprese, raccolte oggi nel Fondo Unico per le Imprese - sono improntate ad una logica non più attuale, in cui non era contemplata un'adeguata attenzione al terziario. Il nostro impegno è quello di costruire e applicare con le associazioni di questo settore nuovi strumenti e nuove misure, che siano adatti alle vostre esigenze. La nuova legge regionale 1/2005, che interviene sull'esercizio delle attività economiche, va proprio in questa direzione".

I servizi stentano ancora, nell'attenzione istituzionale, a trovare una dignità specifica. Non ritiene occorra destinare al comparto dei servizi - dai finanziamenti a una specifica delega assessorile - un'attenzione maggiore?

"I servizi, sia alle imprese sia alla



della Regione, pur salvaguardando l'autonomia e la specificità delle posizioni e del ruolo di ciascuno. Tutto questo, dieci anni fa, non esisteva neppure. Nel corso dell'attuale legislatura la Regione ha coinvolto sistematicamente, in

oltre 80 tavoli di confronto, più di 1000 interlocutori istituzionali, imprenditoriali e sindacali scegliendo di ascoltare le loro proposte prima di prendere le decisioni e, spesso, costruendo insieme queste stesse proposte. La nuova legge sulle vendite promozionali, la riforma del turismo, le leggi ed il piano triennale del commercio, ma anche i loro provvedimenti attuativi, sono stati costruiti seguendo

Unioneinforma
marzo 2005

persona, sono certamente la componente più dinamica dell'economia lombarda, soprattutto nell'area milanese "allargata" (province di Milano, Lodi, Pavia e parte del Varesotto), per questo la nostra attenzione è sempre stata alta e sarà sempre più specifica. Lo sviluppo del terziario interessa naturalmente in modo trasversale molti dei comparti nei quali si è soliti suddividere le attività economiche. Da qui deriva probabilmente un'obiettivo difficile non tanto a conferire dignità al mondo dei servizi, quanto piuttosto a definirne i contorni e le dinamiche di trasformazione.

Questa capacità di lettura mi sembra il vero presupposto per la messa a punto di politiche efficaci a sostegno dello sviluppo.

Si tratta, in altri termini, non già di circoscrivere in modo più o meno originale e inedito i settori e le azioni di governo, ma di sviluppare ulteriormente politiche capaci di cogliere la complessità dell'organizzazione sociale ed economica della regione e la sua forte integrazione, per cui lo sviluppo non può essere visto per "parti". Le politiche per le imprese non possono essere disgiunte, ad esempio, dai temi della sostenibilità ambientale o della mobilità o della valorizzazione del capitale umano e così via. Ciò che, inoltre, serve a questo settore, e su cui ci siamo coerentemente mossi, è agire per assicurare alle imprese di servizi condizioni di leale competizione (per esempio attraverso l'accreditamento e l'apertura di mercati come quello della formazione, dell'innovazione, dei servizi sanitari e assistenziali). Per questo abbiamo realiz-

zato riforme importanti come quella del lavoro, della formazione professionale, della sanità e della socio-assistenza. Assicurare risorse umane qualificate, facilità nell'accesso al credito, opportunità di mercato, tutela dei marchi, favorire l'integrazione della filiera, sono tutti impegni che ci siamo dati e che perseguiremo con la massima energia per favorire lo sviluppo dei servizi, a fianco allo sviluppo di linee di lavoro dedicate al settore informatico, quali il Piano per la Net economy. Una delega specifica dedicata all'area dei servizi è sicuramente un'idea da tenere in considerazione nel-



Roberto Formigoni

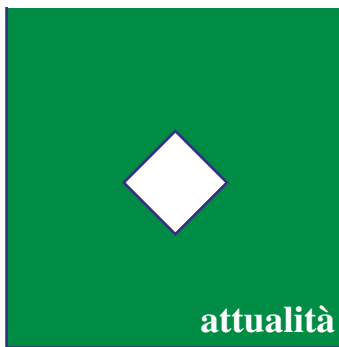
l'assegnazione delle deleghe della prossima Giunta".
L'ambiente, la lotta all'inquinamento sono temi centrali della sua politica. Un problema concreto è rappresentato dal parco dei veicoli commerciali generalmente vecchio. Ci saranno incentivi economici per accelerarne la riconversione?

"Insieme agli assessori della mia Giunta ho deciso, pochi mesi

fa, una serie di provvedimenti che stanziavano complessivamente circa 30 milioni di euro di nuovi incentivi a favore dell'eliminazione di veicoli e impianti inquinanti e della loro sostituzione con modelli più moderni e a basso impatto ambientale, e per la promozione dell'utilizzo di carburanti a basso impatto ambientale come metano e GPL. Un capitolo dei nostri provvedimenti riguarda naturalmente anche i veicoli commerciali, per i quali la Regione ha stanziato contributi da 600 a 2.500 euro destinati ad enti pubblici e imprese che effettuano attività di trasporto in conto proprio. Da parte nostra abbiamo lavorato

anche per disporre di una rete di distribuzione carburanti in grado di sostenere un'accresciuta domanda di prodotti non inquinanti, in particolare di metano. Certo, questi sono primi passi, ma è sicuramente la strada che vogliamo percorrere. Abbiamo, perciò, proposto al Governo di predisporre un piano che diventi una soluzione strutturale a questo problema, che va affrontato in maniera decisa. E' nostra intenzione concentrare gli sforzi sul rinnovo dei veicoli del traffico commerciale, sia incentivando in modo massiccio gli

acquisti dei veicoli a basso impatto ambientale, sia dotando i veicoli, soprattutto diesel, di filtri anti-articolato. Ho sempre apprezzato il senso di responsabilità con cui i commercianti hanno affrontato questo problema negli ultimi anni, anche in momenti di emergenza. La volontà della Regione Lombardia è di proseguire in questa direzione, cercando di risolvere i problemi in modo sempre più strutturale".



L'intervista

Assessore alla Sanità della Regione Lombardia

Carlo Borsani Mutue integrative? Utile la collaborazione pubblico-privato

Assessore Borsani, dal punto di vista dell'efficienza nei confronti del cittadino qual è oggi "lo stato di salute" della sanità lombarda?

"Lo 'stato di salute' è buono. Riguardo alla qualità e all'efficacia, la sanità lombarda - lo ha accertato la stessa Organizzazione Mondiale della Sanità - è al secondo posto in Europa dopo la Francia. La controprova di questo dato è la significativa percentuale di prestazioni - il 20% - che noi eroghiamo a cittadini provenienti dal di fuori della Lombardia. I tempi d'attesa per le prestazioni sono un fattore critico per tutti, ma la nostra regione è la prima in Italia per puntualità: l'80% delle prestazioni viene erogato secondo i tempi fissati".

E lo 'stato di salute' della sanità lombarda dal punto di vista dei conti?

"La spesa sanitaria procapite annua, in Lombardia è di 1.372 euro contro i 1.409 euro dell'Italia nel suo complesso. Spendiamo meno, ad esempio, di Emilia Romagna, Piemonte e Toscana. Nel 2003 la Corte dei Conti ha certificato il pareggio di bilancio per la sanità lombarda; riguardo al 2004 potrebbe esserci un lieve sfioramento, ma stiamo operando perché ciò non accada".

Come valuta la possibilità di riconoscere al sistema delle

imprese, in coordinamento con la Regione, un ruolo più diretto - con una struttura mutualistica regionale - nell'erogazione agli imprenditori e alle loro famiglie di prestazioni sanitarie?

"Noi veniamo accusati, e non so per quale motivo perché non ci è mai venuto in mente, di voler introdurre le assicurazioni. Non vedo, invece, nulla in contrario se il mondo delle imprese intende sviluppare forme di mutue integrative che possono alleviare i costi della sanità regionale".

norme che abbiamo adottato, in linea con quanto la Regione fa per sburocratizzare il rapporto con l'imprenditore, sono in sintonia con la Comunità Europea. La collaborazione fra imprese e strutture sanitarie nella formazione è importante e dà risultati. Siamo inoltre soddisfatti perché i 150 laureati e tecnici che si occupavano dei libretti sanitari ora possono indirizzare la loro professionalità sulle malattie cardiovascolari e sulla diagnosi precoce dei tumori".

Carlo Borsani vive a Milano dove è nato il 26 settembre 1945.

Sposato, padre di tre figli, è assessore regionale alla Sanità dal 1995, incarico riconfermato nel luglio 2000, ed autore della legge regionale 31/97, con cui è stata riformata l'assistenza sanitaria in Lombardia. Dal 1992 è consigliere regionale della Lombardia, rieletto nel 1995 nella lista maggioritaria e in quella proporzionale, e nel 2000 nella lista proporzionale. E' membro della Direzione di Alleanza Nazionale. Si ripresenta come capolista di Alleanza Nazionale alle elezioni regionali del 3 e 4 aprile nella lista proporzionale del collegio di Milano.



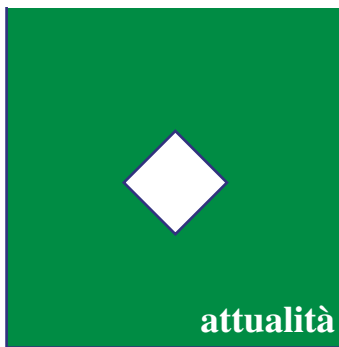
L'abolizione del libretto sanitario ha portato ad una semplificazione delle procedure a carico delle imprese. Lei ha successivamente siglato un protocollo d'intesa con l'Unione regionale per l'attuazione degli adempimenti formativi: che bilancio trae di questo metodo di lavoro con il sistema associativo?

"La stessa Organizzazione Mondiale della Sanità riteneva inutile lo strumento del libretto sanitario per gli alimentaristi. Le

Assessore Borsani, in che cosa la sanità lombarda deve migliorare?

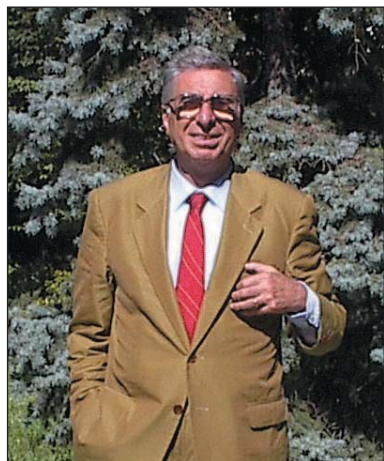
"Va completato ciò che abbiamo iniziato con il Piano sociosanitario regionale del 2004. Quando il paziente, penso in particolare alle persone anziane, esce da un ospedale, deve poter trovare accoglienza in luoghi di degenza e riabilitazione. In questo, fra l'altro, la collaborazione della mutualità integrativa può essere importante".

