

informa Unione

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

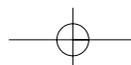
Dopo il corteo del 26 marzo a Milano
SICUREZZA: UN PROBLEMA DI TUTTI

ELETTRICITÀ: L'ORA DEGLI SCONTI

*Con l'Unione accesso ai benefici dell'accordo
fra Terziario Energia e il fornitore Tradecom Energia*



- **Turismo, le interviste: AINeT e Fiavet Lombardia**
- **1.450.000 euro per i negozi storici**
- **Silb Milano: un etilometro in discoteca**
- **Quanto valgono le attività commerciali: il Listino 2007 di Fimaa Milano**





TURISMO **5**
 AGENZIE DI VIAGGIO:
 INTERVISTE AI PRESIDENTI
 DI FIAVET LOMBARDIA
 ED AINET

PARLIAMO DI... **12**
 ELETTRICITA': E' L'ORA
 DEGLI SCONTI.
 CON L'UNIONE ACCESSO
 AI BENEFICI DELL'ACCORDO
 FRA TERZIARIO ENERGIA
 E TRADECOM ENERGIA

TERRITORIO **30**
 A ROBECCETTO
 CON INDUNO IL COMUNE
 PREMIA LA "FEDELTA'"
 AI COMMERCianti

Unioneinforma è stato ultimato
 il 2 aprile

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

Sicurezza Un tema di tutti

Qualche riflessione dopo la manifestazione di lunedì 26 marzo sulla sicurezza, nata dopo l'appello rivolto alla città dal sindaco Letizia Moratti e che ha avuto un significativo successo di partecipazione con l'adesione di tanti cittadini, piccoli imprenditori, espressioni del mondo associativo.

Prima e dopo il corteo il dibattito è stato molto acceso e sono emerse differenti sensibilità sul problema sicurezza. Ciò ha soltanto rafforzato una nostra convinzione: la sicurezza è un tema reale, trasversale, percepito; è un tema prioritario per la politica che la politica deve affrontare in maniera concreta non tenendolo, quindi, "sotto traccia".

Il grande corteo del 26 marzo che si è snodato lungo corso Venezia e corso Buenos Aires - e che ci ha visto protagonisti - è stato certamente importante.

Innanzitutto perché ha rappresentato l'ideale continuità con la manifestazione che un anno fa abbiamo organizzato dopo i drammatici avvenimenti che coinvolsero corso Buenos Aires.

Ed è stata rimessa al centro del dibattito e dell'attenzione la questione della sicurezza che, come mondo del commercio, abbiamo sempre affrontato sollecitando interventi e rischiando spesso anche l'accusa di essere considerati "monocordi".

Infine perché ha costituito un'opportunità per coniugare sicurezza a vivibilità con il riconoscimento del fondamentale ruolo che il piccolo commercio assolve, con i tanti imprenditori espressione dell'economia diffusa, di uno sviluppo equilibrato, veri - e talvolta unici - presidi sociali nei quartieri delle nostre periferie. Una via con i negozi e illuminata, è più viva e sicura: se i negozi non ci sono più è come quando toglie gli alberi in un pendio di montagna, dappprincipio non ti accorgi di nulla. Poi, però, arriva la frana. Ecco, nelle priorità della sicurezza, la politica deve tener conto di questa "gente operosa".

La sicurezza è per noi un prerequisite della convivenza civile: un tema politico e di democrazia sostanziale, perché in un contesto di sicurezza si vive meglio e l'economia cresce meglio.

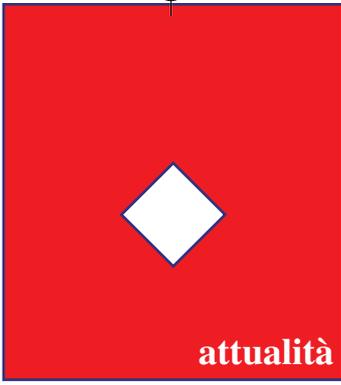


CARLO SANGALLI

Presidente dell'Unione di Milano

Unioneinforma
 aprile 2007

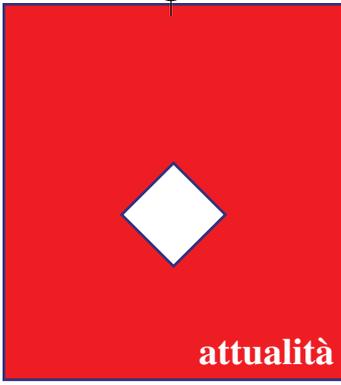




Il 26 marzo Milano ha chiesto più sicurezza

Sessanta giorni per dare un concreto avvio agli impegni sul tema della sicurezza presi nel vertice fra i sindaci delle città metropolitane e il Governo: dalla definizione – ha spiegato il sindaco di Milano Letizia Moratti – di patti per la sicurezza con la previsione, da parte dello Stato, di risorse finanziarie ed organizzative adeguate, all’avvio di un gruppo di lavoro a livello nazionale per la messa a punto di interventi legislativi e normativi che rendano più efficace il contrasto alla criminalità. Si misurerà con questa scadenza la risposta delle istituzioni all’appello alla città lanciato dal sindaco Moratti e dal quale è nata la manifestazione sulla sicurezza del 26 marzo organizzata dal Comitato che ha visto come promotori, con l’Unione di Milano, l’Unione Artigiani, Cna e il Coordinamento delle associazioni di via. Un corteo che ha preso avvio da corso ▶





Venezia, davanti alla sede dell'Unione, per concludersi – dopo aver percorso corso Venezia e corso Buenos Aires – in piazza Argentina. Alla manifestazione hanno fra gli altri preso parte Silvio Berlusconi e il Governatore della Lombardia Roberto Formigoni. Il dibattito sulla sicurezza è stato molto acceso e il 26 marzo si sono svolte a Milano più iniziative: le differenti sensibilità emerse sul tema della sicurezza – come ha avuto modo di affermare il presidente dell'Unione Carlo Sangalli – hanno semmai dimostrato come la sicurezza sia un tema reale, trasversale, percepito; un tema prioritario per la politica che la politica deve affrontare in maniera concreta non tenendolo, quindi, "sotto traccia".

Un corteo non "contro" qualcuno, ma per costruire. Un corteo che – ha rilevato Sangalli – ha rappresentato l'ideale continuità con la manifestazione organizzata un anno fa dopo i drammatici avvenimenti che hanno coinvolto corso Buenos Aires e che ha rimesso al centro del dibattito e dell'attenzione la questione della sicurezza che il mondo del commercio da sempre solleva.

E la manifestazione, con l'ampia partecipazione del mondo associativo, dei cittadini, è stata l'occasione per riconoscere – ha sottolineato Sangalli – il fondamentale ruolo che il commercio di vicinato assolve, con i tanti piccoli imprenditori espressione dell'economia diffusa, agenti

di uno sviluppo equilibrato, presidi sociali nei quartieri delle nostre periferie, talvolta gli unici. E l'Unione – ha aggiunto il vicepresidente Renato Borghi – vuole proporre un tavolo di confronto permanente sulla sicurezza fra istituzioni locali e categorie produttive: occorre diffondere tra i giovani la cultura della legalità.

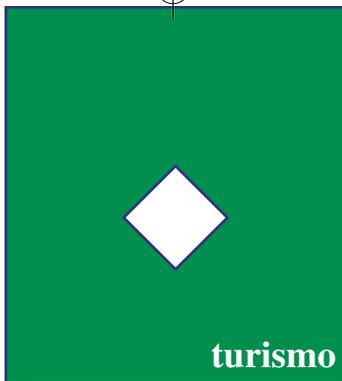


La sicurezza – ha concluso Sangalli – per noi è un prerequisito: un tema politico e di democrazia sostanziale.



(Le foto sono di Massimo Garriboli)





Dove va il turismo?

Lo hanno confermato, se mai ve ne fosse stato bisogno, gli stessi numeri di Bit,

la Borsa internazionale del turismo: oltre 166 mila presenze e la crescita (+4%) degli operatori professionali (vedi Unioneinforma di marzo a pagina 12 n.d.r.). Il turismo è un comparto dinamico ed essenziale per la nostra econo-

mia: locale – basti pensare solo al giro d'affari che potrà creare per Milano l'Expo 2015 – e nazionale. Con questo numero di Unioneinforma prende avvio una serie di interviste che coinvolge i rappresentanti delle associazioni che rappresentano le imprese turistiche.



Le interviste

Fiavet Lombardia è l'Associazione delle agenzie di viaggio (sono associati anche tour operator, soprattutto quelli di "nicchia") con una distribuzione abbastanza omogenea sul territorio lombardo. "In Italia – spiega Luigi Maderna, presidente di Fiavet Lombardia – le agenzie di viaggio sono, secondo l'ultimo censimento, 9.103": in Lombardia opera fra il 15 e il 20% delle agenzie.

Maderna, come sta andando il turismo?

"Vedo che il trend è positivo"

Fiavet Lombardia sta dando molta attenzione all'incoming.

"Per la prima volta abbiamo promosso un corso di formazione sull'incoming, specializzazione che in passato è stata trascurata, ma che ora è sempre più importante per poter diversificare in un mercato contraddistinto da una sempre maggiore concorrenza".

*Luigi Maderna,
presidente di Fiavet
Lombardia*

Puntare sull'incoming

**Con il supporto
Unione dialogo
costante
e collaborazione
con le istituzioni
pubbliche**

Incoming: come farlo bene?

"Facendosi conoscere all'estero, avendo una rete, muovendosi nelle principali manifestazioni europee – con il fondamentale supporto delle istituzioni come la Regione Lombardia – per proporre la nostra offerta. Sono importanti il contatto diretto, le alleanze ed i rapporti con le agenzie stranie-

re. I paesi più interessanti per il nostro mercato incoming sono ancora quelli europei, ma crescerà il peso di paesi come Cina ed India. Per l'Italia, turisticamente molto appetibile, l'incoming è il mercato del futuro. Meno del 10% delle agenzie ora fa incoming. Anche in Lombardia si potrà crescere: se siamo al terzo posto, è per il peso preponderante del turismo d'affari".



Luigi Maderna

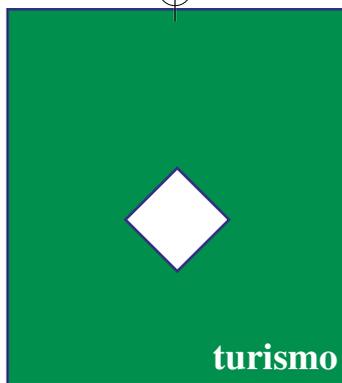
Pubblico e privato, quindi, collaborano.

"Ed è una collaborazione importante. Ci muoviamo utilizzando i servizi che la Regione Lombardia pre-

dispone; il compito di noi operatori è infatti quello di preoccuparci di fare affari. Occorre avere un rapporto

segue a pag. 6 ▶

Unioneinforma
aprile 2007



**Dove va
il turismo?**

AINeT, nata nel luglio 2001, è l'Associazione

italiana network turistici.

Cos'è un "network turistico", concetto che nasce un po' dalla logica del gruppo d'acquisto - lo spiega il presidente di AINeT Adriano Biella: "è il modo di lavorare attraverso un centro, un punto di accumulazione. Anziché avere agenzie di viaggio con ciascuna i suoi fornitori, c'è un solo rapporto con i fornitori ed in questo modo si ottengono sinergie ed economie di scala".

Biella, quando nascono i network turistici?

"Alla fine degli anni '80 con Giramondo, ma la prima vera attività a rete con servizi centralizzati si è avuta con Buon Viaggio (Biella è uno dei fondatori n.d.r.). Noi allora siamo andati ad aggregare agenzie che avevano una loro storia sul mercato e

costante con le istituzioni - Regione, Comune, Provincia - dialogando con chi può aiutare le imprese, facendo parte della filiera turistica. Noi tutto ciò lo facciamo attraverso il collegamento che l'Unione ha con le istituzioni. In questo modo si possono individuare per tempo le opportunità (un esempio? Il 'corridoio' dei trasporti che arriverà in Ucraina e l'inter-

il brand si è esteso e diffuso a livello nazionale".

Com'è il rapporto fra agenzia di viaggio e "centro" in un network turistico?