Unioneinforma
marzo 2005



Lombardia, la formazione continua aiuta il terziario

9.669 ore di formazione che hanno interessato 3.662 tra imprenditori e dipendenti del terziario lombardo. E' il bilancio di Formalombarbia 2004, il progetto quadro nella formazione continua nel terziario che vede come promotore l'Unione Regionale del Commercio e capofila la Scuola Superiore sotto l'egida della Regione Lombardia e del Ministero del Lavoro e con i finanziamenti del Fondo Sociale Europeo. I risultati delle iniziative 2004 di formazione continua nel terziario sono stati illustrati in occasione del convegno: "La formazione aziendale nel terziario lombardo" (Fiera Milano - Expo dell'educazione e del lavoro).



Gaetano Morazzoni

Nelle province di Milano (4.726 ore), Varese (1.567 ore) e Lecco (1.378 ore) il maggior numero di ore di formazione svolta. Marketing e comunicazione (28,1%), informatica e internet (22,8%), lingue (12,8%) e competenze professionali in settori specifici - dall'immobiliare, agli alimentari, ai fioristi - (11,3%), i con-

3.662 fra imprenditori e dipendenti e 9.669 ore di formazione: questo il bilancio di Formalombarbia 2004 promosso dall'Unione Regionale del Commercio (e capofila la Scuola Superiore, ente collegato all'Unione del Commercio di Milano)

Milano e Varese le province con il maggior numero di ore di formazione

Marketing e comunicazione, informatica e internet, lingue, ma anche competenze in settori professionali specifici (dall'immobiliare, agli alimentari ai fioristi) gli argomenti più "gettonati"

tenuti più "gettonati" nelle iniziative di formazione. Nel 71% dei casi i partecipanti ai corsi provengono dal commercio, il 23% dai servizi e il 6% dal turismo. Qual è la loro posizione professionale? Il 46% è costituito da lavoratori dipendenti nel settore privato, il 28% da titolari d'impresa ed enti no profit, il 13% da lavoratori con contratti a progetto, il 4% da agenti e rappresentanti di commercio, il 3% da lavoratori con contratto di appren-

distato, l'1% da cassintegrati (altre tipologie: 5%).

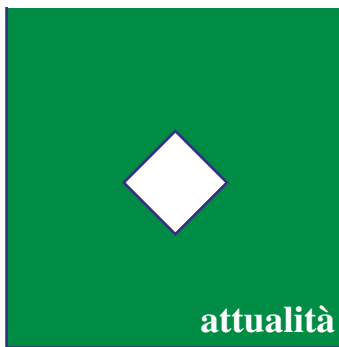
Titoli di studio prevalenti: diploma di scuola secondaria superiore (52%) e laurea (19%). Renato Borghi, vicepresidente dell'Unione Regionale del Commercio, sottolinea il ruolo della formazione continua per consentire al terziario di affrontare la sfida competitiva e di sostenere l'occupazione: "Le piccole e medie imprese del terziario affrontano oggi scelte di integrazione più efficiente con il mercato (rapporti di partenariato, centri commerciali aperti, centri multi-servizi) che richiedono agli imprenditori di esprimere al meglio e di rafforzare competenze gestionali e di sviluppo che sono proprie dei ruoli manageriali".

Gaetano Morazzoni, presidente della Scuola Superiore - l'ente collegato all'Unione del Commercio di Milano -

ricorda come i progetti di formazione continua gestiti dalla Scuola abbiano finora complessivamente raggiunto quasi 20.000 persone fra titolari d'impresa e dipendenti.



Renato Borghi



L'11 aprile convegno del Gruppo Terziario Donna

Imprese e responsabilità sociale

L'11 aprile il Gruppo Terziario Donna dell'Unione di Milano promuove, nell'ambito del ciclo di incontri per gli imprenditori (ricordiamo i precedenti appuntamenti su Basilea 2 e la nuova Legge Finanziaria), un approfondimento sulla responsabilità sociale delle imprese. Con il contributo di Formaper, azienda speciale della Camera di commercio milanese, ecco tre domande e tre risposte per meglio comprendere il tema.

Che cos'è la responsabilità sociale delle imprese?

"La responsabilità sociale delle imprese è un concetto complesso ed importante che difficilmente si può inquadrare in una definizione precisa e unica. Vi è una condivisione diffusa nel considerare la responsabilità sociale delle imprese come – secondo la definizione del Libro verde della Commissione Europea – l'integrazione, su base volontaria, dei problemi sociali ed ambientali nelle loro attività produttive e commerciali e nelle loro relazioni con le altre parti. Ciò significa che la responsabilità sociale va al di là del solo rispetto della legge e si riferisce a pratiche e comportamenti che un'impresa adotta su base del tutto volontaria, anche nella convinzione di ottenere dei risultati che possano arrecarle benefici e vantaggi".

Quali sono le azioni di responsabilità sociale?

"Sono tutti quei comportamenti virtuosi, quelle buone prassi che l'imprenditore mette in pratica nei confronti di coloro che interagiscono e influenzano la vita dell'azienda. Ed è importante che anche le piccole imprese possano abituarsi ad una visione strategica della responsabilità sociale, conoscerne i vantaggi e i relativi costi, iniziare a introdurre degli strumenti snelli per gestirla e per comunicarne gli effetti, in modo da poter meglio competere e porre le basi per favorire la propria durata nel tempo".



sponsabilità sociale sono imprese che vogliono valorizzare le loro prassi, investire nel loro avvenire, sempre più consapevoli del fatto che ciò potrà comportare delle effettive opportunità di mercato. La responsabilità sociale delle imprese è una realtà complessa: richiede un salto culturale da parte dell'imprenditore e presuppone una motivazione di valore insieme con la convinzione di avere dei vantaggi. L'imprenditore responsabile crede nel valore della responsabilità sociale che diventa cultura dell'azienda e parte integrante della strategia della stessa. Il dibattito intorno al tema della responsabilità sociale, alle sue opportunità e criticità, sta prendendo sempre più spazio. Di certo si può

Camera di commercio Lo sportello realizzato con il supporto di Formaper

Lo Sportello CSR-SC della Camera di Commercio di Milano, realizzato con il supporto di Formaper, ha l'obiettivo di diffondere presso le imprese la cultura della responsabilità sociale e promuovere il Progetto CSR-SC (Corporate Social Responsibility) del Ministero del Lavoro e Politiche Sociali, il quale si basa sulla proposta concreta di uno strumento semplice e flessibile da applicare su base volontaria, per aiutare le imprese ad identificare e autovalutare i propri comportamenti nel campo della responsabilità sociale.

Lo sportello CSR-SC di Milano è nato in virtù del protocollo d'intesa siglato nel novembre 2003 tra l'Unione Italiana delle Camere di Commercio e il Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali.

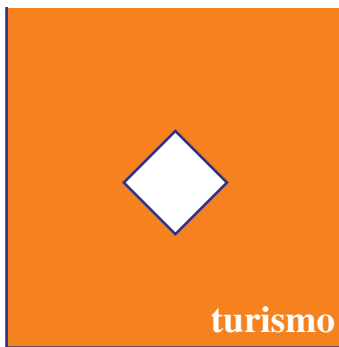
Milano è stato il primo ad essere attivato (il 15 marzo 2004); ad oggi sono attivi circa 20 sportelli distribuiti su tutto il territorio nazionale e si prevede il coinvolgimento di un totale di 60 Camere di commercio entro la fine del 2006.

Quali sono i vantaggi per l'impresa?

"Le imprese che si trovano ad affrontare il concetto di re-

dire che non è un fenomeno passeggero. E forse è arrivato il momento che le imprese italiane ne prendano coscienza".

Unioneinforma
marzo 2005



Bilancio record per la venticinquesima Borsa Internazionale del Turismo

Numeri record per la Bit dei 25 anni (la Borsa Internazionale del Turismo, organizzata da EXPOctS, si è svolta in Fiera Milano dal 12 al 15 febbraio): 146.685 le presenze complessive (+ 7,3%), di cui 100.831 operatori professionali - con un incremento del 4,2% sull'edizione 2004 - e 45.854 di pubblico. Presenti 5.000 realtà turistiche



146.685
le presenze
complessive

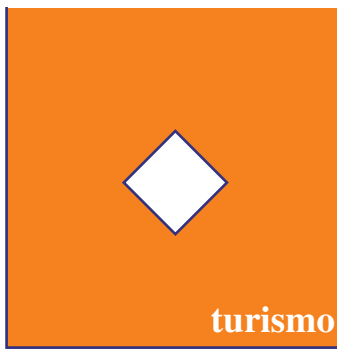
+7,3%
la crescita sul 2004
+4,2% l'incremento
degli operatori professionali

su un'area espositiva netta di 56.000 metri quadrati (+2% rispetto al 2004). Tra queste, 1.600 gli espositori stranieri, provenienti da 120 nazioni, a conferma del ruolo che Bit riveste come punto di riferimento internazionale del turismo. Sempre alta, inoltre, l'attenzione dei media: 5977 giornalisti registrati nei quattro giorni di manifestazione. "Questi risultati celebrano nel modo migliore i 25 anni di Bit" ha commentato Adalberto Corsi, presidente di EXPOctS.

Bilancio record per BuyItaly, il workshop - giunto alla ventesima edizione - che rappresenta il più importante momento d'incontro tra la domanda turistica estera e l'offerta italiana: quest'anno più di 3.000 i seller e 479 i buyer internazionali provenienti da 42 Paesi, il numero più alto mai raggiunto dal workshop leader nell'offerta turistica italiana. Il grande incremento nelle presenze di visitatori è derivato anche dall'apertura, per tutta la durata della manifestazione, del padiglione 11, che ha ospitato due nuovi focus: Bit Green, che ha fatto conoscere le proposte del turismo rurale, settore in forte cre-



Unioneinforma
marzo 2005



turismo

scita in tutta Italia, e Bit for Job, che ha permesso, per la prima volta, l'incontro tra domanda e offerta di lavoro e formazione nel settore turistico riscuotendo successo nel pubblico più giovane. Bit Incentive ha registrato un'incoraggiante ripresa del settore meeting e congressi: 56 espositori, selezione dell'eccellenza italiana e internazionale del settore, hanno incontrato oltre 500 operatori, dei quali più del 50% internazionali. La Bit ha anticipato, nel turismo, novità e tendenze in arrivo da tutti i cinque continenti. Ottima la tenuta di tutti i paesi del Sud-Est asiatico che



bliche baltiche, Estonia, Lettonia e Lituania e le tre nuove destinazioni europee: Armenia, Georgia e Slovacchia, che per la prima volta si sono presentate sul mercato italiano con una presenza istituzionale. Dal Medio Oriente è arrivato invece il Libano; dall'America latina l'Ecuador; dai Caraibi le isole di Nevis e St. Maarten; dall'Africa il Camerun e lo Zambia.