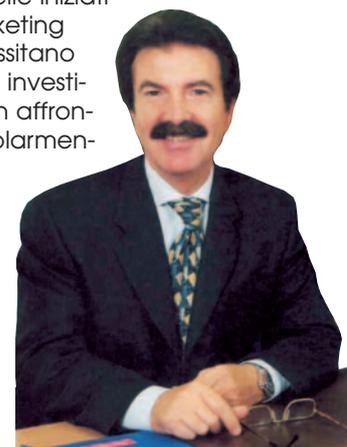
"Si sviluppa attraverso il franchising, l'associazione in partecipazione. I network turistici in Italia sono un'ottantina (dieci/quindici i più grossi) con una maggiore concentrazione nel Settentrione. Rappresentano il 48% della distribuzione con circa la metà dei punti vendita sul territorio. Un network molto strutturato può erogare diversi servizi: dal marketing, ai servizi legali e amministrativi, a quelli per l'informatica. Il vantaggio di un grosso network è quello di poter spuntare prezzi migliori con i fornitori. La filosofia è quella di 'terziarizzare' il back office mentre l'agenzia si concentra sulla vendita".

Forza contrattuale e vantaggi dall'economia di scala

Si può fare di più?

"Come network - e a questo stiamo lavorando - vorremmo

creare una sorta di 'hub' di servizi che possa occuparsi della parte amministrativa, dell'Itc, delle iniziative di marketing che necessitano di rilevanti investimenti (non affrontabili singolarmente come network), ed anche del commerciale per la gestione dei rapporti con i tour operator. Un 'hub' rappresenterebbe tanti punti vendita ed avrebbe più forza contrattuale".



Adriano Biella

Puntare sull'incoming

segue da pag. 5

scambio con questo paese)".

Prima ha ricordato la sempre maggiore concorrenza nel mercato turistico. Qual è la situazione per le agenzie di viaggio?

"Con internet tutti diventano

agenti: è un fenomeno quasi incontrollabile. Le agenzie associate a Fiavet Lombardia si devono contraddistinguere per la serietà e il servizio offerto. Abbiamo già una buona intesa con le associazioni dei consumatori e il nostro obiettivo è quello di proseguire su questa strada con un marchio di fiducia garantendo la qualità delle agenzie associate".

Unioneinforma
aprile 2007



Dove va il turismo?

Che tempi ci vogliono per costruire questo

'hub' di servizi?
 "Io credo che già durante quest'anno qualcosa dovrebbe venire alla luce. Nell'hub si potrebbero coinvolgere anche un partner finanziario e tour operator primari che avrebbero una rete per l'esclusiva dei propri prodotti".

Biella, come sta andando il turismo?
 "Il mercato è in leggera crescita e si sta muovendo, in particolare l'outgoing. Mentre per l'incoming non siamo ancora sufficientemente competitivi".

**Direttore tecnico dell'agenzia di viaggi
 Manuale alla sesta edizione**

Di Adriano Biella con Gilberto Borzini ed edito da Maggioli

E' alla sesta edizione "Il direttore tecnico dell'agenzia di viaggi" (Maggioli Editore) che Adriano Biella (il presidente di AINeT è anche uno studioso della materia, docente in Scienze del turismo all'Università degli Studi di Milano-Bicocca) cura con Gilberto Borzini. La pubblicazione costituisce il manuale di riferimento dell'utenza per sostenere l'esame di direttore tecnico dell'agenzia di viaggi. E' un testo completo - aggiornato ogni due anni - che contiene informazioni specifiche su tutta la filiera del turismo e comparazioni con il resto d'Europa.



Cosa si deve fare per aiutare il nostro turismo?
 "Bisogna che sia sempre più forte la presa di coscienza da parte delle istituzioni politiche: nel turismo, prima realtà economica italiana, non è più

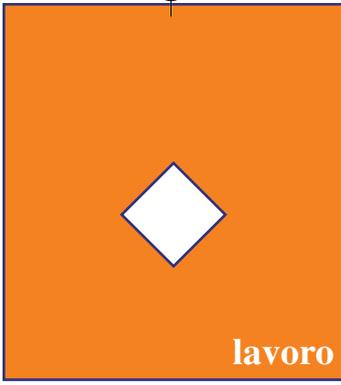
consentito improvvisare. Occorre intervenire per migliorare mobilità e infrastrutture ed agevolare il sistema imprenditoriale come è stato fatto dai nostri concorrenti, vedi Turchia e Spagna".

Agenzie di viaggio in Europa: i numeri

	2005	2003	1996	Differenza 2005 su 1996
Germania	15.536	16.555	18.700	-16,9%
Gran Bretagna	6.498	7.006	7.259	-10,5%
Italia	10.512	8.851	6.845	53,6%
Spagna	5.015	4.220	2.830	77,2%
Francia	5.400*	5.200	2.840	90,1%



Fonte: elaborazione dati Ectaa, Enit, DRV
 * stima



Servizi: il contratto che vorrei

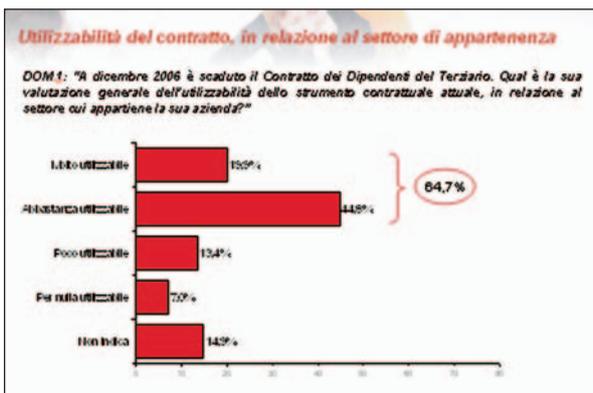
In previsione del futuro Contratto nazionale del terziario Asseprim, l'Associazione professionale dei servizi alle imprese, ha promosso un'indagine (con Iri Information Resources) presso un campione di 200 aziende associate per meglio individuare i temi di maggiore interesse, da parte delle imprese, legati al rinnovo contrattuale. Dai risultati della ricerca si evidenzia, in generale, un diverso approccio all'utilizzo dei contratti dei dipendenti e dei dirigenti del terziario tra aziende di piccole e grandi dimensioni: minore conoscenza tra le prime, maggiore fra le seconde. La maggioranza degli intervistati (64,7%) ha espresso una valutazione positiva del contratto da poco scaduto. Il giudizio migliore viene espresso dagli imprenditori delle ricerche di mercato, della consulenza aziendale e dei servizi assicurativi. Qualche dubbio permane in merito all'Accordo per la classificazione delle figure professionali che non è conosciuto dal 42,3% del campione e viene valutato

Indagine di Asseprim presso un campione di 200 imprese associate. Valutazione positiva dello strumento contrattuale

positivamente dal 38,3%. Per il rinnovo del contratto gli intervistati richiedono più interventi su quest'ultimo aspetto e sulla gestione dei contratti a termine. Con riferimento, invece, al Contratto dei dirigenti del ter-

nomina e ciò vale soprattutto per le aziende di piccole dimensioni. Una valutazione positiva di questa figura è espressa soprattutto dagli intervistati del settore servizi finanziari (43,3%). Il profilo professionale per assumere apprendisti è ritenuto poco adeguato al settore dei servizi. Lo strumento dell'apprendistato professionalizzante, nella rilevazione condotta da Asseprim sullo stesso target nel marzo 2006, era stato considerato di difficile applicazione. In

questa rilevazione resta ancora qualche dubbio in merito: il 34,8% del campione non è in grado di esprimere un giudizio ed un restante 29,9% esprime un giudizio negativo. Per il rinnovo del contratto, il campione si spacca in due: una parte preferirebbe orientarsi verso incrementi retributivi tradizionali ed un'altra parte verso il welfare contrattuale. In particolare, le aziende di piccole dimensioni sono orientate verso il welfare, le medio/ grandi verso gli incrementi retributivi tradizionali.



ziario, il 35,3% degli intervistati chiede interventi sul sistema di previdenza e assistenza integrativa. Oltre il 42% degli intervistati dichiara di non conoscere la figura del dirigente di prima



Comunicazione: il corso per gli asili nido

Partirà l'8 maggio il corso di formazione gratuito per i gestori degli asili nido - dedicato a "La comunicazione efficace. Elementi verbali e non" - promosso da Assonidi (tel. 025511642) con il Capac-Politecnico del commercio e il cofinanziamento di Regione Lombardia, Ministero del Lavoro e Fondo Sociale Europeo. Le lezioni si svolgeranno a

Milano presso il Capac in viale Murillo 17.



Con Assofood maggio milanese all'insegna della qualità alimentare

Maggio milanese all'insegna della qualità alimentare con gli operatori di Assofood Milano (il polo associativo del dettaglio alimentare Unione) protagonisti, dal 14 al 27, di un "percorso della cultura della qualità alimentare": 100 fra negozi ed enoteche che proporranno ai consumatori un "tour" con degustazioni, esposizioni di prodotti e momenti informa-

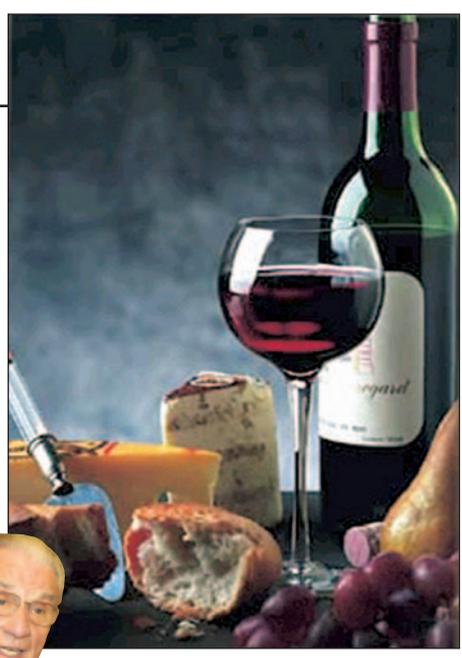
Il "percorso" fra negozi ed enoteche e a fine mese il "Gran tour" con il consorzio Fia

tivi per meglio conoscere i prodotti nostrani legati a un territorio, a un disciplinare di produzione, a

una storia. L'iniziativa di Assofood culminerà con il terzo appuntamento del Gran tour della qualità alimentare, organizzato dal Consorzio Fia, in programma dal 24 al 27 maggio.

Nei giorni di svolgimento del Gran tour

Assofood ha in previsione di promuovere



Iliano Maldini, presidente Assofood

Per maggiori informazioni gli operatori interessati possono contattare la segreteria di Assofood (tel. 027750343)

anche un concorso vetrine.



Un etilometro in discoteca

Il tema della sicurezza stradale è di grande attualità

Divertimento e sicurezza stradale: iniziativa Silb Milano che coinvolge i giovani

le forze dell'ordine. Dapprima come test in alcuni locali e poi con una diffusione

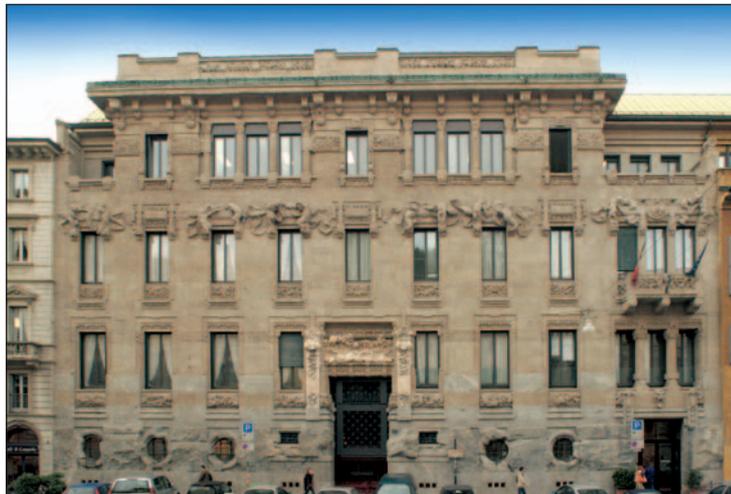
e gli operatori del Silb Milano, il Sindacato delle discoteche che aderisce ad Epam (ed Unione), intendono dare un importante contributo con una campagna che coinvolge i giovani e che il Silb vuole attuare in collaborazione con le istituzioni e

capillare, in ogni discoteca verrà posizionato un etilometro per il controllo del tasso alcolico. Nella foto anticipiamo quale sarà la locandina con l'immagine e le istruzioni che verranno collocate sugli etilometri.



Rudy Citterio, presidente Silb Milano

parliamo di...



**Sconto minimo: il 6%.
Rimborsata la cauzione
addebitata
con la sottoscrizione
del precedente contratto.
Cambio fornitore
senza interruzioni
del servizio. E gli sconti
arrivano presto. Contattare
la propria associazione**

Liberalizzazione e "clienti idonei"

Le prime aziende che hanno aderito sono quelle che sino ad oggi hanno sottoscritto il contratto con Tradecom Energia, aziende considerate "clienti idonei", cioè con un consumo di energia pari ad almeno 100.000 kWh annui (16.000 euro l'anno). La progressiva liberalizzazione del mercato dell'energia elettrica ha avuto una prima attuazione dal maggio 2003 prevedendo l'attribuzione della qualifica di "cliente idoneo" anche a tutte le partite Iva dal 1° luglio 2004.

*Con l'Unione accesso ai benefici
dell'accordo fra
Terziario Energia
e il fornitore Tradecom Energia*

Elettricità: una bolletta personalizzata e con sconti veri

Si può risparmiare sul serio – quindi con sconti chiari - sulla bolletta della luce? Si può avere – per la fornitura di energia elettrica – una bolletta personalizzata? Una risposta positiva a queste domande viene certamente dall'accordo stipulato da Terziario Energia – società dell'Unione Regionale e dall'Unione di Milano insieme alle Ascom provinciali del territorio lombardo (costituita per realizzare servizi finalizzati al risparmio energetico a vantaggio delle aziende associate) – con Tradecom Energia, società - promossa da Confcommercio – che acquista energia elettrica sul mercato libero alle migliori condizioni,

per rivenderla a prezzi competitivi.

Aderendo ai termini della convenzione tra Unione e Tradecom Energia, attraverso Terziario Energia, i benefici per le imprese milanesi del terziario sono, infatti, immediati.

L'energia elettrica costa meno: e lo si capisce

Tradecom fornisce già più di 10.000 clienti (fra di essi anche alcuni gruppi industriali) e, attraverso l'Unione, lo sconto minimo ottenibile è del 6% sul costo dell'energia elettrica. Ma in diversi casi – fa sapere Tradecom – lo sconto diventa maggiore. Alcuni esempi: alberghi con apertura annuale fra l'8 e il 10%; supermercati e discoteche fra l'8 e il 12%. Per il "cliente idoneo" (vedi a fianco) lo sconto netto sul

prezzo dell'energia elettrica è di almeno 0,55 centesimi di euro per kWh consumato. Tradotto nelle vecchie lire: 11 lire a kWh. Il mercato libero dell'energia vede il proliferare di fornitori con scontistiche in genere poco chiare. Contrariamente ad altri tipi di offerte, chi si rivolge al sistema associativo Unione per usufruire dei servizi Tradecom, non deve pagare canoni di abbonamento o rimborsi fittizi. Il risparmio effettivo è, quindi, maggiore.



Unioneinforma
aprile 2007

parliamo di...

Rimborsata la cauzione

Forse non tutti ci fanno caso, ma quando si sottoscrive un contratto per la fornitura di energia elettrica, viene addebitata anche una cauzione. Per il contratto sottoscritto, ad esempio, con l'Enel è pari, circa, a 20 lire a kWh di consumo medio. Aderendo, con l'Unione, all'offerta Tradecom Energia, questa cauzione viene rimborsata. Ciò è possibile perché Tradecom Energia rinuncia a chiedere alle aziende una cauzione o altre forme di garanzia.



Informarsi e aderire: come si fa?

Basta rivolgersi alla propria associazione di categoria o territoriale e fissare un incontro portando con sé l'ultima fattura del 2006 (fronte e retro). Per informazioni si può anche telefonare al numero verde Unione 800775000.



Sulla bolletta sconti "veloci"

La rapidità di adesione all'offerta e la sottoscrizione del contratto con Tradecom permettono all'utente di ottenere gli sconti direttamente nella bolletta elettrica a partire dal secondo mese successivo alla firma.

Nessuna interruzione di servizio quando si cambia fornitore

Attivare un contratto di fornitura con Tradecom Energia è semplice: non è richiesta alcuna modifica degli impianti, soprattutto non sono previste interruzioni del servizio. Il distributore dell'energia, infatti, sarà sempre lo stesso: cambierà solamente il fornitore (Tradecom, per l'appunto) che invierà le bollette con l'indicazione dell'importo dello sconto (un'unica fattura al mese, la fatturazione avviene entro il 15 del mese successivo alla

I "fulmini" del fisco nel caro-energia

In Italia il costo dell'energia elettrica e del gas è fra i più alti d'Europa. In occasione della presentazione del "manifesto" per una nuova politica energetica, il Centro studi Confcommercio ha analizzato i costi dell'energia. Nel nostro Paese sono applicati prezzi ben al di sopra della media europea: il 45% medio in più per gli utenti domestici e il 55% medio in più per gli altri utenti. Fra gli elementi che pesano su questo "handicap" tutto italiano, un ruolo non secondario è giocato dal carico fiscale: superiore al 20% (26,6 per i consumi domestici e 21,5 per quelli industriali) per quanto riguarda l'elettricità. Non a caso, nel quinto punto del "manifesto" Confcommercio si propone un riesame di tutte le componenti fiscali e parafiscali presenti nella filiera energetica. In particolare, occorrerebbe eliminare la doppia tassazione, costituita dal pagamento dell'imposta sul valore aggiunto su di una base imponibile che già comprende altre imposte. Si darebbe così un importante contributo per riallineare le tariffe dei prodotti energetici ai livelli europei.



fornitura). In nessun caso, va ribadito, l'erogazione della

corrente elettrica viene interrotta.

Unioneinforma
aprile 2007



Risorse complessive per 1.450.000 euro (875.000 a Milano) agli esercizi storici con il bando promosso - anche come compartecipazione finanziaria - dalla Regione Lombardia con il sistema regionale delle Camere di commercio. Beneficiarie dei fondi sono le piccole e medie imprese commerciali e artigianali che abbiano ottenuto (entro la data di chiusura dei termini di consegna previsti dal bando) il riconoscimento di "negozio storico di rilievo regionale" o di "rilievo locale". I contributi possono variare da un minimo di 7.500 ad un massimo di 30.000 euro per domanda. Contributi che possono concorrere fino al 50% del totale delle spese ammissibili.

Spese ammesse. Diverse le tipologie di spese ammissibili: dal restauro conservativo,

Attività storica: a Milano tre nuovi riconoscimenti

Un esercizio storico di rilievo regionale (la farmacia De Paoli a Salò) e dieci di rilievo locale: sono gli ultimi riconoscimenti della Regione Lombardia. Tre le imprese milanesi riconosciute "negozi storici di rilievo locale": stampe d'arte Centenari (Galleria Vittorio Emanuele), pasticceria Giovanni Galli (via Victor Hugo) e la Trattoria Masuelli (viale Umbria).

parliamo di...

Bando di Regione Lombardia e Camere di commercio

Finanziamenti per i negozi storici

alla manutenzione straordinaria, alle opere murarie e per l'abbattimento di barriere architettoniche, all'acquisto di beni strumentali, strumentazione informatica e rinnovo di attrezzature. Ma anche attività formativa, progettazione ed assistenza tecnica, promozione e affitto dei locali. Per queste ultime voci l'importo totale delle spese non può superare il 20% dell'importo totale dell'intervento ed i contributi sono interamente a fondo perduto. Per il primo gruppo di spese ammissibili i

contributi erogati sono assoggettati alla restituzione del 50% secondo un piano quinquennale di rientro (salvo nel caso in cui l'impresa beneficiaria abbia la propria sede operativa in un'area "svantaggiata").

Domande e istruttoria. Le domande per accedere ai contributi vanno presentate a partire dal 16 aprile e fino alle ore 12 del 15 maggio. L'istruttoria delle domande, in ordine di protocollo, sarà

Domande dal 16 aprile. Fra le spese ammissibili anche gli affitti

svolta dalle Camere di commercio. Le domande ammissibili accenderanno ai contributi, nel medesimo ordine, fino ad esaurimento delle risorse disponibili (e secondo la ripartizione territoriale prevista). L'istruttoria sarà comunque conclusa entro 45 giorni dalla data di chiusura del bando. Le imprese beneficiarie dovranno conclu-

Informazioni e modulistica
Il bando e la modulistica sono reperibili sui siti internet:
www.commerciofiere.regione.lombardia.it;
www.artigianato.regione.lombardia.it;
www.unioncamerelombardia.it
Per informazioni rivolgersi alla propria associazione di categoria o territoriale e alla Camera di commercio.



dere gli interventi previsti entro un anno dalla data di pubblicazione della graduatoria. Ammessi ai contributi - che saranno erogati dalle Camere di commercio - anche interventi già avviati dal 1° gennaio di quest'anno.

Unioneinforma
aprile 2007

Il commercio “racconta” Milano

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

Cornici e vetri: il negozio Pini a Monza



Biglietto pubblicitario della Ditta Pietro Pini degli anni '60 dell'Ottocento



Inventario ufficiale, dettagliato, degli oggetti presenti in bottega realizzato alla successione del figlio Geremia nel 1877



Biglietto pubblicitario della Ditta Geremia Pini della fine dell'Ottocento



La vecchia insegna dell'inizio del secolo del negozio che recita: "Pini Geremia. Successore all'antica Ditta Pini Pietro. Vetri e terraglie. Deposito bottiglie nere. Con propria lavorazione allo smeriglio"

Intorno ai vent'anni Pietro Pini, classe 1814, lascia le terre del lago di Como, in particolare di Bellagio, per sistemarsi a Monza. La lontananza dei tempi di cui stiamo parlando non ci permette di sapere di più riguardo alle origini dei Pini: sappiamo solo che probabilmente già in Bellagio, come ci racconta il nostro testimone Umberto, la famiglia aveva un'attività simile a quella che poi venne aperta da Pietro.

Tra il 1835 e il 1840 il bisnonno Pini acquista a Monza uno stabile che comprende sia la bottega sia l'abitazione. La casa è situata in via Sant'Elisabetta (dal 1861 via Achille Mapelli): il nome deriva da un attiguo convento che si trova all'angolo tra la via e la piazza, successivamente nominata Garibaldi, ed è ubicato proprio nel nucleo centrale della città, sul limite settentrionale del castrum romano, periodo cui si fanno risalire le origini di Monza. Il fabbricato può essere datato intorno alla fine del 1600, primi 1700, ed appare riportato nelle forme e nelle dimensioni attuali già nel catasto di Maria Teresa d'Austria ed in particolare nelle mappe redatte dall'ingegner Filippini del 1721.

Diversi anni dopo, nel 1854, Pietro Pini si sposa con una monzese e fonda la ditta Pini Pietro Vetraio, con negozio di terraglie, cristallerie, ceramiche e cornici sito nella parte dei locali affacciati sulla strada. Nel 1877 Pietro muore e l'attività di vetreria, terraglie e cornici viene continuata dal figlio Geremia, di soli 17 anni. Grazie ad un inventario ufficiale risalente proprio alla successione, si può entrare ancor più nel dettaglio della merceologia presente in negozio. Così troviamo in magazzino molte campane di vetro, specchi, numerose tazzine colorate, piatti ovali assortiti, zuppieri, catini e portacatini, candelieri, caf-

fettiere, statue di santi, oggetti che dimostrano la presenza di un'ampia varietà merceologica, legata anche a materiali di uso comune.

"Molto interessante - ci racconta Umberto - è l'insegna originaria del negozio ai tempi di mio nonno che indica la scritta 'Pini Geremia successore all'antica ditta Pini Pietro.

Deposito di bottiglie nere con propria lavorazione allo smeriglio': le bottiglie nere erano quelle bottiglie che venivano utilizzate per imbottigliare il vino, una pratica comunemente diffusa in tutte le famiglie, per cui la nostra ditta era fornita di un capiente deposito".

Il nostro testimone prosegue spiegando che anche la lavorazione allo smeriglio era tipica di quei tempi: era fatta col metodo della sabbiatura che veniva realizzata sia sulle bottiglie

di vino, sia su quelle "misure" che erano utilizzate nei pubblici esercizi (ristoranti, bar, trattorie), per indicare il quarto di litro, il mezzo litro, e così via. Spesso queste si personalizzavano, sempre con la tecnica dello smeriglio, con il nome dell'esercizio commerciale dove venivano utilizzate. Infine un'altra lavorazione dello smeriglio che il laboratorio Pini realizzava in quegli anni era quella sulle lampade a petrolio utilizzate per l'illuminazione pubblica o per i trasporti, per esempio sulle carrozze e sui tram che spesso portavano una dicitura indicante l'ente proprietario o la ditta che svolgeva quel determinato servizio.