Da sinistra, in primo piano, il presidente della Regione Lombardia, Roberto Formigoni con il presidente di EXPOcti Adalberto Corsi

hanno rafforzato la loro presenza, l'India in particolare ha raddoppiato rispetto al 2004 la propria presenza espositiva. Nuovi paesi si sono affacciati sul mercato, Cina in testa (la città di Pechino, "special guest" di Bit 2005, ha presentato in anteprima europea assoluta i Giochi Olimpici 2008), poi Bangladesh, Corea e Nuova Caledonia. Da segnalare anche le tre repub-



Unioneinforma
marzo 2005



Milano, tempo fino all'11 aprile per le domande d'iscrizione all'Albo delle Botteghe Storiche

Ricordiamo che c'è tempo ancora fino all'11 aprile per presentare al Comune la domanda per l'iscrizione all'Albo delle Botteghe Storiche di Milano. La domanda va spedita all'ufficio del Protocollo del Settore Autorizzazioni Commerciali – via Larga 12 – 20123 Milano o consegnata a mano (terzo piano) nella stanza 389 dalle 8.30 alle 12. Sulla busta conte-

nente la domanda dev'essere apposta la dicitura "Domanda per l'iscrizione all'Albo delle Botteghe Storiche di Milano". E' dello scorso ottobre la delibera con la quale il Comune di Milano ha approvato le linee guida per l'istituzione dell'Albo per le

imprese commerciali (dettaglio e pubblici esercizi) ed artigiane che operano in città da oltre 50 anni svolgendo la stessa attività. L'esercizio riconosciuto "Bottega Storica" sarà insignito di una targa che attesta il valore e lo status di bene culturale. L'attestazione comporta

una serie di vincoli monumentali e di tutele in relazione all'ottenuto riconoscimento. In particolare i locali riconosciuti come "Botteghe Storiche" vedranno tutelata la vocazione merceologica che si è



determinata nel tempo con l'obiettivo di preservare anche nel futuro la stessa connotazione con preciso riferimento alla merceologia. Inoltre, se gli arredi e/o altri elementi architettonici (esterni o interni) fossero riconosciuti quali elementi che testimoniano l'autenticità storica dell'esercizio e siano previsti possibili lavori di restauro conservativo, gli interventi effettuati dovranno ricalcare lo stile e le caratteristiche architettoniche del progetto originario esistente. Per informazioni contattare la propria associazione.

Esercizi storici, nuove segnalazioni

Due nuove segnalazioni a UnioneInforma (attraverso le associazioni di categoria) di esercizi commerciali che vantano una lunga attività: entrambe riguardano il centro di Milano.

[Cartolibreria Mazza](#). La cartoleria di Adriano Mazza (Milano, via Cantù 3 – angolo via Spadari) compie proprio in questo mese 50 anni di attività (27 marzo 1955). La cartolibreria Mazza ha un vastissimo assortimento in penne stilografiche, a sfera, matite, roller delle migliori marche mondiali.

[Pescheria Spadari](#). Compie invece 72 anni la Pescheria Spadari (via Spadari). La titolare, Giovanna Grampa, spiega come la Pescheria, sviluppatasi negli anni del dopoguerra, abbia saputo - rinnovandosi e crescendo - mantenere la soddisfazione di generazioni di clienti ben diversi fra di loro. Oggi alla Pescheria Spadari - che fra i suoi 'atout' consolidati ha ad esempio quello di poter offrire alla clientela una ricca varietà di frutti di mare e crostacei - si possono trovare "piatti pronti" come il sashimi giapponese, gli spiedini misti e i carpacci di salmone, storione e pesce spada. Qualità nei prodotti venduti con arrivi giornalieri selezionati ed anche un servizio comodo con la possibilità di lasciare la spesa al fresco e passarla a ritirare dopo altre incombenze di shopping. Oppure la consegna a domicilio tutte le mattine, sabato compreso.

Moroni Gomma



Il negozio di via Montenapoleone nel 1922



Il negozio Moroni di via Vitruvio nel 1950



Il negozio di via Montenapoleone distrutto dai bombardamenti nel 1943



Stivali di gomma nel negozio di corso Matteotti (1957)

Un concept store incentrato sulla vendita di oggettistica per la casa, la persona e l'home office: così si presenta oggi il negozio Moroni Gomma di corso Matteotti. Un luogo che coinvolge il consumatore "in una specie di atmosfera di acquisto dove non si vende più un prodotto, un oggetto, ma si vende un concetto, si vende uno stile all'interno del punto vendita... dove si cerca di coinvolgere il consumatore anche dal punto di vista emotivo", così Fabio Moroni, che attualmente gestisce il negozio di famiglia assieme al padre Gianferruccio, ci descrive la sede della Moroni Gomma, alla trasformazione della quale egli ha contribuito in maniera determinante dalla metà degli anni '80 in poi.

La storia dell'attività dei Moroni comincia, però, molto più addietro nel tempo: correva infatti l'anno 1919 quando Augusto Moroni, zio di Gianferruccio, decise di rilevare il deposito della Pirelli situato in via Montenapoleone, strada che allora poco o nulla aveva a che vedere con la moda e i negozi di lusso.

Augusto era un dipendente degli stabilimenti milanesi della Pirelli che, pochi anni prima di dare vita alla "Ditta Moroni Rilevataria del Deposito Pirelli", aveva sposato la figlia di un direttore generale della stessa azienda, Calcagni, ed era stato mandato a Firenze in qualità di direttore del deposito del capoluogo toscano. Alla fine degli

anni '10, quando la Pirelli decise di rinunciare alla gestione diretta dei suoi depositi in favore di altri privati, Augusto decise di tornare a Milano per rilevare lui stesso il negozio.

Per alcuni anni la vendita rimase pressoché monomarca: si andava dagli articoli tecnici a quelli sportivi, dall'abbigliamento ai giocattoli in gomma. Come ci racconta Fabio "se si prende il catalogo Pirelli degli anni '30 si possono trovare apparecchi militari, tubi, materassi, tacchi per le scarpe, gomme per cancellare, scarpe sportive, palle da tennis, palle di gomma per bambini..."

poi pian piano il campionario si è allargato anche ad altre marche, ad altri materiali, prima tra tutti la plastica, ma di quest'ultima si parlerà solo dopo la Seconda Guerra Mondiale.

Proprio la guerra determinerà il primo grande cambiamento della Ditta Moroni: nell'agosto del 1943 i duri bombardamenti cui viene sottoposta la città di Milano devastano lo stabile di via Montenapoleone, sede della società. Una bomba centra in pieno l'edificio e il negozio svanisce nel giro di pochissimo tempo in un tremendo

Tappeti in gomma nel negozio di corso Matteotti (1957)

rogo. Fortunatamente Augusto aveva già in precedenza preso accordi con il proprietario dello stabile di corso Matteotti, l'allora corso del Littorio che era stato da poco aperto con lo scopo di creare un'arteria centrale per collegare direttamente piazza San Babila con piazza della Scala.

Il progetto fu interrotto proprio dallo scoppio del conflitto bellico e non verrà mai più ripreso, ma l'intuizione di Augusto si rivelò corretta: corso Matteotti a quei tempi



Vetrina del negozio Moroni di corso Matteotti negli anni '50

Bozzetto per un manifesto pubblicitario degli anni '30 di un impermeabile Moroni Gomma



Pubblicità Pirelli degli anni '50



Stabilimento della Pirelli di via Ponte Seveso. Tra le maestranze, in prima fila quarto da sinistra, il ragioniere Calcagni, direttore generale negli anni '10-'20, e dietro di lui Augusto Moroni, suo genero e fondatore della Moroni Gomma



Manifesto pubblicitario Pirelli degli anni '20

godeva, infatti, di maggiore visibilità rispetto a via Montenapoleone. Come ci racconta Gianferruccio, Antonio "aveva già preso accordi poiché questa zona faceva parte di un progetto di ristrutturazione urbanistica del fascismo e per il nostro tipo di attività era importante spostarci qui", anche perché la via era più ampia e dunque "ci si potevano fermare gli automezzi, i camion, perché una volta qui si vendeva l'articolo tecnico e arrivavano gli automezzi delle aziende a prelevare i prodotti".

Alla fine degli anni '40 Augusto fu affiancato dai suoi due figli, ma solo uno di questi, Gianni, proseguirà l'attività dopo la scomparsa del padre avvenuta nel corso del 1953. Gianni, come ci racconta sempre Gianferruccio, si era "laureato in Scienze economiche alla Bocconi... credo nel '36-'37 però, poi,

era stato coinvolto nella guerra come militare; quando è tornato nel '46 è entrato in azienda e anche lui si è fatto il suo tirocinio sul campo andando presso le aziende produttrici e nel '53, quando è morto mio zio, lui ha pigliato in mano l'azienda.... Il fratello invece si era già in precedenza ritirato, anche lui laureato alla Bocconi, era commercialista a Milano... sì, praticamente è andata così: da Antonio la ditta passa a mio cugino Gianni e poi arriva a noi", quando Gianni, nel 1979, all'età di 65 anni decide di ritirarsi.

Sarà lo stesso Gianni uno dei protagonisti dell'apertura del secondo spazio di vendita in via Vitruvio nei primi anni '50: anni in cui l'elevato numero di prodotti in gomma permetteva l'esistenza di decine di negozi specializzati. La presenza del derivato del caucciù era talmente pervasiva che l'aroma accompagnava tutti coloro che stazionavano per più di qualche minuto nei locali, i collaboratori di Gianni ad esempio "erano gente che con su la propria giacchetta

nera giravano costantemente per il negozio e si sporcavano le mani e alla sera andava a casa che puzzava di gomma... la matrice comune era puzzare di gomma, la gomma puzza e quando era tutta gomma, c'erano le lastre... queste cose qui, c'era costantemente questo sapore, questo odore".

La gamma di prodotti, in entrambi i punti vendita, comprendeva sia i prodotti per l'industria, sia prodotti per la persona: gli impermeabili Pirelli, "un gran numero di calzature, stivali... poi tutto quello che era rimasto in gomma, il tubo da giardino... c'era tutta una serie di ricambistica... si vendevano migliaia e migliaia di gommini per le sedie, tutti avevano le sedie con il classico tappino di gomma in fondo e questo veniva cambiato normalmente, le guarnizioni per le macchine del caffè, le guarnizioni per le pentole a pressione, c'era tutta una serie di casalinghi di questo tipo, ricambi e poi liste, lastre, pezzetti e pezzettini vari, di tutti i tipi".