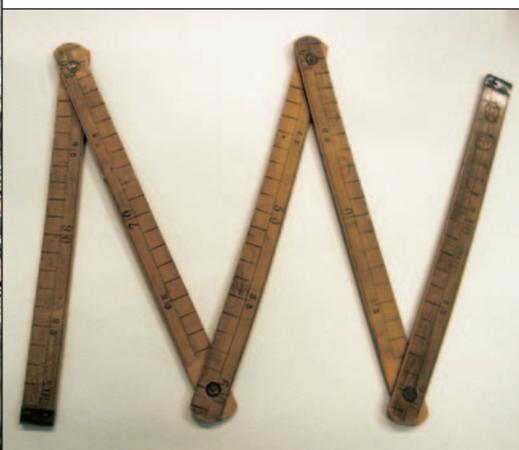
Nel 1889 Geremia si sposa con Ida, da cui avrà 4 figli (Car-



La famiglia Pini nel 1916 in occasione del venticinquesimo anno di matrimonio. Al centro i coniugi Geremia e Ida, i figli Carlo e Giuseppe bambino, le figlie Emilia, a destra, e Maria



Gli attrezzi di lavoro originali per lavorare il vetro



Un metro misura originale. Su tutto l'attrezzo sono visibili i timbri di idoneità alla misura impressi alla visita di controllo



Il catalogo delle vetrate: sono vere riproduzioni in miniature di vetrate artistiche realizzate all'inizio del secolo scorso

Io, Giuseppe, il padre del nostro testimone, Emilia e Maria). Tutti collaborano in misura diversa alla gestione della ditta di famiglia che continua a svolgere un'attività di tipo commerciale e una di tipo artigianale legata alla lavorazione del vetro e delle vetrate profilate a piombo di cui il nostro testimone mantiene interessanti utensili e bellissimi disegni: "Molti dei disegni realizzati all'epoca di mio nonno sono utilizzati ancora oggi per realizzare vetrate con lo stesso tipo di lavorazione artigianale".

Il 22 aprile 1911, con notifica n. 2850, la ditta "Pini Geremia fu Pietro" viene iscritta al registro ditte presso la Camera di commercio di Milano, denominazione mantenuta fino al 5 luglio 1932 quando il titolare ne fa donazione ai figli Carlo e Giuseppe Pini che costituiscono la ditta "Pini Geremia dei fratelli Pini".

Nel 1940 Carlo viene richiamato al fronte per lo scoppio della Seconda guerra mondiale e decide di lasciare tutta l'attività al fratello Giuseppe che chiamerà la ditta "Pini Geremia di Giuseppe Pini". Carlo sapeva che tornato dal fronte avrebbe comunque scelto di svolgere l'attività professionale di ragioniere che in effetti professò fino alla sua morte nel 1951.

Come spesso accade il negozio vive un periodo piuttosto difficile durante il conflitto. Anche Giuseppe viene richiamato alle armi, la nonna Ida ormai è piuttosto anziana e le due sorelle, insieme ad alcuni collaboratori più anziani, portano avanti l'attività con le difficoltà legate al periodo: "Certi tipi di approvvigionamento erano contingentati - ci dice Umberto Pini - c'erano regole precise e molto limitanti per l'assegnazione dei materiali adibiti alla vendita. Questo avvenne anche nel primo periodo post-bellico".

Nel 1951 Giuseppe sposa Angela che da subito collabora nella ditta nonostante l'arrivo di tre figli (Umberto, Carla e Ida). La comunicazione diretta tra casa e bottega fa sì che Angela, con grande impegno, sia in grado di portare avanti la cura domestica e l'occupazione in negozio, che aumenta con gli anni anche perché per più di 40 anni Giuseppe si dedicherà alla vita d'associazione: sarà tra i soci fondatori dell'Unione commercianti di Monza e circondario, dal 1948 fino al 1988 ne sarà presidente e vicepresidente provinciale a Milano collaborando direttamente con i presidenti che si sono succeduti.

Il negozio continua sulla strada tracciata dalle generazioni precedenti, l'attività rimane sempre molto articolata: continua l'attività artigianale di vetri e cornici accanto all'attività commerciale legata alla vendita di terraglie, vasi per giardini, bottiglie, lampade, vetri per lampade e cristallerie. Il boom edilizio degli anni Sessanta porta la ditta Pini ad espandere l'attività legata alla realizzazione di vetri per l'isolamento acustico e termico, cristalli di sicurezza e piccole manutenzioni che fanno crescere il numero di collaboratori della ditta fino ad arrivare a 14 addetti.

Il negozio subisce una prima ristrutturazione

Il commercio “racconta” Milano

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



Umberto Pini mostra i disegni originali, ancora oggi utilizzati, per la realizzazione delle vetrate

Cerimonia in occasione della visita del Cardinale Colombo alla sede dell'Unione di via Belgioioso. Sta parlando in piedi l'allora presidente dell'associazione Origlia, mentre Giuseppe Pini è alla sinistra del Cardinale (fine degli anni '60)



Giuseppe Pini ad una cerimonia in Unione nel 1983 (è possibile vedere Carlo Sangalli alla sua sinistra)

in cui rimane il laboratorio interno, ma vengono adibiti alla sola vendita e allo stoccaggio del materiale venduto i due locali sulla strada.

Nel 1977 con l'ingresso dei figli Umberto e Carla Pini, l'azienda da individuale diventa familiare e nel 1985, in base alle nuove norme di legge, viene trasformata in società in nome collettivo con la denominazione "Pini Geremia di Giuseppe Pini e C. snc". "Oggi il nostro è più un servizio di qualità che facciamo alla clientela – ci spiega il nostro testimone - Abbiamo un settore che è quello storico della nostra attività che si concentra sulle vetrate legate a piombo, così come si facevano un tempo, con la stessa manualità, con gli stessi materiali che venivano utilizzati allora. In quest'ambito abbiamo realizzato per il Duomo di Monza alcuni lucernari con determinate caratteristiche, con cristalli e ricostruzione di opere d'arte; abbiamo realizzato un altro importante intervento per il Santuario della Madonna delle Grazie. E poi c'è il nostro grosso lavoro dal punto di vista artigianale, che è quello della confezione di cornici per quadri e specchiere".

Umberto ci descrive successivamente molti altri prodotti che oggi caratterizzano il suo negozio e che vengono scelti con cura da lui e da sua sorella presso artigiani e piccole aziende che hanno come priorità la qualità del prodotto: "Gli articoli che abbiamo recentemente rilanciato per una vecchia tradizione del nostro negozio sono, ad esempio, i presepi artistici: abbiamo presepi di legno dell'Alto Adige o presepi in terra cotta di Caltagirone; abbiamo delle statue in peltro che vengono importate dalla Francia; per le cornici ci approvvigioniamo da produttori toscani, dell'area fiorentina e senese. Altri prodotti legati all'industria del legno, come piccoli mobili e complementi d'arredo, provengono dal Veneto; poi abbiamo dello Sheffield inglese che chiaramente proviene da quella terra; peltro della zona del Bresciano, dove c'è una forte tradizione nella lavorazione dei metalli".

Grazie alla ricerca costante dei prodotti artigianali nelle località tipiche di produzione e alla frequentazione delle due grandi fiere di settore (il Macef di Milano e il Saca, Salone delle cornici, di Bologna) il negozio artigianale Pini ha mantenuto la tradizione e la qualità della propria offerta.

Negli anni Novanta i locali del negozio hanno vissuto una nuova ristrutturazione che ha portato in evidenza alcuni elementi decorativi della casa ed ha cercato di creare maggior omogeneità alla struttura e all'arredo delle sale. In quest'occasione è stato necessario anche chiudere il passaggio diretto tra l'abitazione e la bottega, che tanto utile era stato ai tempi di nonna Ida e mamma Angela, perché la vendita di prodotti preziosi, come l'argento, impone al titolare dell'attività la separazione netta tra casa e negozio.

Umberto, successivamente, illustrandoci il suo impegno in associazione - che lo ha visto essere per diversi anni vicepresidente dell'Unione commercianti di Monza e, dal 2004, presidente - si sofferma ad analizzare il territorio di Monza, le sue opportunità di sviluppo e le sue difficoltà: "Certamente gli aspetti negativi dello sviluppo del tessuto commerciale di questi ultimi anni sono dati dalla proliferazione della grande distribuzione nei territori contermini che, oltre ad esercitare una concorrenza diretta su alcune attività commerciali, esercita comunque una forte attrazione spostando la frequentazione dalle zone centrali di Monza verso altri punti di aggregazione. Inoltre la città non si è dotata di alcune strutture necessarie, come i parcheggi o una maggior viabilità, per cui vi è una certa difficoltà a raggiungere il centro della città di Monza.

Per ultimo, negli anni scorsi, sono state pedonalizzate solo le tre vie principali della città: questo ha fatto sì che in quelle strade si sia riscontrata una forte lievitazione dei costi immobiliari che ha provocato l'espulsione di molte attività tradizionali e storiche e, nello stesso tempo, si è creato un impoverimento del tessuto delle vie secondarie -



Il commercio “racconta” Milano

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



Umberto Pini e la sorella Maria Paola

come può essere la nostra – che, avendo una scarsa appetibilità dal punto di vista commerciale, sono state trascurate”.

Nello stesso tempo Umberto ci tiene a sottolineare che Monza ha grandi potenzialità che devono essere maggiormente sviluppate e valorizzate: è sede di uno dei tribunali più importanti d'Italia per cui sono presenti nel centro di Monza più di 190 studi legali che chiaramente permettono una frequentazione di persone, spesso di un livello di reddito medio-alto con, senz'altro, importanti ricadute in termini economici, sia sul commercio tradizionale che sui pubblici esercizi.

Monza ha davanti a sé la possibilità di potenziare lo sviluppo turistico, legato a un territorio che ha subito in questi ultimi anni un forte processo di terziarizzazione (con il trasferimento e la chiusura di molte imprese manifatturiere e stabilimenti): uno sviluppo turistico legato a monumenti importanti come il Duomo di Monza, il museo, alcune chiese del centro, la Villa Reale, le ville della Brianza; senza contare quale capacità attrattiva possano avere il Gran premio di Formula

Uno e l'autodromo, con le tante manifestazioni, le gare e gli appuntamenti che l'impianto è capace di creare. Si tratta, in questo caso, di creare un legame più stretto tra la città e l'autodromo in modo che si crei un vero interscambio culturale ed economico.

Tutto questo, secondo Umberto, potrà trovare un adeguato luogo di ascolto e di intervento nella costituenda Camera di commercio di Monza e Brianza della quale il nostro testimone è membro del Comitato di presidenza della Consulta.

In ultimo chiediamo a Umberto e Carla come vedono il futuro. Umberto ci confessa che: “Fare il commerciante oggi è davvero difficile perché questa attività è legata troppo intensamente al contesto ambientale e territoriale che la circonda; certamente questo è uno degli aspetti fondamentali dell'impresa, anzi è quasi

una parte dell'azienda stessa; però è quella parte dell'azienda che non è gestibile dall'imprenditore per cui vi sono delle effettive difficoltà che spesso non sono legate alla capacità imprenditoriale, alla lungimiranza, alla voglia di lavorare, alla possibilità finanziaria, ma sono difficoltà che siamo costretti a subire. Questo è forse l'aspetto più negativo del nostro lavoro; è un aspetto che i giovani che intraprendono un'attività di questo tipo

devono tenere in considerazione perché è un lavoro che può dare grandi soddisfazioni, ma può anche non rispondere a quelle aspettative che ci si propone”.



Un particolare dell'interno del negozio



La colonna di legno del negozio risale alla fine del 1800. La famiglia Pini ha voluto mantenere e mostrare il piano inferiore del pavimento originario da cui parte la colonna e la particolare lavorazione del tavolo



L'esterno del negozio

Sara Talli Nencioni

(con la collaborazione di Andrea Strambio)



La copertina del Listino aziende 2007 di Fimaa Milano

A Milano acquistare un negozio costa in media 3.078 euro al metro quadrato (dato secondo semestre 2006, + 2% rispetto all'anno precedente). Sono cresciuti i prezzi medi in particolare sulla Cerchia dei Bastioni (+ 3,7%, ancor più che nel centro città + 1,8%) mentre un leggero decremento (-0,2%) si registra nella cerchia della Circon-



Numero dei negozi: a Milano torna il segno + ma solo nel non alimentare

Un saldo attivo, tutto nel non alimentare (non sono ancora disponibili dati più precisi suddivisi per merceologia) per il commercio milanese nel 2006: 585 negozi in più. Ulteriore discesa, invece, nell'alimentare: 218 negozi in meno. Complessivamente i negozi (dati di fonte del Comune di Milano) sono 23.623 con una crescita dell'1,6% rispetto al 2005. Aumentano ancora i pubblici esercizi: 6.150 al 31 dicembre 2006 contro i 6.116 di fine 2005 con un + 0,6%.