Questa la situazione che Gianferruccio si trova d'innanzi quando sceglie di rilevare l'azienda dal cugino Gianni che, come si è detto, si era deciso ad abbandonare l'attività alla fine degli anni '70. Gianferruccio, anche se non era mai stato direttamente coinvolto nell'attività di famiglia, una certa conoscenza indiretta del settore durante la sua car-

Il commercio “racconta” Milano

Iniziativa realizzata in collaborazione con il Centro per la cultura d'impresa



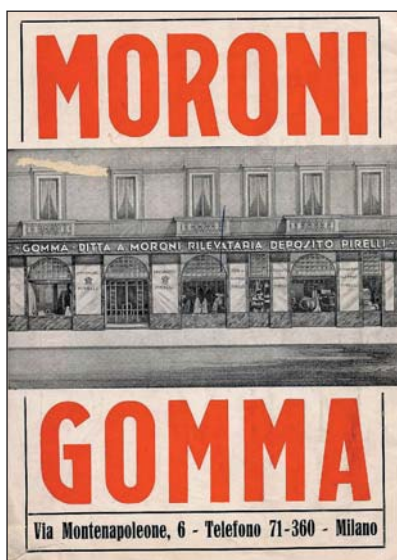
Manifesto pubblicitario degli anni '50 dei guanti Moroni Gomma

Pubblicità degli impermeabili Pirelli degli anni '30



Vignetta pubblicitaria Pirelli (anni '20)

Pubblicità della ditta Moroni sulla rivista “Gomma”



Vetrina del negozio Moroni di corso Matteotti nel 1963

riera lavorativa l'aveva comunque acquisita, cosa che lo ha per certo favorito: “dal punto di vista tecnico il fatto di conoscere la tipologia delle materie plastiche e della gomma, che avevo trattato, mi ha aiutato molto, non sono ‘caduto’ dentro una cosa sconosciuta”. Gianferruccio dopo la laurea aveva infatti lavorato per anni nel settore chimico-farmaceutico, alla Ciba Geigy, poi aveva ricoperto la carica di direttore commerciale della Mazzucchelli Celluloide, azienda di Castiglione Olona specializzata nella lavorazione delle materie plastiche.

Sotto la sua direzione si cominciarono a introdurre nuovi prodotti in plastica, ad esempio quelli della Kartell, con la quale Gianferruccio aveva intrattenuto dei contatti durante gli anni trascorsi alla Mazzucchelli, poiché proprio quest'ultima azienda stampava gli articoli della prima. Allo stesso tempo, però, le sue conoscenze tecniche lo portarono a tenere vivo il settore dei prodotti per l'industria, sia prodotti da terzi, sia fatti produrre da stampisti di fiducia su commessa. Scelta, quest'ultima, che aveva anch'essa origini lontane perché, come ricorda lo stesso Gianferruccio, “Moroni Gomma faceva gli stampi già negli anni '30, erano tutti per le aziende della gomma di Vigevano che sui nostri stampi producevano. Poi, quando sono nate le materie plastiche, soprattutto il PVC, sono stati fatti per aziende che producono PVC, quasi tutti gli articoli di gomma sono stati infatti sostituiti dal PVC che è la materia più vicina alla gomma come comportamento ed elasticità...”.

Proprio per poter meglio seguire il settore dei prodotti tecnici, nel corso del 1982 viene aperto il terzo punto vendita in via Giusti, a ridosso di via Paolo Sarpi, zona più facilmente raggiungibile, dove era già presente un magazzino della Moroni Gomma.

Quattro anni più tardi Gianferruccio viene affiancato dal figlio Fabio il quale, mettendo a frutto le sue precedenti esperienze lavorative, cambierà radicalmente il percorso fino a quel momento seguito dalla Moroni Gomma. Fabio, dopo aver terminato gli studi classici e aver frequentato per alcuni anni medicina, aveva concluso una prima esperienza lavorativa a Londra, come assistente alle vendite presso i grandi magazzini Harrod's, per poi tornare in Italia ed essere ingaggiato in qualità di product manager dalla Philips e infine approdare alla Fila di Biella.

Nel 1986 decise però di occuparsi dei negozi di famiglia puntando sulla diversificazione del prodotto. Il mercato infatti era nel frattempo notevolmente cambiato: i negozi specializzati nella vendita di oggetti in gomma andavano scomparendo progressivamente, non potendo vincere la concorrenza delle grandi catene specializzate in articoli per il bricolage. Gianferruccio e Fabio ricordano come la Moroni Gomma “non avesse più l'articolo da vendere”. A quel punto “rispettando una certa tradizione di corso Matteotti ci si è orientati su articoli che andassero più nel privato... si è attuata una correzione, un allargamento, abbiamo cominciato con qualche cosa, abbiamo visto che girava... inizialmente abbiamo mantenuto alcuni articoli che erano, diciamo, quelli storici, quelli che funzionavano ancora bene, tipo le scarpe in gomma della Superga, che avevano avuto un loro boom anche negli anni '80. Contestualmente sono stati, però, introdotti nuovi articoli ‘sfiziosi’, prevalentemente per la casa: ad esem-



Il commercio "racconta" Milano

Iniziativa realizzata in collaborazione con il Centro per la cultura d'impresa



Manifesto pubblicitario del negozio Moroni di corso Matteotti (1988)

pio tutti i prodotti di design della Kartell" cui si è prima accennato. Oggi, dunque, la Moroni Gomma, proseguendo sulla strada intrapresa nella seconda metà degli anni '80, è impegnata in tre attività correlate. Dopo la chiusura nel corso dello scorso decennio del negozio in via Vitruvio, determinata dall'inutilità di mantenere aperti due punti vendita per i prodotti tecnici, si è deciso di concentrare la vendita di questi ultimi in via Giusti, punto vendita che ancora oggi "rifornisce tutta una serie di piccole, medie e grandi industrie del centro-nord Italia".



Vetrina del negozio Moroni di corso Matteotti nel 1989



Interno del negozio Moroni di corso Matteotti oggi

Il negozio di corso Matteotti, nel frattempo, ha visto ultimarsi quella trasformazione che ha mutato lo spazio in un concept store che offre "oggettistica per la casa, con tutta una serie di prodotti per il bagno, la cucina, la tavola e poi articoli di tipo personale, particolarmente ricercati, sempre con una certa componente di design, di originalità... infine abbiamo istituito da circa 7-8 anni al primo piano un reparto al primo piano di arredamento dove ci siamo specializzati in una collezione di prodotti di arredo quali, appunto, divani, poltrone, letti, complementi di arredo per la casa e poi un piccolo reparto anche di prodotti per l'arredo diciamo dell'ufficio o del cosiddetto home office, cioè dell'ufficio in casa, postazione computer eccetera".

La ricerca di nuovi prodotti da offrire nel punto vendita ha infine suggerito per certe tipologie di prodotto un terzo sviluppo dell'attività: la distribuzione sul mercato italiano di alcuni dei prodotti commercializzati, ottenibili per questa via a prezzi maggiormente competitivi. Come ci spiega Fabio "noi siamo praticamente distributori per il mercato italiano di un'azienda inglese di mobili per ufficio che si chiama Bisley, poi facciamo la distribuzione di altre tre o quattro aziende nel settore dell'oggettistica... una è un'azienda olandese che si chiama Room. Abbiamo anche una nostra collezione di articoli che compriamo direttamente, prevalentemente oltre oceano. Abbiamo alcuni prodotti che arrivano dalla Corea, altri arrivano dalla Cina, altri da Hong Kong: questi costituiscono un piccolo catalogo di oggetti che presentiamo due volte all'anno al Macef, alla fiera di settore del modern design, e che da circa sei anni distribuiamo a molti negozi sul mercato italiano. Annoveriamo circa 300/400 clienti in Italia costituiti da piccole attività, negozi più o meno grandi che si riforniscono da noi".



Catalogo Pirelli degli articoli in gomma degli anni '30



L'attuale ingresso del negozio Moroni di corso Matteotti



Gianfruccio e Fabio Moroni

Fabio Lavista

(Intervista realizzata in collaborazione con Sara Roncaglia)

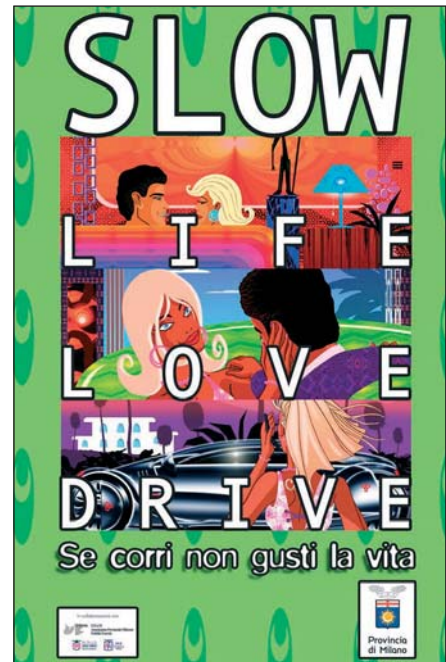


"Slow drive", campagna per la sicurezza stradale

Pubblici esercizi milanesi parte attiva nel diffondere iniziative che favoriscano una "cultura" della sicurezza stradale presso i clienti di locali e discoteche. Questo il senso di "Slow Drive", la campagna presentata dalla Provincia di Milano con la collaborazione di Epam, l'Associazione milanese di categoria, per la distribuzione, nei locali, di cartoline e display con l'immagine della campagna. Alla conferenza stampa di presentazione hanno partecipato, con il presidente della Provincia Filippo Penati e l'assessore alla Mobilità Paolo Matteucci, il vicepresidente vicario di Epam Giancarlo Panzera, il presidente dei locali serali Fipe Conals Sergio Israel e Rudy Citterio, presidente Silb Milano (discoteche). La sicurezza

Promossa dalla Provincia di Milano e indirizzata al "popolo della notte" che frequenta discoteche e locali serali. La collaborazione di Unione ed Epam con Fipe Conals e Silb Milano

sulle strade è al centro dell'interesse della Provincia di Milano che ha deciso di dare il via a una serie di iniziative rivolte a target specifici, caratterizzate da un tipo di comunicazione "orizzontale", da un messaggio positivo e dall'utilizzo di stili e linguaggi vicini al pubblico di riferimento e quindi più facili da recepire. La prima è la campagna "Slow Drive"



rivolta al "popolo della notte" che frequenta discoteche e locali serali.

Credito

Fidicomet, la cooperativa garanzia fidi dell'Unione di

Con Fidicomet finanziamenti dal Banco di Sicilia

Milano informa che il Banco

di Sicilia - l'istituto di credito appartenente al gruppo bancario Capitalia - ha messo a disposizione un plafond di 2 milioni di euro per operazioni di finanziamento - assistite dalla

Ecco le condizioni

Tasso : Euribor 6 m + 0,75% (nel momento in cui si scrive pari al 2,985% circa).

Rate: mensili.

Garanzia Fidicomet: 50% dell'importo finanziato.

Durata massima dell'operazione: sino a 60 mesi per operazioni "chirografarie" e sino a 15 anni per operazioni "ipotecarie".

Importo massimo dell'operazione: euro 500.000,00.