Presentato il Listino Aziende 2007 di Fimaa Milano (il Collegio degli agenti d'affari in mediazione) con i valori delle attività commerciali e di affitti/bonuscite nelle principali vie dello shopping

Negozi milanesi: affitti alti e bonuscite in calo

vallazione. Prezzi stabili, perché già molto alti, nelle zone più care: al top

Spiga-Montenapoleone dove un negozio costa mediamente 21.500 euro al metro quadrato. In corso Vittorio Emanuele-piazza San Babila il costo medio è di 14.250 euro al metro quadrato e il valore medio al metro quadrato nelle vie commerciali è di 13.883 euro (+0,6% rispetto al 2005). Questi dati sui valori immobiliari dell'Ufficio Studi di

Sempre sostenuta la richiesta di pubblici esercizi

Fimaa Milano (il Collegio degli agenti d'affari in mediazione aderente

all'Unione di Milano) fanno da scenario alle rilevazioni del Listino Aziende 2007 che Fimaa Milano ha presentato.



Domenico Storchi
presidente Fimaa Milano

Listino Aziende Fimaa Milano: come è fatto

I dati del Listino aziende di Fimaa Milano riguardano i valori delle attività commerciali (parametrizzazione sull'incasso annuo e, in alcuni casi, sull'utile lordo delle aziende). Valori che vengono suddivisi, nella merceologia presa in esame, tenendo conto dell'ubicazione e dell'anzianità dell'arredamento e delle attrezzature dell'esercizio commerciale. Il Listino Aziende di

Fimaa Milano fornisce anche un sintetico giudizio sull'andamento della domanda e dell'offerta nelle varie tipologie d'azienda.

“Nel Listino – spiega Gianni Larini, coordinatore del gruppo rilevatori di Fimaa Milano – si trovano le rilevazioni sulle quotazioni delle attività commerciali oltre che di Milano, di Bari, Catania, Firenze e Roma”. Per il 2008 è allo studio un allargamento delle rilevazioni anche ad altre città.

“Il Listino – rileva Domenico Storchi, presidente di Fimaa Milano - fornisce, inoltre, indicazioni sulle bonuscite e gli affitti per i negozi delle maggiori vie commerciali”.

Unioneinforma
aprile 2007



Il pubblico esercizio piace sempre

I pubblici esercizi, per i quali sussiste ancora una forma di contingentamento, sono a Milano sempre richiesti. Nel 2006 sono state 874 le domande per aprire un bar. Le nuove aperture effettive sono state 44, ma fatti salvi i requisiti igienico-sanitari, le domande potenzialmente accettate dovrebbero essere circa 300. Lionella Maggi, vicepresidente vicario di Fimaa Milano e responsabile del settore aziende, conferma come i "I pubblici esercizi mantengono una buona domanda".

Affitti "stabilmente" elevati

Affitti medi mensili stabili – anche perché già elevati – per i negozi di alcune delle vie commerciali di Milano prese in esame dal Listino Aziende 2007 di Fimaa Milano: dai circa 23.000 euro di via Montenapoleone, ai quasi 19.000 euro di corso Vittorio Emanuele e via della Spiga, ai 12.500 euro di via Manzoni per poi, man mano scendere fino ai quasi 4.000 euro di via Paolo Sarpi e corso San Gottardo. I dati si ricavano elaborando le rilevazioni degli affitti annui per metro quadrato indicate dai ricercatori Fimaa - con una forbice minima e massima - e prendendo come riferimento un valore medio di questa forbice con locali dalla dimensione di 100 metri quadrati.

Valori delle buonuscite: si salvano le vie della moda

Se gli affitti sono alti, le buonuscite calano, in particolare al di fuori delle vie del centro.

Ecco i valori rilevati nel Listino di Fimaa Milano (valore indicato dai ricercatori Fimaa sempre con una forbice minima e massima):

- via Montenapoleone e corso Vittorio Emanuele (da 2 a 5 milioni di euro) – per via Montenapoleone cresce di 500 mila euro il valore minimo, ma cala di altrettanto il valore massimo; per corso Vittorio Emanuele i valori restano stabili;
- Galleria Vittorio Emanuele (da 1,5 a 3 milioni di euro – valori stabili);
- via della Spiga (da 1,5 a 2,5 milioni – valori stabili);
- corso Venezia (da 500mila a 2 milioni di euro – valori stabili);
- via Dante (da 500mila a 1,6 milioni di euro – cala il valore massimo di 400mila euro);
- via Manzoni (da 500mila a 1,2 milioni – in calo il valore massimo di 300mila euro);
- corso Buenos Aires (da 400mila a 1,5 milioni – valori stabili);



- corso Vercelli/via Belfiore (da 300mila a 1 milione – cala il valore massimo di 500mila euro);
- via Torino (da 250.000 a 1,2 milioni – valori stabili);
- corso di Porta Ticinese (da 150mila a 300mila euro – in calo di 50mila euro il valore minimo e dimezzato il valore massimo);
- corso XXII Marzo (da 150mila a 350mila euro – in calo di 50mila euro il valore minimo, in calo di 150mila euro il valore massimo);
- corso Como (da 100mila a 300mila euro – in calo di 50mila euro il valore minimo e di 200mila euro il valore massimo);
- corso Genova (da 100mila a 200mila euro – in calo di 20mila euro il valore minimo e di 100mila euro il valore massimo);
- via Paolo Sarpi (da 50mila a 120mila – scende di 10mila euro il valore minimo e di 60mila euro il valore massimo);
- corso San Gottardo (da 40mila a 80mila euro – scende di 10mila euro il valore minimo e di 20mila euro quello massimo).

Le attività più quotate

Il Listino Aziende 2007 di Fimaa Milano conferma le tendenze già emerse lo scorso anno: sono le ricevitorie/giochi ad essere fra le attività commerciali più quotate. Le maggiori richieste percentuali di incremento di valutazione per esercizi in ubicazioni primarie a Milano riguardano, infatti, i generi di monopolio e ricevitorie giochi (270/310% sull'aggio annuo); significativo il valore anche per le edicole con chiosco (250/300% sull'utile lordo) e delle autorimesse (240/300% sull'incasso annuo al netto di Iva). Buona quotazione per i bar (tavole fredde e tavole calde): 160/180% dell'incasso annuo al netto di Iva. A valori inferiori c'è mercato per centri estetici-solarium e, in alcune tipologie, per le ubicazioni primarie (telefonia, mobili, fiori, panifici).

SEGNALIAMO CHE...

Canone occupazione suolo pubblico Milano: controlli del Comune

Il Comune di Milano – informa Epam, l'Associazione milanese dei pubblici esercizi - è impegnata nei controlli per l'imposta comunale della pubblicità e il canone occupazione spazi ed aree pubbliche. È stata incaricata la Maggiori Tributi spa di predisporre un censimento capillare del territorio comunale anche mediante l'utilizzo di apparecchiatura fotografica. La Maggiori Tributi – il personale opererà munito di apposito tesserino

di riconoscimento - non è comunque autorizzata ad effettuare alcun tipo di riscossione. Gli operatori che intendessero verificare la propria posizione e ricevere chiarimenti possono contattare il Punto informativo presso gli Uffici del Settore pubblicità e servizi ambientali, in largo De Benedetti, ai numeri 02.88454604 – 54605 – 54606, fax: 02.884.54609. Per informazioni contattare l'ufficio licenze di Epam (tel. 02/7750446).


 associazioni

Albergatori milanesi Alberto Sangregorio rieletto presidente di Apam

Riconferma per acclamazione di Alberto Sangregorio alla presidenza di Apam, l'Associazione milanese degli albergatori che a Milano e provincia associa oltre 400 strutture. Nel box a fianco, oltre a Sangregorio, riportiamo i nomi del nuovo direttivo di Apam eletto dall'assemblea per il prossimo quadriennio.
Revisori dei conti:
 Paola Bertolio (*Hotel Carrobio*); Leopoldo Parrottino (*Hotel Serena, Hotel Trieste*); Luigi Alfieri (*Hotel Nuovo*

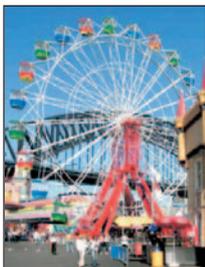
Direttivo, revisori dei conti e probiviri: tutti i nomi
 Marghera).
 Probiviri di Apam sono: Giuseppe Di Magli (*Hotel Palazzo delle Stelline*); Valeria Ghezzi (*Hotel Raffaello*); Gianfranco Doni (*Hotel Astoria, Hotel Madison, Hotel Lido*).
 Prossimi adempimenti le cooptazioni e la nomina dei vicepresidenti.



Alberto Sangregorio

Il nuovo consiglio direttivo di Apam

Andreina Belotti (*Hotel Nuovo Monopole*); Alberto Bulgheroni (*Hotel Mediolanum, Hotel Sanpi*); Edward Coffrini (*Hotel Admiral*); Carmine Casella (*Hotel Aurora*); Antonio Castella (*Hotel Ascot Binasco*); Giuseppe Costa (*Hotel Agape*); Giacomo Doni (*Hotel Astoria, Hotel Lido*); Carlo Fontana (*Hotel Berna*); Walter Filippi (*Hotel Domenichino*); Alberto Fracassi (*Hotel Capitol*); Guido Gallia (*Hotel Cavour*); Leonardo Groppelli (*Hotel Grand Visconti Palace, Hotel Mozart, Hotel Soperga*); Alyssia Mancino (*Grand Hotel et de Milan, Hotel Straff*); Maurizio Naro (*Four Points Sheraton, Motel Regal, Motel Rona, Motel Miami, Motel Charly*); Angelo Orlando (*Hotel Catalani & Madrid - Hotel Bernina*); Raffaele Paletti (*Hotel Mirage, RTA Desenzano, RTA Biancacroce, RTA Lepontina*); Walter Pecoraro (*Milan City Hotel*); Giuliano Ramazzina (*Mercure Milano Centro Porta Venezia, Settimotel*); Riccardo Ratti (*Hotel City*); Filippo Seccamani (*Hotel Galles*); Sofia Gioia Vedani (*Hotel Enterprise*); Walter Verri (*Hotel Johnny*); Pietro Viscardi (*Hotel Cristoforo Colombo, Hotel Felice Casati, RTA Cerva*); Emanuele Vitrano (*Hotel Carlyle Brera, Hotel Ariosto, Hotel Zurigo*).
 Nel direttivo Apam (come past-president) il presidente di Federalberghi Lombardia Remo Eder (*Antares Hotel Accademia, Concorde, Rubens*).



Giostrai, spettacoli itineranti "Una" ha aderito all'Unione

Ha aderito all'Unione di Milano "Una", l'Unione nazionale attrazionisti, associazione alla quale aderiscono le imprese di giostrai e spettacoli itineranti. Presidente di Una è Umberto Rocco. Oltre il 30% degli operatori associati ad Una svolge la propria attività a Milano e provincia.



Insegne Luminose
 info@dmpubblicita.191.it

Tel. 0292169122

fax 0292169954

Ai soci Unione e delle associazioni aderenti è riservato uno sconto del 15% per la realizzazione delle insegne

SEDE PRODUZIONE via Brescia, 22 Pioltello

Unioneinforma
 aprile 2007



E Assomobili conferma Marco Galbiati alla presidenza

Creazione della giunta e consiglio direttivo con esponenti della provincia sono le novità del recente rinnovo delle cariche sociali di Assomobili, l'Associazione milanese dei commercianti mobili e arredamento che ha visto la riconferma a presidente di Marco Galbiati (Milano, F.lli Galbiati) e, come vicepresidenti, di Dario Martinalli (Milano, Arredamenti 2 Emme) e Mauro Tambelli (Milano, Arredare). Fanno parte della giunta di Assomobili anche Giuseppe Cazzaniga (Verano Brianza, Interni), Giovanni Mandelli (Carnate, F.lli Mandelli), Maurizio Ricupati (Milano, Mav Arreda) e Rosanna Tozzo (Canegrate, Tozzo Arredamenti). Il direttivo dell'Associazione è completato da Alessandro Barni (Paina, Happening House), Franco Belfiore (Milano, Arredamenti Duomo), Adolfo Marignoli (Milano, Arredamenti Marignoli) e Marco Torrani

Creata la giunta dell'Associazione milanese e nel direttivo ci sono anche rappresentanti della provincia. Prosegue l'impegno per un'immagine coordinata della categoria

(Milano, Italthome Le Sedie). Assomobili proseguirà negli sforzi già avviati per un'immagine coordinata e rinnovata della categoria con la volontà di creare interesse intorno al comparto anche con iniziative che diano visibilità sul territorio.

Marco Galbiati, rieletto presidente di Assomobili, il logo e la vetrofania (punto vendita associato) dell'Associazione



Con i Pics a Pozzo d'Adda è nata la piazza IV Novembre

Inaugurata a Pozzo d'Adda (frazione Bettola) la piazza IV Novembre realizzata attraverso il bando relativo ai Pics (Piano integrato per la competitività di sistema). Con l'Unione l'Ascom di Trezzo sull'Adda ha supportato l'Amministrazione comunale in tutte le fasi necessarie per accedere al bando regionale.

Alla cerimonia di inaugurazione hanno partecipato esponenti politici di diversi paesi del circondario, i rappresentanti delle associazioni commerciali territoriali di Trezzo e Cassano d'Adda, molti cittadini. Rinfresco finale offerto da alcuni operatori commerciali di Pozzo d'Adda (Pizzeria Brothers & Sister - Osteria di via Milano - Pasticceria Plaza Café - Bar Cooperativa Riggio). L'intervento del sindaco di Pozzo d'Adda Giancarlo Quadri è stato caratterizzato dal ricordo del ventottenne Andrea Laffranchi, una delle vittime della tragedia all'aeroporto di Linate. Momento significativo è stata anche la lettura di un brano dell'opera che l'attore Giulio Cavalli sta presentando in giro per i teatri, intitolato "Linate 8 ottobre 2001: la strage".

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

FOTOCOMPOSIZIONE 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
aprile 2007



associazioni

Maestri macellai all'Alzaia Naviglio Grande

L'Associazione macellai di Milano è presente (il 15) con alcuni gazebo sull'Alzaia Naviglio Grande in occasione della manifestazione "Fiori e Sapori".

Venti maestri macellai si alternano offrendo in degustazione piatti di carne fredda e preparando composizioni di "fiori di carne". Contestualmente vengono distribuiti opuscoli informativi sulla qualità delle preparazioni a base di carne. Il ricavato delle offerte – segnala l'Associazione - verrà, come ormai tradizione, devoluto in beneficenza.

Associazione Macellai
di Milano
e Provincia



Imprese di pulizia: corso in "rosa" di Alis

Alis Milano, in collaborazione con il Capac-Politecnico del Commercio, ha organizzato un corso per addetti alle pulizie. L'iniziativa, finanziata dal Fondo Sociale Europeo, è destinata alle

donne in cerca di occupazione. Il corso, della durata di 300 ore, prevede uno

stage formativo presso le aziende associate che forniscono un tutor da affiancare alle allieve.



Asili nido: con Assonidi campagna di marketing nel Nord Milano

Assonidi, l'Associazione che riunisce gli asili nido privati, in collaborazione con le Ascom territoriali di Bollate, Desio, Seregno e Seveso, ha avviato una campagna di marketing associativo nella provincia. A marzo si è svolta una prima riunione intermandamentale presso la sede dell'Ascom di Desio. All'incontro hanno partecipato oltre 15 imprenditrici del settore che hanno avuto modo di conoscere i servizi Assonidi /Unione: si è trattato –

rileva l'Associazione – di un significativo momento di approfondimento per conoscere e discutere le problematiche del comparto.

Ente Mutuo assemblea il 25 maggio

ENTE MUTUO di ASSISTENZA tra gli ESERCENTI il COMMERCIO della PROVINCIA di MILANO

I Soci dell'Ente Mutuo di Assistenza tra gli Esercenti il Commercio della Provincia di Milano sono convocati in Assemblea ordinaria presso la sede sociale di Milano, corso Venezia 47/49 alle ore 8 del 30 aprile 2007 per discutere e deliberare sul seguente

ordine del giorno

- 1) Comunicazioni del Presidente;
- 2) Conto consuntivo esercizio 2006 e relazione del Consiglio di Amministrazione;
- 3) Relazione del Collegio dei Sindaci;
- 4) Conto preventivo esercizio 2007;
- 5) Regolamento interno delle assistenze per l'anno 2007
 - Forme Tipo B-C-D-Dplus;
 - ratifica delle modifiche apportate dal Cda;
- 6) Rinnovo cariche:
 - Consiglio di Amministrazione
 - Collegio dei Sindaci
 - Collegio dei Provisori
- 7) Emolumenti ai componenti il Collegio dei Sindaci;
- 8) Varie ed eventuali.

Non intervenendo, all'ora e giorno indicati, il numero legale dei Soci, l'Assemblea procederà in seconda convocazione, che s'intende sin da ora fissata nello stesso luogo e con il medesimo ordine del giorno,

per le ore 14 di venerdì 25 maggio 2007

In tal caso, l'Assemblea sarà ritenuta valida qualunque sia il numero degli intervenuti.

Si comunica che i documenti annessi alla relazione sul conto consuntivo 2006 potranno essere consultati presso la sede sociale dell'Ente, cinque giorni prima dell'Assemblea.

www.faini.it *Speciale Cantieri*

a 15 Km da Milano/Linate - Servizio FF.SS - adiacenze Vignate

LISCATE *Cantiere esente mediazione*

Casine San Pietro

✓ **Mono - Bi - Tri - Quadri**
LOCALI a partire da € 115.000

Consegna fine 2007

POSSIBILITA' di PERSONALIZZAZIONI!

MUTUI PERSONALIZZATI
PERMUTA vostro IMMOBILE

Filiale di MELZO
via Matteotti, 30
Tel: 02 95737229
melzo@faini.it

Tel. 02 95739809

CHIAMATA GRATUITA
NUMERO VERDE
800-206320

Unioneinforma
aprile 2007



associazioni

E' diventata nazionale la ricerca promossa da Assintel (imprese Ict) sul "digital divide"

Personal computer e internet: per tanti ma non per tutti

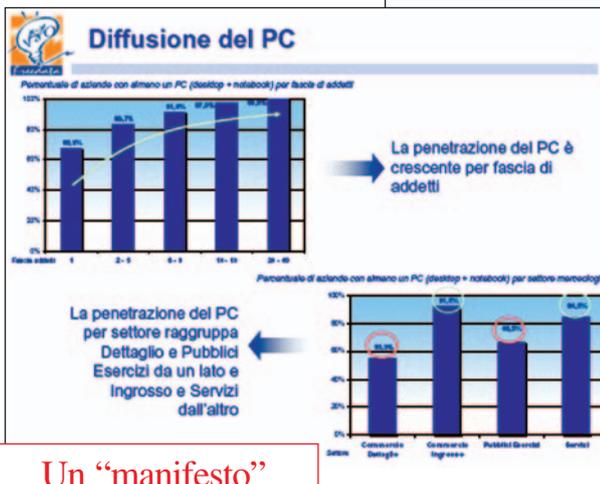
Oltre il 26% delle imprese italiane che operano nel commercio al dettaglio e all'ingrosso, nei pubblici esercizi e nei servizi dichiara di non possedere un personal computer (uno o al massimo due il 57%) e, se circa il 69% delle aziende ha una connessione in rete (in prevalenza - 78,8% - banda larga), solo il 38,3% dispone di un sito Internet (percentuale che scende al 31,4% per le ditte individuali).

Le aziende individuali con almeno un pc sono circa il 67% del totale, percentuale che sale a quasi l'84% nelle imprese con un numero di addetti fra 2 e 5. Si arriva, infine, al possesso del pc per la quasi totalità delle imprese fra i 20 e i 50 addetti. Sono alcuni dei dati emersi dalla ricerca "Il digital divide nella micro e piccola impresa italiana" che Assintel, l'Associazione nazionale delle imprese Ict (Information, communication & technology) - con Confcommercio - ha commissionato alla società Freedata.

Indagine realizzata su un campione di 3.324 imprenditori fra il novembre e il dicembre 2006 e un po' "figlia" di un'analoga indagine, in quell'occasione solo per Milano e provincia, condotta da Assintel due anni fa. Nell'indagine, nata per conoscere in modo approfondito il



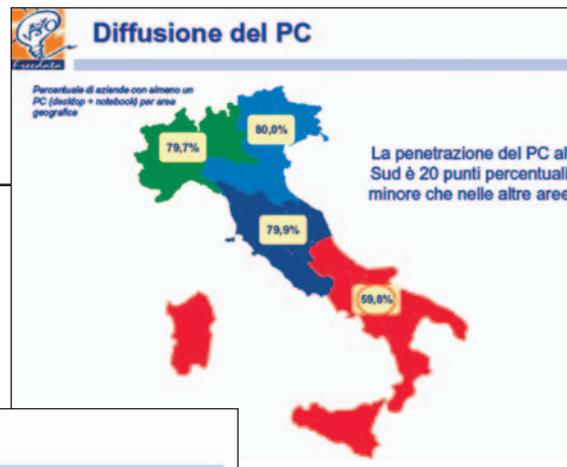
Giorgio Rapari, presidente di Assintel



Un "manifesto" per l'innovazione

divario digitale inteso come grado di sviluppo delle tecnologie, è stato analizzato il livello di utilizzo dell'Ict con relativi atteggiamenti e percezioni in proposito. "Occorre creare cultura fra le aziende, e il nostro compito - afferma Giorgio Rapari, presidente di Assintel - è proprio quello di aiutare sempre più a prendere confidenza con gli strumenti tecnologici attraverso programmi mirati; oltre ad offrire una corretta comunicazione dei benefici che la tecnologia può fornire per il proprio business e per entrare a pieno titolo nelle dinamiche del mercato".

Con un livello tecnologico più avanzato risultano i servizi (84,5%) ed il commercio all'ingrosso (91,8%) mentre la diffusione tecnologica è minore nei pubblici esercizi (66,5%) e nel commercio al dettaglio (55,3%).



Oltre il 50% delle aziende ha dichiarato di non avere un server, solo il 12,8% di utilizzare palmari, mentre più del 40% fa

uso di stampanti. E nove aziende su dieci usano il fax. Elevato anche l'uso di fotocopiatrici: 78,3%. Il 64,8% delle aziende ha attivato almeno una linea di telefonia mobile per svolgere la propria attività imprenditoriale. Tra le aziende dotate di almeno un personal computer i programmi più diffusi sono quelli Office di videoscrittura (90,7%) e i fogli elettronici (81,7%) mentre già meno scontato appare l'impiego di programmi per le presentazioni (35%) e di database (22%).

I dati di questa ricerca sono stati illustrati a Milano e a Roma. Nella capitale l'occasione è stata il convegno "Proposte per connettersi allo sviluppo" con la presentazione del "Manifesto dell'innovazione", documento che, negli intendimenti di Assintel e Confcommercio, vuol essere la base di partenza per un confronto fra imprese e istituzioni.



Assemblea di Figisc Milano: il presidente Luca Squeri (in primo piano) e il segretario generale Unione Gianroberto Costa

Completate le cariche sociali di Figisc Milano (il sindacato dei gestori carburanti) dopo la riconferma di Luca Squeri, da parte dell'assemblea, a presidente dell'Associazione (vedi *Unioneinforma* di marzo a pagina 3 n.d.r.).

Vicepresidenti sono Giuseppe Elia e Vincenzo Pezzuto.

Completano il direttivo i consiglieri di Milano Stefano Cantarelli, Ivano Casolo, Angelo Ciriello, Aldo Corsini, Francesco Denise, Sergio Ferrario, Tiziana Figini, Agnese Galli, Aristide Prada, Raffaele Sisca, Lorenzo



Figisc Milano: il direttivo

Torzini, Antonio
Travisano, Massimo
Urbinati
Arkadi e della
provincia Carmelo
Romeo,
Cristina

Casamassima, Marco
Clerici,
Giovanni Curioni,
Gianluigi
Facciolati, Paolo
Fumagalli,
Michele Lepre,
Emanuele
Paleari, Giovanni
Petrocelli,

**Gestori carburanti:
completate le cariche
sociali dopo la riconferma
di Luca Squeri a presidente.
Vicepresidenti Giuseppe Elia
e Vincenzo Pezzuto**

Giordano, Ivano
Gonella,
Carlo Rusconi. Presidenti
onorari di Figisc Milano
sono Guido Donelli e
Giuseppe Guardì.

Antonio Zito.
Cooptati in consiglio
(ma senza diritto di voto):
Fabrizio Baldon,
Giovanni Caputo,
Gaetano

SEGNALIAMO CHE...

"Inglese per la traduzione di documenti economico-finanziari: corso di Federcentri Milano" - Nell'ambito della formazione finanziata dal Fondo Sociale Europeo, Federcentri Milano (l'Associazione dei centri di traduzione e interpretariato - tel. 027750290) promuove il corso (gratuito e riservato agli associati - frequenza obbligatoria per i partecipanti): "Inglese per la traduzione di documenti economico-finanziari". Il corso, della durata di 20 ore, affronta con un approccio metodologico comunicativo la tematica della microlingua inglese nel settore economico-gestionale e intende fornire ai partecipanti gli strumenti necessari per una corretta interpretazione e traduzione del bilancio e dei documenti correlati. Le date di svolgimento del corso (che si svolge presso il Capac-Politecnico del Commercio in viale Murillo 17) sono l'8, il 10, il 15 e il 17 maggio.