Le operazioni di finanziamento possono, inoltre, beneficiare di un'ulteriore agevolazione in abbattimento tassi: riduzione del tasso di interesse dell'1,5% con la Camera di commercio di Milano oppure del 2% con la Regione Lombardia.



garanzia di Fidicomet - a tasso agevolato.

Per informazioni contattare
Fidicomet 02/76.300.21
www.fidicomet.it (sezione "news")

Unioneinforma
marzo 2005



Il dirigente Unione festeggiato da Carlo Sangalli e dal Consiglio Direttivo

Duilio Aragone "I miei primi 40 anni"

A Palazzo Castiglioni ogni cosa è stata predisposta come quando si vuole organizzare una festa di compleanno a sorpresa: il diretto interessato rigorosamente ignaro di tutto. Nella seduta del Consiglio Direttivo del 17 febbraio scorso il presidente Carlo Sangalli ha voluto celebrare i quarant'anni di lavoro in Unione di Duilio Aragone. Sangalli, a nome di tutta l'Organizzazione, ha consegnato ad Aragone un lingottino d'oro che, insieme alla sede dell'Unione, reca incisa un'unica parola: "grazie". "Non nascondo la commozione e l'emozione - racconta Aragone - che ho provato ascoltando le parole che ha voluto rivolgermi il Presidente Sangalli, parole sincere e significative accompagnate da immagini tratte da vecchie fotografie che mi hanno fatto ripercorrere alcuni importanti momenti della mia vita nell'Organizzazione". Duilio Aragone "compie" quarant'anni di lavoro in Unione, ma non se ne andrà: continuerà, infatti, il suo quotidiano impegno nella nostra Organizzazione anche con nuovi incarichi. Aragone incominciò nel 1964 a far parte dell'Unione, allora in piazza Belgioioso, come contabile divenendo poi capo servizio amministrazione e contributi e successivamente dirigente con responsabilità nei servizi amministrativi e del personale. Nel 1987 fu nominato vicese-

gretario generale dell'Unione e, nel 1992, ne divenne vicesegretario generale vicario. Aragone è stato recentemente designato amministratore delegato di Ceac e Centrimpresa e consigliere delegato di Promo.Ter Unione. A testimonianza delle sue qualità professionali e del suo impegno, gli sono state conferite alcune importanti onorificenze: Commendatore dell'Ordine al

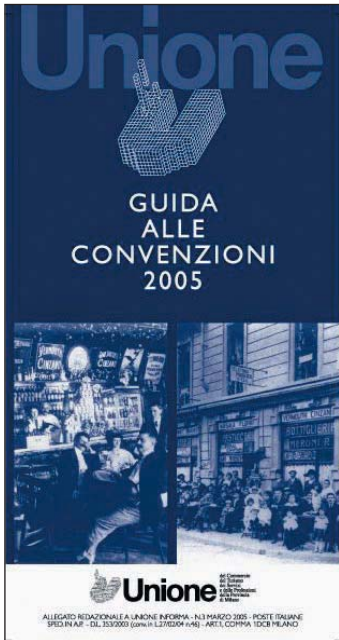


Merito della Repubblica Italiana, Maestro del Lavoro. Ha ricevuto l'Ambrogino d'Oro del Comune di Milano. Duilio Aragone, in Unione, ha collaborato con cinque presidenti: Edoardo Origlia, Giuseppe Orlando, il breve interim di Alfio Bocciardi, Francesco Colucci e Carlo Sangalli. "Ricordo con affetto tutti i miei Presidenti - dice Aragone - ma in particolare mi sento legato a due di loro.

Un pensiero a Giuseppe Orlando che è stato per me maestro di vita e di lavoro e mi ha insegnato a lavorare con professionalità, oculatezza e senso di responsabilità facendomi comprendere l'importanza di appartenere ad un'organizzazione come l'Unione. A Carlo Sangalli, che sta efficacemente conducendo l'Unione in questi anni non certo facili per il nostro sistema economico e per le nostre categorie e che ha fatto del senso di appartenenza uno dei motivi centrali della sua attività politico-sindacale". Duilio Aragone ricorda che, agli inizi della sua attività, l'Unione si presentava con una struttura operativa di poco meno di 70 dipendenti, era una grande famiglia, un tutt'uno con gli associati. "Oggi - rileva Aragone - l'Unione è una grande realtà molto più strutturata, al passo coi tempi ma che, forse, per le sue dimensioni, vede sbiadite alcune caratteristiche iniziali. Mi auguro che, tutti insieme, lavorando legati da quel senso di appartenenza così caro a Orlando e Sangalli, si possa migliorare, dare rinnovato vigore al rapporto con gli associati, offrire loro servizi sempre più efficienti ma, soprattutto, affiancarli nel loro quotidiano operare riuscendo a coniugare la modernità con la salvaguardia dei valori che compongono le radici della nostra Organizzazione".



segnaliamo che ...



Turismo, dei Servizi e delle Professioni della Provincia di Milano: i lettori la trovano assieme a questo numero di

Con questo numero del giornale

La Guida alle convenzioni Unione

La nuova Guida 2005 con tutte le convenzioni dell'Unione del Commercio, del

UnioneInforma. Nella Guida alle convenzioni gli imprenditori possono scoprire le tante opportunità che, mostrando la tessera associativa 2005, vengono offerte. Con le convenzioni gli operatori possono usufruire di concreti risparmi e vantaggi. Un "valore aggiunto" che l'Unione dà ai propri associati: dall'auto, all'impresa, al tempo libero, ai servizi bancari.

Per tutte le informazioni chiamare la Direzione centrale per lo sviluppo dei servizi e per i progetti strategici,

tel. 02.795027; e-mail servizi.imprese@unione.milano.it

E con il numero di aprile di UnioneInforma la Guida ai Servizi Unione



Cultura e tempo libero gli incontri in Unione

Proseguono gli incontri di approfondimento culturale promossi dall'Unione con il Gruppo Insieme "Joie de vivre".

Dopo gli appuntamenti del 1° ("Abbinare gli alimenti base per conoscerli ed apprezzarli") e del 4 marzo (la presentazione del libro di Claudio Antonelli "Balance scorecard per l'area it"), il 22 marzo si parlerà de "Le avanguardie del '900", il 19 aprile delle erbe "rimedio antico per l'uomo di oggi"; il 17 maggio delle gemme ("bellezza intrinseca e intervento dell'uomo") e il 7 giugno si tornerà a discutere di alimentazione ("Mangiare frutta e verdura senza chiedere un mutuo e...vivere felici").

Gli incontri si svolgono nella sala Commercio dell'Unione (corso Venezia 49) alle 21.

fainicase www.faini.it

Direzione: Melzo (Mi) - Via verdi, 1
Tel. 02 95739809

E' incredibile quante case si trovano... cercandone UNA su: www.faini.it

CHIAMATA GRATUITA
NUMERO VERDE
800-206320



Filiali in: Melzo, Milano, Peschiera B., Cernusco s/N, Liscate, Basiano

faini
per l'impresa

Compravendite Terreni - Immobili Commerciali e industriali

MELZO
Via Verdi, 1
Tel. 02 95712622
Fax 02 95711686

Unioneinforma
marzo 2005



segnaliamo che ...

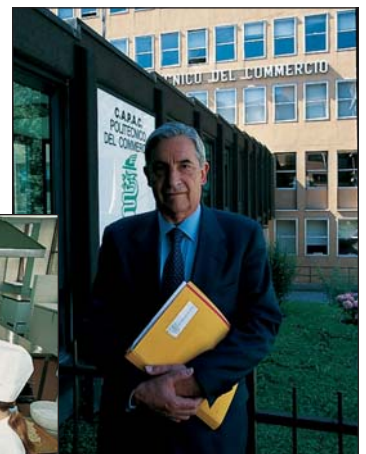
Gastronomia e ristorazione Con il Capac gemellaggio Milano-Parigi

Accordo di collaborazione tra il Capac-Politecnico del Commercio di Milano e il Centro Ferrandi di Parigi. Dal 22 al 29 gennaio 17 allievi del Capac (con due insegnanti) hanno svolto uno stage presso il Centro Ferrandi partecipando a esercitazioni di cucina, panetteria, pasticceria e visitando aziende transalpine del settore alimentare e della ristorazione. A febbraio - dal 14 al 19 - è stata la volta di 15 allievi del Ferrandi (con due insegnanti) ad essere ospiti del Capac e a svolgere un periodo di stage presso aziende milanesi di gastronomia/salumeria: Bertazzoni (via Donizetti); Dino Borin (via Umbria);

La collaborazione delle salumerie milanesi per gli stage degli allievi del Centro Ferrandi

Civelli (corso Italia); Rossi e Grassi (via Pontevetero); Salumeria Nuovo Principe (via Turati e via Senato); Principe di Paolo Baroni (via Moscovia); Zoppi-Gallotti (via Battisti); Area Kitchen (via Pestalozzi); Voilà Banqueting (via Forcella);

Doma (via San Siro). Venerdì 18 febbraio il presidente del Capac Giovanni Bottari ha offerto un ricevimento in onore degli ospiti francesi: sono stati



**Giovanni Bottari,
presidente del Capac**

consegnati gli attestati di partecipazione.

Caaf 50&Più Enasco, il servizio 730

La normativa fiscale dà la possibilità a tutti i lavoratori dipendenti e ai pensionati di effettuare la dichiarazione dei redditi attraverso il modello 730: con la possibilità di usufruire del visto di conformità rilasciato dal centro di assistenza fiscale. Il visto dà al contribuente la certezza che i dati relativi agli oneri deducibili e detraibili esposti nella dichiarazione siano conformi a quelli della documentazione fiscale che va presentata al centro d'assistenza. Caaf 50&Più dell'Enasco (l'Ente nazionale di assisten-

za sociale per i commercianti) svolge per imprese e cittadini un servizio di assistenza fiscale, certificato del visto di conformità, garantito da una polizza assicurativa. Avvalendosi di Caaf 50&Più l'azienda non si deve occupare del controllo della regolarità delle dichiarazioni; può indirizzare i dipendenti con quesiti fiscali al servizio di consulenza telefonica del Caaf; non ha responsabilità rispetto alla dichiarazione limitandosi a ricevere la comunicazione dal Caaf delle somme da rimborsare o trattenere nel cedolino paga.