SITO INTERNET Unione www.unionemilano.it

LE INFORMAZIONI IN TEMPO REALE

L'Unione, per rendere sempre più immediate le informazioni sulla propria attività e sulle iniziative delle associazioni che ad essa aderiscono, ha allestito un sito Internet il cui indirizzo è www.unionemilano.it

Oltre alla parte istituzionale e di presentazione della struttura organizzativa Unione, dal sito - costantemente aggiornato - si possono trarre informazioni utili sui servizi erogati dall'Unione, dalle associazioni di categoria e territoriali, dagli enti e dalle società collegate, ed è possibile il link con enti, banche, giornali.

Le aziende associate, in regola con le contribuzioni previste, hanno a disposizione, **con accesso codificato da password**, tutti i riferimenti normativi e gli adempimenti su aree tematiche:

- | | |
|------------------------|-------------------------|
| ✓ del lavoro | ✓ previdenza assistenza |
| ✓ legale | ✓ sicurezza sul lavoro |
| ✓ fiscale e tributaria | ✓ welfare |

Le aziende interessate possono richiedere il codice "password" compilando on line l'apposito modulo presente all'interno della sezione "aree tematiche" del sito Unione.

L'azienda riceverà in breve tempo via e-mail l'attribuzione del codice d'accesso (login e password).

PER INFORMAZIONI SI PREGA DI TELEFONARE AL N° 02-7750.292/293


 associazioni

Via Lomellina sei mesi dopo: l'iniziativa di Ascomodamilano

Via Lomellina sei mesi dopo con un gesto di solidarietà degli operatori

di Ascomodamilano che, alle famiglie rimaste senza casa in seguito alla tragica esplosione, hanno donato un completo di lenzuola per il letto (vedi *Unioneinforma* di marzo a pagina 27 n.d.r.).

L'occasione di un incontro con una rappresentanza delle famiglie e il Comitato di via Lomellina si è avuta in Unione con il presidente di Ascomodamilano e vicepresidente Unione Renato Borghi, l'assessore di Palazzo Marino a Fa-

Donati alle famiglie completi di lenzuola per il letto

famiglie di via Lomellina con il presidente del Comitato Marco Tucci.

"La solidarietà per via Lomellina è stata immediata e concreta" ha ricordato Borghi.

L'Unione ha infatti assistito da subito gli operatori commerciali che hanno subito i danni: da una mappatura iniziale a un aiuto per tutte le pratiche burocratiche fino alla ricerca di nuovi locali con l'obiettivo di consentire ai commercianti di poter riprendere a lavorare. E'

miglia, scuola, politiche sociali Mariolina Moioli e una rappresentanza delle



Da sinistra Renato Borghi vicepresidente Unione e presidente di Ascomodamilano, Mariolina Moioli assessore di Palazzo Marino a Famiglia, scuola, politiche sociali e Marco Tucci, presidente del Comitato di via Lomellina

stata aperta, con Fidicomet, una linea creditizia agevolata e sono stati costanti il supporto al Comitato di via Lomellina e la partecipazione al Tavolo costituito dall'assessore Moioli. E' stata anche costituita con gli operatori l'Associazione dei commercianti di via Lomellina.



SINCERT



Promo.Ter
ENTE PER LA PROMOZIONE E LO SVILUPPO
DI COMMERCIO TURISMO E SERVIZI



Unione
COMMERCIO TURISMO SERVIZI PROFESSIONI - MILANO

INNANZITUTTO... LA SICUREZZA!

CONTATTANDO I NOSTRI UFFICI AVRETE A VOSTRA DISPOSIZIONE SERVIZI DI **CONSULENZA E ASSISTENZA SU...**

CLUB DELLA SICUREZZA

<p>DIVISIONE SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO (D.Lgs. 626/94) Tel. 02-76.02.80.42/15 club.626@unione.milano.it</p>	<p>DIVISIONE IGIENE DEGLI ALIMENTI (H.A.C.C.P. D.Lgs 155/97) Tel. 02-76.00.63.96 club.haccp@unione.milano.it</p>	<p>DIVISIONE PRIVACY (Trattamento dati D.Lgs. 196/03) Tel. 02-76.02.80.42/15 club.privacy@unione.milano.it</p>
--	--	--

CLUB SERVIZI INNOVATIVI

<p>DIVISIONE QUALITA' (Sistemi gestione qualità aziendali) Tel. 02-76.02.80.42/15 club.qualita@unione.milano.it</p>	<p>DIVISIONE ENERGIA & AMBIENTE (Risparmio Energetico-Servizi Ambientali) Tel. 02-76.02.80.42/15 club.energia@unione.milano.it</p>	<p>SERVIZI PER BASILEA 2 Tel. 02-76.02.80.42/15 club.basilea2@unione.milano.it</p>
---	--	--

I nostri uffici: Via Serbelloni, 7 - 20122 Milano - Fax 02-76.01.76.77

Unioneinforma
aprile 2007



news

Affori, il concorso ippico di Villa Litta

Torna il concorso ippico al parco Villa Litta di Affori (domenica 15 aprile) organizzato da Promoter Unione con Ascoart (l'Associazione dei commercianti e artigiani di Affori), con il patrocinio del Comune di Milano e con la collaborazione di Apeca (Associazione milanese del commercio ambulante), Fise (Federazione italiana sport equestri) e del Consiglio di Zona 9.

Il concorso vede gareggiare 150 cavalli, suddivisi in cinque categorie, che devono affrontare nel minor tempo possibile un percorso ad ostacoli. I tre fantini con i migliori punteggi sono premiati da una giuria - composta di arbitri della Federazione italiana sport equestri - con coppa, coccarda e buoni della compagnia petrolifera Erg (il cui valore

varia da un minimo di 150 ad un massimo di 450 euro).

All'interno della settecentesca Villa viene inoltre allestito un cir-

... e un calesse di fiori per la "Festa di primavera"

E ad Affori, domenica 15, si svolge l'ormai tradizionale "Festa di primavera" in concomitanza con il concorso ippico di Villa Litta. La festa è promossa da Promoter Unione e Ascoart con il patrocinio del Consiglio di Zona 9 e vede coinvolti più di 80 banchi dislocati tra via Astesani e viale Affori dove, nel pomeriggio, suona la Banda Milenium che sfilata accompagna da majorette e sbandieratori. Gli operatori commerciali aderenti ad Ascoart, oltre a rimanere aperti, allestiscono un calesse colmo di fiori da regalare ai passanti.

I più piccini possono divertirsi con i truccabimbi (che, nel pomeriggio, fanno rivivere la magia del carnevale), le giostre, i gonfiabili, il trenino (con il giro gratuito offerto dai commercianti della via). In via Astesani c'è inoltre il teatro dei burattini. Presenti anche gazebo per la vendita di oggettistica il cui ricavato andrà in beneficenza.

cuito, presieduto dalle giacche verdi della protezione civile, dove i bambini possono compiere gratuitamente un



giro in sella di pony.

Alla premiazione delle competizioni ippiche - con il presidente di Ascoart Giacomo Errico - è prevista la presenza del vicesindaco Riccardo De Corato e degli assessori di Palazzo Marino Walter Terzi (Sport e tempo libero) e Massimo Orsatti (Turismo marketing territoriale e identità). Probabile anche l'arrivo del sindaco di Milano Letizia Moratti.

A.L.

Stones

Consegnati gli attestati di partecipazione a "Stones", il primo corso di formazione e approfondimento delle tematiche relative al settore lapideo rivolto agli operatori e ai progettisti del settore ed organizzato dall'Associazione marmisti milanesi in collaborazione con Promoter Unione.

Il ciclo delle 45 lezioni ha avuto come materie di insegnamento mineralogia e petrografia applicata, teoria delle tecniche di lavorazioni lapidee, elementi di restauro dei manufatti in materiale lapideo, la pietra nella storia dell'architettura e dell'arte, elementi di diritto amministrativo.

"Il corso - spiega Alessandro Liuzzi, presidente dell'Associazione marmisti - ha integrato aspetti legati alla conoscenza dei diversi materiali, alla loro conservazione, all'arte e all'architettura, oltre che alle tradizioni del nostro patrimonio culturale ed ha fornito anche elementi di conoscenza e approfondimento di tematiche relative al diritto e alle procedure che regolano i rapporti tra gli operatori e la Pubblica amministrazione".

Sponsor di "Stones" Graniti Sergio Dalle Nogare Arte Funeraria, Matthews International, Porfido F.lli Pedretti, Unicolor Professional.

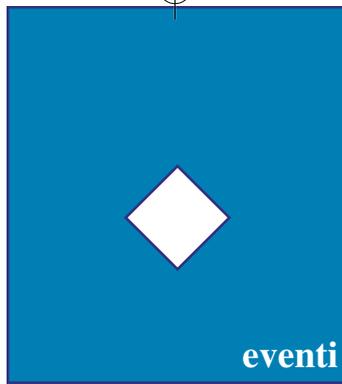
L'Associazione vuole ora programmare per il prossimo inverno, un corso di secondo livello che preveda visite alle cave di estrazione e prove pratiche di utilizzo dei macchinari per la lavorazione del marmo e del granito, tecniche e materiali all'avanguardia nel restauro, storia dell'architettura in rapporto alle costruzioni cimiteriali ed elementi di diritto civile e commerciale. Corso che consenta di rilasciare un attestato finale riconosciuto dal Comune di Milano e dalla Regione Lombardia a garanzia della qualità degli operatori milanesi del settore lapideo.

"Bellezza, alimentazione e salute": è il tema del prossimo ciclo di seminari (nel momento in cui si scrive la location è ancora da definire) nell'ambito delle iniziative di "Sapere il sapore del sapere" a cura di Erredieffe. Appuntamento il 18/19 maggio. Per informazioni e prenotazioni tel. 0266114397.



Unioneinforma

aprile 2007



Dal Photoshow in fiera al percorso di 60 mostre fotografiche d'autore che coinvolge gallerie e spazi d'arte della città



Carlo Sangalli al taglio del nastro di Photoshow

Dal 30 marzo al 2 aprile si è svolta a Fieramilanocity la terza edizione milanese di Photoshow (promossa da Publifiere con Aif, l'Associazione italiana foto-digital imaging), manifestazione dedicata alla fotografia e all'immagine digitale. Photoshow ogni anno (negli anni dispari si svolge a Milano, negli anni pari a Roma) conta più di 50.000 visitatori. Photoshow ha ospitato in un unico contesto aree dedicate al trade, agli operatori del settore e al pubblico più in generale. Presenti oltre 300 espositori di prodotti, servizi e novità nel campo della fotografia digitale e tradizionale, di attrezzature e materiali video, fotolaboratori, minilab, album, cornici, attrezzature per la fotografia professionale.

Su 35.000 mq di superficie totale, nei padiglioni 3 e 5 hanno esposto le principali aziende del mondo dell'imaging in rappresentanza della quasi totalità del mercato nazionale. Una serie di eventi ed iniziative (mostre, set fotografici, situazioni curiose e interattive) ha coinvolto i

visitatori.

Le mostre fotografiche in fiera sono state il preambolo di

Photofestival, multievento culturale dedicato alla fotografia, giunto alla sua terza edizione. Photofestival è partito dagli spazi della fiera per coinvolgere tutta Milano sino a fine maggio con un percorso di 60 mostre fotografiche d'autore nelle gallerie e negli spazi d'arte della città. Percorso che è partito idealmente da Photoshow: una grande collettiva dei fotografi più significativi autori che hanno esposto al "Diaframma" (la prima galleria fotografica europea aperta da Lanfranco Colombo a Milano nel 1967) e con una personale di Francesca Galliani, per abbracciare un po' tutta la città. Tra le mostre: "Lou Reed's New York" alla Galleria Arteutopia, Franco Vaccari allo Spazio Oberdan, Luigi Ghirri alle Gallerie Cà di Fra e Photology, Mario De Biasi alla Galleria 70. In occasione della manifestazione fieristica, Ascofoto (l'Associazione dei fotonegozianti) è stata presente con uno

**Dario Bossi,
presidente Ascofoto:
mondo della fotografia
vicino al grande pubblico**

stand dove è stata offerta la possibilità di scaricare gratuitamente le proprie

immagini digitali su supporto cd (sul portale www.ascofoto.com si possono trovare tutti i riferimenti sugli operatori associati).