In particolare, nel caso l'azienda scelga di prestare assistenza fiscale nella propria sede sarà possibile - con Caaf 50&Più di Milano - elaborare e consegnare direttamente a ciascun dipendente il proprio modello 730 definitivo esauendo così, in un unico intervento, tutti gli adempimenti previsti nei confronti del dipendente (senza aggravio economico per l'azienda). Per informazioni contattare l'Enasco (Milano, via Sangro 15/17): tel. 0226884421, e mail: enasco.mi@enasco.it

Unioneinforma
marzo 2005

Intrastat, 300 operatori al convegno di Aice e Agenzia Dogane



Intrastat - e per affrontare le problematiche connesse all'utilizzo del sistema, Aice,

Doganale di Milano hanno effettuato una dimostrazione di invio telematico di un elenco Intrastat generato con l'applicazione Intr@web e una dimostrazione sull'utilizzo del servizio Intr@web-online. L'occasione dell'incontro Aice-Agenzia Dogane è stata utile anche per chiarire le modalità tecniche necessarie alla generazione del certificato di firma digitale per tutti coloro che, già in possesso dell'autorizzazione, hanno comunque riscontrato difficoltà nell'effettuare questa operazione.

Il successo dell'iniziativa promossa da Aice con Agenzia delle Dogane si è anche espletato concretamente nell'adesione immediata al servizio telematico di 100 delle aziende presenti al convegno.

Adesione effettuata tramite postazioni messe a disposizione in sala da Aice e presidiate da funzionari dell'Agenzia delle Dogane. Per tutte le informazioni sul servizio sviluppato con l'Agenzia delle Dogane gli operatori interessati possono rivolgersi alla segreteria di Aice (tel. 027750320-1).

Al termine dell'iniziativa promossa in Unione dall'Associazione italiana commercio estero adesione immediata di 100 aziende al servizio telematico doganale

L'utilizzo del sistema Electronic Data Interchange (E.D.I.) per la presentazione degli elenchi Intrastat, è diventato un'imprescindibile necessità per tutti gli operatori economici intenzionati a semplificare le procedure sfruttando i vantaggi che il sistema telematico offre, quali ad esempio l'agevolazione nel libero flusso

degli scambi e la riduzione dei costi di gestione con conseguente maggiore competitività. Per consentire ad un numero sempre maggiore di utenti di conoscere i

vantaggi derivanti dall'uso del mezzo informatico - in una regione, qual è la Lombardia, già peraltro ai primi posti in Italia nell'utilizzo del collegamento telematico

l'Associazione italiana commercio estero, d'intesa con l'Agenzia delle Dogane, ha organizzato a Milano il convegno: "Il servizio telematico doganale e gli elenchi Intrastat".

Il convegno - al quale hanno partecipato il presidente di Aice Claudio Rotti, il direttore regionale per la Lombardia dell'Agenzia delle Dogane Alessio Fiorillo, il direttore della Circonscrizione Doganale di Milano 1° Carmelo D'Agata, il dirigente qualità e sviluppo competenze Ict dell'Agenzia delle Dogane di Roma Roberto Tugnoli e la responsabile del servizio Intrastat della Dogana di Milano Rossana Monzani - ha visto un'elevata partecipazione: 300 operatori.

Esperti della Circonscrizione



Il presidente di Aice Claudio Rotti



Alessio Fiorillo, direttore regionale per la Lombardia dell'Agenzia delle Dogane

Con Alis Lombardia alla scoperta del mercato pubblico via internet

Si è svolta con una buona partecipazione di operatori nella sede dell'Unione di Milano, la presentazione del marketplace delle Pubbliche Amministrazioni per i servizi di igiene ambientale. L'iniziativa, promossa da Alis Lombardia - Associazione lombarda imprese di pulizia (e Federazione nazionale imprese di pulizia), in collaborazione con Consip, ha visto la partecipazione di oltre 50 imprese della sanificazione ambientale. In sala sono state realizzate simulazioni di accesso ed iscrizione al sito. Si è analizzata la modalità dello scambio d'informazioni su prezzo, qualità, quantità del bene oggetto della transazione e le relative manifestazioni di volontà di acquirenti e fornitori, utilizzando lo strumento telematico: quindi mediante computer e una connessione ad internet. L'adesione all'albo fornitori delle Pubbliche Amministrazioni è gratuito (occorre avere l'accesso al web e la firma digitale) e permette di sviluppare azioni di marketing nei confronti di comuni, asl, caserme ecc.. Sotto la soglia comunitaria (200.000 euro circa) l'aggiudicazione degli appalti avviene su trattativa privata (singola o multipla).

Il 16 marzo è previsto un nuovo incontro con le Pubbliche Amministrazioni.

Commercio ambulante Giacomo Errico riconfermato presidente di Apeca

Giacomo Errico è stato riconfermato all'unanimità presidente di Apeca, l'associazione milanese del commercio ambulante (l'assemblea si è svolta in Unione nella rinnovata sala Commercio).

Ecco la composizione del nuovo consiglio direttivo di Apeca.

Consiglieri di Milano

Claudio Baldacchino;
Maurizio Bertazzoli;
Cesare Borgonovo; Michele Castriotta; Salvatore Cataldo; Giuseppe Cotugno; Bathily Dia; Primo Favini; Fiorino Dante; Mariangela Gandini; Ciro Gravina; Nicola Leuce; Cataldo Liodice; Michele Liodice; Antonio Luccisano; Carlo Magugliani; Marco

Il nuovo consiglio direttivo

Mastriani; Tullio Molinari; Vincenzo Napoli; Giancarlo Pellegrini; Claudio Pelosi; Giovanni

Pistaferrri; Ercolino Piva; Roberto Sala; Modou Samb; Matteo Serracapriola; Italo Tarallo; Antonio Valtorta; Yuri Volpi; Riccardo Zanierato.

Consiglieri della provincia

Andrea Benazzi; Mario Brambilla; Antonio Colombo; Silvia Luparelli; Giacomo Malagesi; Emiliano Masperi; Danilo Nardini; Carmelo Perrone; Luigi Vacca; Luciano Zanetti.



Giacomo Errico

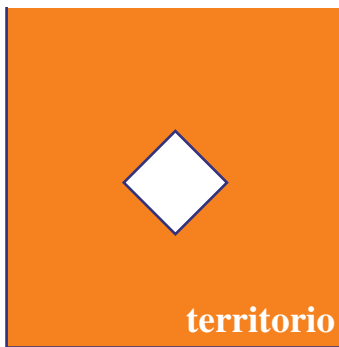
Turni e orari gestori carburanti Negli uffici di Figisc Milano i nuovi cartelli

Figisc Milano, il sindacato dei gestori carburanti, invita gli operatori a recarsi presso gli uffici dell'associazione per ritirare i nuovi cartelli 2005 degli orari e dei relativi turni d'apertura degli impianti distribuiti dall'Amministrazione comunale e fornire i dati aggiornati per il censimento della realtà distributiva delle stazioni di servizio presenti sul territorio.

I gestori carburanti devono quindi recarsi presso gli uffici di Figisc Milano (corso Venezia 49) portando, compilata, la scheda inviata dall'associazione, il vecchio cartello orario in possesso e copia dell'autorizzazione della tabella speciale carburanti (se in possesso).

Per informazioni telefonare allo 02/7750274





Accordo triennale tra Unione e Comune Cinisello Balsamo "laboratorio" per valorizzare il commercio

Rilanciare le attività commerciali e dare vita a una serie di azioni che si intrecciano con la riqualificazione del tessuto cittadino. E' questo l'obiettivo dell'accordo triennale sottoscritto tra il Comune di Cinisello Balsamo e l'Unione del Commercio di Milano. Per realizzare le molteplici finalità oggetto dell'accordo, il Comune di Cinisello Balsamo si impegna a mettere a disposizione le proprie competenze e conoscenze operative dei settori Commercio, Urbanistica, Traffico e Viabilità, Statistica e Demografico e ad erogare un contributo a favore dell'Unione (18.000 euro per il primo anno) che - attra-

**Obiettivi dell'intesa:
dall'elaborazione
del Piano urbano
del commercio
al perseguimento
di politiche
che garantiscano
equilibrio tra piccola
e grande distribuzione**

sperimentale", come hanno sottolineato tutti i partecipanti alla presentazione dell'accordo. Spiega il sindaco di Cinisello, Angelo Zaninello: "Nella stesura del Piano del commercio abbiamo scelto di avvalerci del patrimonio di esperienza maturato dall'Unione attraverso la sua attività. Consapevoli che a noi

spetta il compito di governare. Il nostro ruolo è dare degli indirizzi, in una mediazione che tenga conto degli interessi di tutti. In questo caso, l'obiettivo comune è dare vivibilità alla città".

Zeffirino Melzi, presidente dell'Associazione territoriale di Sesto San Giovanni (che comprende anche Cinisello Balsamo), evidenzia



La Villa Ghirlanda Silva di Cinisello: nella Sala degli Specchi è stato siglato l'accordo fra Unione e Comune di Cinisello Balsamo

spirito stesso dell'intesa - mette a disposizione il patrimonio di esperienza maturato con gli imprenditori commerciali di Cinisello Balsamo ed offre il supporto delle proprie direzioni di servizio nonché l'operatività di Fin-Expo spa. In particolare, l'Amministrazione comunale ha affidato all'Unione l'elaborazione del Piano urbano del commercio. Cinisello diviene così un "laboratorio

nell'accordo due punti essenziali: "E' la prima volta che un'amministrazione comunale riconosce come sua l'affermazione che il commercio è sviluppo di una città". L'altro elemento è il metodo scelto: "Il progetto non è calato dall'alto, ma se ne fanno partecipi i protagonisti".

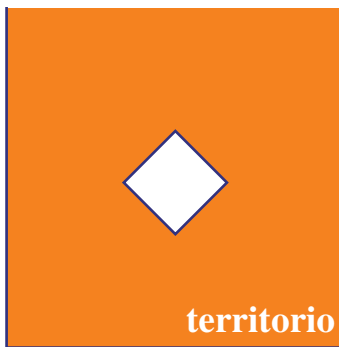
Da qui la speranza è che l'accordo tra Cinisello e Unione possa presto essere replicato in altre città.

Costante Persiani, segretario generale dell'Unione, ricorda ▶



Da sinistra: Angelo Patrizio, assessore alla Riqualificazione urbana del Comune di Cinisello Balsamo; il vicesindaco e assessore al Commercio Roberto Imberti; il sindaco di Cinisello Angelo Zaninello; Costante Persiani, segretario generale dell'Unione di Milano; Zeffirino Melzi, presidente dell'Ascom territoriale di Sesto San Giovanni e Carlo Alberto Panigo, consigliere di presidenza Unione con delega alla provincia

verso l'Associazione territoriale di Sesto San Giovanni e nello



territorio

come l'Organizzazione abbia nel tempo saputo adeguare alle nuove sfide la sua attività di rappresentanza. Così che ora può iniziare a disegnare il profilo delle città considerando il consumatore/cittadino bene primario delle imprese commerciali. In questa città

Viale Fulvio Testi è una grande arteria attorno alla quale si sono sviluppate le aperture della grande distribuzione, spesso in modo non equilibrato. Come ha detto Melzi, si tratta ora di "trovare l'esatta equazione tra i vari tipi di commercio, grande, medio e piccolo".

urbana di Cinisello Balsamo, la riqualificazione di Cinisello è da "attuare strada per strada, pensando in particolare a quel 30 per cento di cittadini che è sotto i 14 anni o sopra i 65. Due fasce di età legate moltissimo all'identità dei quartieri, nei quali costruire relazioni armoniche".

Se questi sono gli obiettivi generali, l'accordo significherà in pratica il perseguimento di politiche che garantiscano un equilibrio tra piccola e grande distribuzione. Si punta al rilancio delle attività economiche esistenti e alla promozione di nuove, rendendo nello stesso tempo Cinisello più bella e più vivibile. Gli strumenti di pianificazione e progettazione attivati dall'accordo vedranno il coinvolgimento diretto di tutti gli attori del commercio urbano e dei cittadini-consumatori. Primo passo: un'attenta analisi del territorio, per comprendere i bisogni e i punti di forza della città

La risorsa del Town Manager

Ripensare una città e il suo sviluppo significa anche individuare figure nuove che aiutino a comprendere i bisogni dei cittadini e delle imprese. Proprio per questo, l'accordo appena siglato da Unione e Comune di Cinisello Balsamo prevede il ricorso alla figura del Town Manager. Ne parliamo con Angelo Patrizio, assessore alla Riqualificazione urbana di Cinisello Balsamo.

Patrizio, chi sarà il Town Manager di Cinisello?

"Non si tratta di fare un nome. E neanche di limitarci a copiare le esperienze già avviate in questo campo in Francia e Gran Bretagna. Comune di Cinisello e Unione intendono invece costruire le condizioni affinché vengano sperimentate le condizioni per il nascere di una figura che possa contribuire alla definizione di azioni di rivitalizzazione commerciale

e di riqualificazione urbana. E che sappia trovare una corretta mediazione tra i molti interessi legittimi che le diverse categorie esprimono".

Quali saranno allora i compiti del Town Manager?

"Il Town Manager, nella nostra visione, dovrà attivare azioni di marketing urbano e commerciale, dar vita ad eventi e a iniziative per la promozione e valorizzazione della città e del suo sistema economico. Tutto questo in un rapporto costante con il territorio. Il che significa raccogliere le istanze e le aspettative, le difficoltà e le progettualità. Dovrà anche saper ricercare una mediazione tra i vari punti di vista per elaborare e attuare piani di attività condivisi. E suo sarà anche il compito di ricercare le risorse finanziarie necessarie, a livello locale, provinciale, regionale, nazionale e comunitario".

ripensata e riqualificata "il piccolo commercio - ha affermato Persiani - acquista una funzione moderna, proprio perché il cittadino è sempre più consapevole che il negozio tradizionale è indispensabile alla vivibilità delle città". Il legame tra commercio e vita della città è particolarmente evidente a Cinisello. Ricorda Roberto Imberti, vicesindaco e assessore al Commercio: "La nostra città ha circa 75mila abitanti e le attività commerciali sono 1.200. Occupano 10mila persone, 6.500 delle quali lavorano nel solo asse intorno a viale Fulvio Testi".

Come spiega Angelo Patrizio, assessore alla Riqualificazione

e del suo commercio.

S.B.

Rho, ultimo commosso saluto a Carlo Restelli

Cordoglio dell'Unione e di Unioneinforma per la scomparsa di Carlo Restelli, presidente dell'Ascom territoriale di Rho dalla sua fondazione (1968) al 1992. Restelli avrebbe compiuto 84 anni: ancora fino a pochi mesi fa interveniva attivamente agli incontri dell'Associazione. Restelli è

stato consigliere e membro di Giunta Unione. I funerali di Carlo Restelli si sono svolti l'11 febbraio nella chiesa prepositurale di San Vittore a Rho.



Unioneinforma
marzo 2005



Indagine di Silb Milano (Sindacato locali da ballo aderente a Epam) su night e discoteche

Divieto di fumo: sui night cala la notte

A Milano sono i night a soffrire in particolar modo l'impatto della legge che vieta il fumo nei locali pubblici. Il dato è emerso da un'indagine condotta dal Silb milanese (Sindacato dei locali da ballo aderente ad Epam, l'associazione milanese dei pubblici esercizi) attraverso un questionario inviato a 89 fra discoteche e night (che per il 90% si trovano nel capoluogo).

Questionario che per numero e rappresentatività delle imprese contattate ha avuto un feedback elevato: "ha risposto il 54% delle imprese" rileva Rudy Citterio (foto), presidente del Silb Milano. "Il differente impatto delle



Rudy Citterio

norme antifumo sui night rispetto alle discoteche – prosegue Citterio – è spiegabile con il fatto che molti clienti dei night provengono da paesi, sia dell'Unione Europea che al di fuori, dove non vi è alcun divieto di fumo nei locali pubblici. E quindi mal si adattano alle regole italiane". "Per i night – afferma il presidente del Silb Milano – il calo d'affari legato esclusivamente al divieto di fumare è di quasi il 25% rispetto a prima dell'entrata in vigore della normativa". Rilevante anche il calo per le discoteche – tra il 15 e il 20% – "ma non inte-

Dopo l'entrata in vigore delle nuove norme calo d'affari di quasi il 25%. Per l'83% dei titolari di night il divieto ha inciso sull'attività in particolare il venerdì e il sabato. I clienti si intrattengono meno nei locali e consumano di meno

ramente imputabile – rileva Citterio – al problema del fumo".

I night

Il divieto di fumare ha in particolar modo inciso sull'attività dei night il venerdì e sabato: lo ha rilevato l'83% dei titolari di night per la metà dei quali l'impatto della nuova normativa antifumo è stato estremamente negativo. Il 50% dei night ha in generale accusato una diminuzione del numero di clienti e per l'83,3% comunque il

cliente si intrattiene meno nel locale e per il 66% consuma meno. Tutti i titolari dei night hanno inoltre segnalato di aver avuto in qualche modo problemi con la clientela per far osservare il divieto di fumare: il 66% ha dovuto spesso richiamare i clienti al rispetto

della legge e il 16,6% ha dovuto invitare i clienti ad uscire dal locale dopo il loro rifiuto alla richiesta di smettere di fumare.

Le discoteche

Analoghi problemi, ma in minor misura, li hanno avuti anche le discoteche: il 20% dei gestori di discoteche ha risposto al questionario giudicando molto negativo sulla propria attività l'impatto delle norme antifumo. Il 20% delle discoteche ha accusato un calo di clienti e il 10% ha rilevato come la clientela si intrattenga per minor tempo nella discoteca. Anche



Discoteche: il 20% dei gestori ha accusato un calo di clienti



Controlli solo per il 18,9% dei locali e senza contravvenzioni

nelle discoteche non sono mancati i richiami alla clientela ad osservare le nuove norme (30% dei gestori) ma non sono stati segnalati rifiuti alla richiesta di smettere di fumare.

I controlli

Solo il 18,9% dei locali ha segnalato controlli da parte della pubblica autorità sull'osservanza delle norme antifumo. Non sono state elevate contravvenzioni.

Unioneinforma
marzo 2005

pubblici esercizi



I ristoranti che hanno partecipato a "Caccia in cucina"

Trattoria Degli Ori, via Monviso 13;
Al Tronco, via Thaon di Revel 10;
L'Uccellina, corso Magenta 96
(angolo piazzale Baracca); **Al
Buonconvento**, corso Italia 26;
Scimmie, via A. Sforza 49; **Piero e
Pia**, piazza Aspari 2; **Il Barone**, viale
Espinasse 43; **Trattoria Toscana da
Roberto**, via Menabrea 33; **Osteria il
Giardinetto**, via Tortona 19; **Il
Calabrone**, piazza Ercolea 9; **Via
del Borgo**, via Libertà 136
(Concorezzo); **Da Orlando**, piazza
Soncino 19 (Cusago); **Osteria del
Pomiroeu**, via Garibaldi 37
(Seregno); **Castanei**, viale Alfa
Romeo 10 (Arese); **I Castagni**, via
Ottobiano 8 (Vigevano); **La
Rampina**, via Emilia 3
(San Giuliano Milanese);
Le Cascinette, via
Cascina Abbazia 1 (Cerro
al Lambro).

Dal 21 al 27 febbraio si è svolta la terza edizione di "Caccia in cucina - Sette giorni di gastronomia venatoria".

L'iniziativa, promossa dal Gruppo ristoratori di Epam (l'Associazione milanese dei pubblici esercizi) con l'adesione delle associazioni venatorie e agricole provinciali di Milano e Bergamo, è stata patrocinata dall'Assessorato



Alfredo Zini

Si è svolta dal 21 al 27 febbraio la terza edizione dell'iniziativa promossa dal Gruppo ristoratori di Epam. Il presidente dei ristoratori Alfredo Zini: abbiamo voluto far conoscere a un più vasto pubblico le tradizioni gastronomico-venatorie

all'Agricoltura della Regione Lombardia e dalle Province di Milano e Bergamo e ha coinvolto ristoranti in città e fuori Milano (uno anche a Vigevano, in provincia di Pavia) "che ai clienti - spiega Alfredo Zini, presidente del Gruppo ristoratori di

Epam - hanno proposto piatti a base di selvaggina improntati alle tradizioni gastronomiche venatorie ed accompagnati dai vini più adatti". I ristoranti che aderivano a "Caccia in cucina" erano riconoscibili

dalla locandina e dalle vetrofanie con il logo della manifestazione.

"Abbiamo puntato - afferma Zini - a una rivalutazione dell'aspetto culinario e conviviale come una delle componenti di rilievo della cac-

cia e dei suoi legami immediati con il mondo rurale. Ogni regione annovera piatti a base di selvaggina anche di notevole raffinatezza: da qui l'opportunità di condurre un più vasto pubblico a riscoprire queste tradizioni". La cena inaugurale di "Caccia in cucina" si è svolta il 21 febbraio presso la Società del Giardino, mentre il pranzo di chiusura si è tenuto il 27 febbraio a Gandosso, presso l'agriturismo Il Fontanile.

informa
Unione

Mensile di informazione dell'UNIONE DEL COMMERCIO DEL TURISMO DEI SERVIZI E DELLE PROFESSIONI DELLA PROVINCIA DI MILANO

PROPRIETÀ
Unione del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni della Provincia di Milano
www.unionemilano.it

DIRETTORE RESPONSABILE
Gianroberto Costa

EDITORE
PROMOTER Unione
Sede e amministrazione:
corso Venezia 47/49
20121 Milano

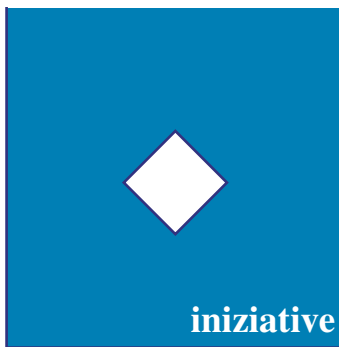
REDAZIONE
Federico Sozzani
corso Venezia 47/49
20121 Milano

FOTOCOPOSIZIONE e STAMPA
AMILCARE PIZZI Spa
20092 Cinisello Balsamo (Milano)

AUTORIZZAZIONE TRIBUNALE
di Milano n. 190 del 23 marzo 1996
Poste Italiane s.p.a. - spedizione in A.P. -
D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/04 n. 46) - art. 1,
comma 1 DCB Milano.

PUBBLICITÀ
Edicom Srl
via Alfonso Corti, 28 - 20133 Milano
tel. 02/70633429 (anche fax)
70633694-70602106
E-mail:
edicom@iol.it
<http://www.edicom-mag.com>

Unioneinforma
marzo 2005



*Promossa da Unione, Manageritalia, Agenzia per la Cina
e sponsorizzata da Banca Esperia e Latte Milano*

Golf, Lombardia Trade Cup 2005

Prende avvio il 31 marzo a Carimate la Lombardia Trade Cup 2005 di golf. La competizione, giunta alla sua quarta edizione, è promossa e organizzata dall'Unione di Milano, da Manageritalia e dall'Agenzia per la Cina (con la sponsorizzazione di Banca Esperia e Latte Milano). Il circuito si articola in 10 gare che hanno luogo in circoli di golf di eccellenza sia dal punto di vista sportivo che della qualità turistico-ambientale. Le competizioni della Lombardia Trade Cup sono aperte ai soci dei circoli ospitanti, ma si rivolgono in forma prioritaria agli associati delle tre organizzazioni promotrici. Gadget

alla partenza, buvette offerta, premi buca di valore, premi a sorteggio e un buffet dopo la premiazione contribuiscono a migliorare l'atmosfera delle gare creando un clima di amicizia fra i partecipanti. Per ogni gara - che premia i vincitori per categoria - oltre ad una classifica ospiti, viene compilata una speciale classifica per ognuna delle tre associazioni con l'asse-

gnazione di punti ai partecipanti in base al risultato ottenuto. Al termine del circuito, i sei giocatori di ogni associazione che avranno totalizzato il miglior punteggio (6 risultati su 10) formeranno le squadre

Il 15 marzo una serata di gala al Circolo del Commercio (Palazzo Bovara, corso Venezia 51) presenta la Lombardia Trade Cup 2005: all'evento, con i partecipanti delle scorse edizioni, sono invitati giornalisti di settore e personalità del mondo dello sport



che rappresenteranno **Unione, Manageritalia e Agenzia per la Cina** nella finale della Lombardia Trade Cup (in programma in una località all'estero ancora da definire: nel 2002 la finale si è svolta in Cina, nel 2003

a Maiorca, lo scorso anno a Marrakech).

Natura, arte, storia e buona tavola **Il fascino della Maremma**

In occasione delle gare di Punta Ala e Il Pelagone weekend lungo per il 25 aprile: sconto agli associati Unione

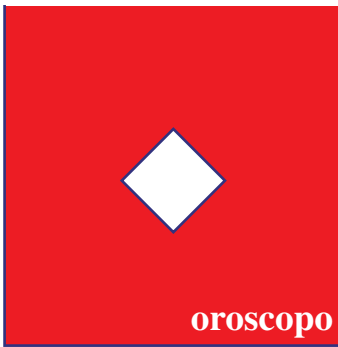
Dal 22 al 25 aprile, in occasione delle gare della Lombardia Trade Cup a Punta Ala e Il Pelagone, è in programma un weekend lungo in Maremma (vedi alla pagina di fronte) che consente di abbinare escursioni in località dall'assoluto fascino - Scarlino, Pitigliano, Sovana, Massa Marittima, il parco minerario naturalistico di Gavorrano - alla "conoscenza" di vini e prodotti tipici locali. Gli associati Unione beneficiano di uno sconto sulla quota di partecipazione: il costo, scontato, è di 450 euro a persona e comprende (oltre all'assicurazione e all'assistenza del personale di agenzia): il viaggio con bus, il soggiorno di 3 notti in hotel con trattamento di mezza pensione (bevande e caffè inclusi), le escursioni e la degustazione in azienda vinicola con sommelier.

Per informazioni e adesioni telefonare in Unione allo 027750233

Le "tappe" della Lombardia Trade Cup

31 marzo	- Carimate
14 aprile	- Molinetto
23 aprile	- Punta Ala
24 aprile	- Il Pelagone
12 maggio	- Monticello
26 maggio	- Villa d'Este
23 giugno	- Varese
9 luglio	- Zoate
8 settembre	- Brianza
22 settembre	- Ambrosiano

Unioneinforma
marzo 2005



Dal 10 marzo al 10 aprile

i più fortunati sono... i nati dal 2 al 12 giugno
i meno fortunati sono... i nati dal 2 al 12 luglio



ARIE/ARIETE

(21/3 - 20/4)

Molto positivo si prospetta questo mese per i nati della prima decade: dal 20, infatti, Sole, Venere, Mercurio e Marte assumono un'ottima posizione. Vi saranno allegria, energia e buonumore a piene mani. Marte è invece in posizione sfavorevole per i nati della seconda e terza decade fino al 20, nati che continuano anche a ricevere la quadratura di Saturno e l'opposizione di Giove: marzo per loro si prospetta faticoso, nervoso e stressante.



TORO

(21/4 - 20/5)

Marte, in questo mese, è in un bellissimo aspetto di trigono ai nati della terza decade insieme a Saturno in sestile. Tutti i progetti si annunciano facilitati. Buona l'energia ed i rapporti di lavoro e interpersonali. Poi dal 20 Marte si pone in aspetto difficile per i nati della prima decade portando qualche giornata di nervosismo che comunque non dovrebbe turbare un quadro generale molto positivo.



GEMELLI

(21/5 - 21/6)

Molto favorevole, in questo mese, la Luna piena in Bilancia per i nati del segno. Inoltre, dal 20 Marte entra in Acquario e sostiene i nati della prima e seconda decade insieme a Sole, Mercurio e Venere. Questi pianeti svolgono la loro azione benefica insieme a Giove - sempre positivo - e nonostante il perdurare del disturbo di Urano. Si potrà contare su un mese pieno di allegria: facilitati i contatti.



CANCER

(22/6 - 22/7)

Marte in questo mese è opposto ai nati della terza decade che hanno sempre Saturno sul Sole. Giove è ancora quadrato ai nati della seconda decade; inoltre, in questo mese, anche Sole, Mercurio e Venere assumono una posizione critica. Il periodo si prospetta quindi difficile per tutti. Il consiglio è quello di rimandare le decisioni importanti. Vi saranno anche grande stanchezza e stress: l'umore ne risentirà.



LEONE

(23/7 - 22/8)

Sole, Venere e anche Mercurio sono in bellissimo aspetto

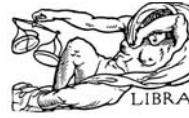
in questo mese, per i nati della prima decade: portano energia, allegria, avvenimenti positivi. Solo Marte in opposizione ai nati della prima decade dal 20 marzo può provocare qualche contrattacco e alcune giornate di nervosismo peraltro facilmente superabili in un quadro molto positivo per i nati di tutte le decadi.



VERGINE

(23/8 - 22/9)

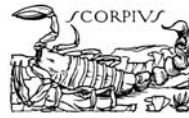
Marte si colloca in aspetto estremamente favorevole per i nati della terza decade fino al 20 marzo. Apporta energia e allegria visto anche l'aspetto positivo di Sole, Venere e Mercurio come di Saturno che continua ad appoggiare progetti e un buon equilibrio psicofisico. Urano è invece sempre opposto ai nati della prima decade i quali avvertiranno un'atmosfera tesa intorno a loro.



BILANCIA

(23/9 - 22/10)

Fino al 20 marzo Marte è negativo per i nati della terza decade: il nervosismo e lo stress si aggiungono alla stanchezza e ai ritardi provocati da Saturno nel Cancro. Inoltre Sole, Mercurio e Venere sono negativi, in questo mese, per i nati della prima decade: noia e contrattempi "condiranno" le vostre giornate. I nati della seconda decade sono sempre protetti dalla congiunzione di Giove.



SCORPIONE

(23/10 - 21/11)

Marte, fino al 20 marzo, è positivo per i nati della terza decade i quali possono inoltre sempre fare affidamento sul trigono di Saturno e, in questi giorni, anche di Sole, Venere e Mercurio. Approfittate di un periodo



SAGITTARIO

(22/11 - 20/12)

Fino al 20 la situazione per i nati della terza decade non è molto rosea: con la quadratura di tutti i pianeti veloci e Plutone congiunto, i vostri pensieri non saranno molto positivi. Dal 20 marzo Marte, Sole, Venere e Mercurio si collocheranno in posizione favorevole per i nati della prima decade "esorcizzando" Urano (pianeta sempre "stressante"). Allegria, buonumore, eventi positivi e un po' più di calma caratterizzeranno queste settimane.



CAPRICORNO

(21/12 - 19/1)

Fino al 20 Marte transita sul Sole dei nati della terza decade i quali, nonostante l'opposizione di Saturno renda tutto lento e difficile, possono contare sull'appoggio dei pianeti veloci ad alleggerire impegni e responsabilità. Dal 20 Mercurio e Venere si pongono in aspetto negativo per i nati di dicembre portando qualche contrattacco.



ACQUARIO

(20/1 - 19/2)

Giove è sempre positivo per i nati della seconda decade, i pianeti veloci sono anch'essi in posizione favorevole nell'Ariete e la Luna piena del 25 marzo nella Bilancia è bellissima per tutti i nati nell'Acquario. Dal 20 marzo Marte entra nel vostro segno e per i nati di gennaio ci sarà energia da vendere. Cercate di scaricarla: eviterete qualche discussione di troppo.



PESCI

(20/2 - 20/3)

Fino al 20 i nati della terza decade possono contare sull'appoggio di Marte e sulla congiunzione di Mercurio, Venere e Sole. La situazione è molto favorevole anche per l'appoggio di Saturno nel Cancro: facilitati i progetti e vi saranno anche buonumore ed equilibrio. Urano è sempre congiunto ai nati della prima decade rendendoli agitati e tesi.

Il cielo del mese

Il Sole è nei Pesci, entra nell'Ariete il 21 marzo. Mercurio è in Ariete. Venere è nei Pesci, entra nell'Ariete il 22 marzo. Marte è nel Capricorno, entra nell'Acquario il 20 marzo. Giove è nella Bilancia (13r). Saturno è nel Cancro (20°). Urano è nei Pesci (9°), Nettuno è nell'Acquario (17°r) e Plutone è nel Sagittario (24°r). La Luna è piena nella Bilancia il 25 di marzo. Il nodo lunare è a 24 gradi dell'Ariete.

(A cura di E.T.)