"La fotografia - ha affermato Dario Bossi, presidente di Ascofoto e vicepresidente di Aif - dal bianco e nero al digitale, continua ad offrire sempre nuove emozioni e si conferma, insieme, come vivace realtà commerciale e un potente mezzo di espressione artistica. Sono molto importanti eventi come la rassegna Photoshow e Photofestival che cercano di avvicinare il grande pubblico al mondo della fotografia".

Milano è la prima provincia italiana per numero di imprese di strumenti e attività fotografiche: sono 2.358 al quarto trimestre del 2006, oltre la metà del totale regionale (54,4%) e il 9,1% del totale nazionale (sono quasi 26 mila

le imprese italiane attive nel settore - elaborazione della Camera di commercio di Milano su dati Istat e del Registro imprese). Inoltre il mercato del photo imaging pesa in Lombardia per 300 milioni di euro.



Dario Bossi presidente Ascofoto e vicepresidente Aif



Autoritratto fotografico di Lou Reed, "Lou Reed's New York" (Milano, Galleria Arteutopia fino al 12 maggio). Il noto musicista e cantante (oltre che fotografo), è stato testimonial di Photoshow

S.M.

Photofestival Milano in un clic

Unioneinforma
aprile 2007



Maria Angela Misci,
sindaco di Robecchetto
con Induno

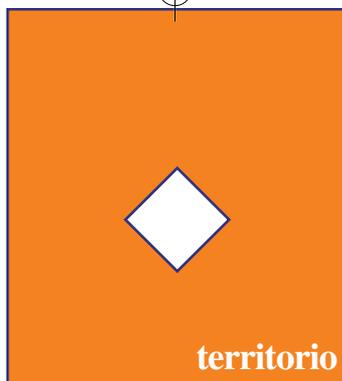


Alessandro Fieni,
vicesindaco di Robecchetto
ed assessore al Commercio

“Fedeltà ai commercianti”: è l’iniziativa promossa a Robecchetto con Induno dal Comune in collaborazione con l’Ascom territoriale di Magenta e Castano Primo.

Come funziona.
Aperta a tutti i residenti del Comune, “Fedeltà ai com-

mercianti” funziona così: i cittadini raccolgono scontrini fiscali o ricevute di almeno 5 negozi di Robecchetto per un importo totale di 500 euro (scontrini emessi in un periodo compreso dal 1° aprile al 30 giugno), li applicano sulla cartella inviata alle famiglie dal Comune da consegnare (entro il 15 luglio) all’Ufficio Protocollo dell’Amministrazione comunale. I primi 200 cittadini che consegnano la documentazione riceveranno a settembre 5 buoni comunali ciascuno del valore di 10 euro. I voucher sono utilizzabili nei negozi che aderiscono all’iniziativa. I buoni, nel complesso 1.000, sono messi a disposizione dal Comune che ha stanziato 10.000 euro. Tutti i cittadini che invece consegnano la cartella ultimata riceveranno (nel mese di settembre) una tessera fedeltà che darà diritto a sconti (dal 15 settembre al 15 novembre) sui



territorio

Robecchetto con Induno “Fedeltà ai commercianti”

beni acquistati fruibili in tutti i negozi. A discrezione del commerciante saranno la percentuale di sconto, i prodotti sui quali applicarla e i giorni nei quali effettuare la promozione.

Perché “Fedeltà ai commercianti”. “Quest’iniziativa – afferma Maria Angela Misci, sindaco di Robecchetto con Induno

Sconti e fidelizzazione negli acquisti con l’iniziativa dell’Amministrazione comunale (in collaborazione con l’Ascom territoriale di Magenta e Castano Primo) che valorizza il commercio di vicinato

Abbiamo pensato che le due azioni combinate, proprio perché di uso comune e facilmente eseguibili da tutti, avrebbero potuto costituire una ‘formula vincente’. Da una parte le famiglie ottengono dei buoni spesa, dall’altra i commercianti vedono aumentare la clientela che, incentivata dalla possibilità di poter ottenere sconti, torna nei negozi”.



Piazza della Libertà, dove ha sede il palazzo del Comune di Robecchetto, e lo stemma comunale



- ha lo scopo di valorizzare e incentivare gli esercizi commerciali locali sviluppando la loro capacità attrattiva verso i cittadini e limitando così l’impoverimento della rete commerciale dovuto alla concorrenza della grande distribuzione.”

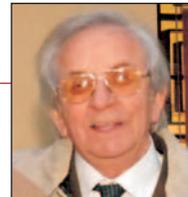
“L’idea ci è nata collegando due azioni che fanno parte del quotidiano – aggiunge Alessandro Fieni, assessore al Commercio e vicesindaco del Comune di Robecchetto con Induno – l’utilizzo delle fidelity card e la preparazione della modulistica per fini fiscali.

le famiglie ottengono dei buoni spesa, dall’altra i commercianti vedono aumentare la clientela che, incentivata dalla possibilità di poter ottenere sconti, torna nei negozi”.

La scheda

Il Comune di Robecchetto con Induno (circa 5mila abitanti) ha una superficie di 14 kmq. e riunisce sotto un’unica amministrazione varie località localizzate sulla sponda sinistra del Ticino, in una fascia presso il fiume e il Naviglio Grande tra i territori di Cuggiono, Castano Primo e Turbigo. Oltre a Robecchetto, Induno e alle minori Guado, Padregnano e Padregnana, è compreso anche il vecchio borgo agricolo di Malvaglio. Lo stemma del Comune di Robecchetto con Induno è costituito da un “troncato” (uno scudo diviso orizzontalmente in due sezioni uguali).

“Ringraziamo l’Amministrazione comunale di Robecchetto: ‘Fedeltà ai commercianti’ – rileva Luigi Garavaglia presidente dell’Ascom di Magenta e Castano Primo – pone l’attenzione sull’importanza che il commercio riveste per la vita e per il tessuto economico cittadino”.



Luigi Garavaglia,
presidente
dell’Ascom
di Magenta
e Castano Primo

A.L.

fiere expo cts

Dal 22 al 25 giugno a Fieramilanocity



E' in programma dal 22 al 25 giugno a Fieramilanocity "Si Sposaitalia Collezioni", rassegna promossa da EXPOcts e giunta alla sua trentesima edizione.

La manifestazione, punto di riferimento del mercato nazionale e internazionale dell'abbigliamento da sposa e da cerimonia, ospita le migliori produzioni del settore. A "Si Sposaitalia Collezioni" ci sono "l'Overseas Lunge" spazio dedicato ai buyer d'oltreoceano che qui potranno

Si Sposaitalia Collezioni

gustare le atmosfere culinarie della tradizione italiana e il "Fashion Show", spazio espositivo dedicato alle presentazioni (che quest'anno sono più di 100).

Indirizzata agli operatori professionali, la manifestazione prevede, anche per questa

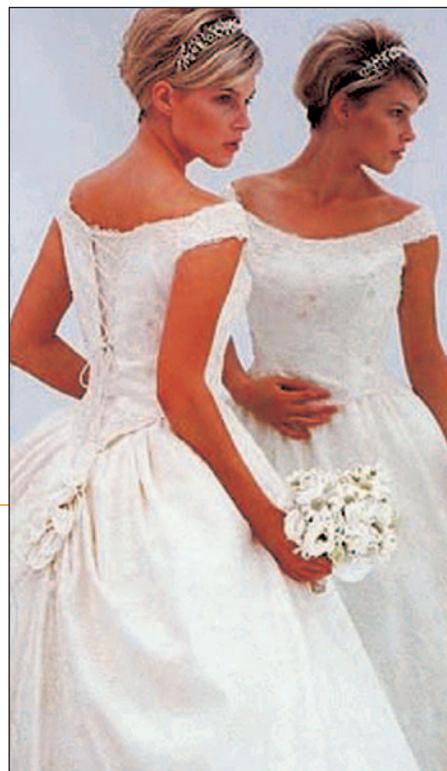
La scheda

Quando: dal 22 al 25 giugno

Dove: Fieramilanocity (ingresso Porta Teodorico)

Orari: da venerdì 22 a domenica 24 giugno dalle 9,30 alle 18,30
Lunedì 25 giugno dalle 9,30 alle 15,30.

edizione, il servizio di pre-registrazione che offre l'opportunità, a coloro



che decidono di utilizzarlo, di ricevere al proprio indirizzo e-mail tutte le informazioni utili per visitare la manifestazione, gli aggiornamenti per prendere parte agli eventi

in programma e la descrizione dei servizi a disposizione dei visitatori. La pre-registrazione permette, inoltre, un ingresso più rapido alla manifestazione.

Gli operatori professionali che si pre-registrano dal 12 aprile possono ritirare la tessera d'ingresso alla reception della manifestazione (Fieramilanocity - Porta Teodorico).

La tessera d'ingresso è valida per 4 giorni. Il servizio di pre-registrazione è attivo fino al 18 giugno.

A cura di **A.L.**

Bricolare nel 2008

Bricolare, la manifestazione di EXPOcts dedicata al bricolage e alla creatività hobbistica e professionale, posticipa le sue date.

La prima edizione del salone (prevista inizialmente in questo mese)

si terrà, infatti, a marzo 2008, mese particolarmente indicato per le manifestazioni aperte al pubblico.

Nella manifestazione milanese del bricolage, i visitatori potranno scoprire le nuove tendenze, i nuovi prodotti e le possibilità offerte dalle industrie del settore. Trapani, pitture, utensili manuali, attrezzi per il giardino, prodotti per la decorazione, mobili in kit, adesivi e sigillanti, idraulica, prodotti di ferramenta e molto altro ancora.



Unioneinforma
aprile 2007



oroscopo

Fino al 10 maggio

 **Cancro e Bilancia**

 **Vergine e Pesci**



ARIE - (21/3 - 20/4)

Prima decade: Mercurio e Venere in transito favorevole al vostro Sole rendono le giornate allegre: viaggi piacevoli.

Seconda decade: Mercurio e Venere positivi insieme a Giove e Saturno. Si prospetta un periodo più che favorevole sotto tutti gli aspetti. *Terza decade:* Mercurio e Venere vi sostengono insieme a Plutone. Continuate a fare e realizzare progetti: tutto il 2007 vi guarda benevolmente.



TORO - (21/4 - 20/5)

Prima decade: finalmente Marte diventa favorevole regalandovi energia e grinta per affrontare le varie situazioni. Siete più forti ora.

Seconda decade: Marte si colloca in una posizione favorevole e vi aiuta a ritrovare le forze in questa primavera carica di impegni e questioni irrisolte. *Terza decade:* Marte da maggio vi sosterrà con la sua carica di energia e di buonumore. Approfittatene perché i mesi estivi saranno invece particolarmente faticosi.



GEMELLI - (21/5 - 21/6)

Prima decade: Venere sul Sole vi dà una mano mentre Marte vi aggredisce rendendo queste giornate stressanti e piene di incemenze.

Seconda decade: Marte, Urano e Giove dissonanti non promettono un periodo sereno nonostante il passaggio di Venere sul Sole. *Terza decade:* Marte, Venere e Plutone rendono la situazione intorno a voi logorante e tesa. Evitate i contrasti, anche se con Venere sul Sole qualche appoggio alla fine lo troverete.



CANCRO - (22/6 - 22/7)

Prima decade: Marte regala ottima energia e rapporti facilitati in ogni settore, pubblico e privato. Il periodo appare armonioso e sereno.

Seconda decade: Marte e Urano in trigono ad aprile vi rendono disponibili e perfino carismatici aiutandovi ad intraprendere nuove avventure. Avete grinta e buonumore. *Terza decade:* Marte vi appoggia con energia e carica positive. E' un periodo molto sereno: troverete molti appoggi per sostenere i vostri progetti.



LEONE - (23/7 - 22/8)

Prima decade: Venere e Mercurio favorevoli rendono la primavera allegra ed armoniosa. Finalmente i problemi degli ultimi tempi si sono alleggeriti.

Seconda decade: Saturno continua a "incombere", rallentandovi e facendovi conquistare con fatica il successo, ma Giove, Venere e Mercurio favorevoli in questo periodo vi facilitano aiutandovi a trovare le giuste soluzioni.

Terza decade: Venere vi appoggia a maggio rendendo più facili le vostre giornate. Approfittatene per prendervi qualche giornata di svago; i mesi estivi saranno meno favorevoli.



VERGINE - (23/8 - 22/9)

Prima decade: periodo stancante e nervoso con Venere e Marte messi di

traverso. La primavera si prospetta impegnativa e l'umore non è certo al top. Risparmiate le energie.

Seconda decade: Venere, Marte, Urano, Giove tutti dissonanti al vostro Sole consigliano di non sottovalutare la situazione che potrebbe prendere pieghe non facilmente controllabili. *Terza decade:* ora tutto sembra più tranquillo, ma maggio sarà nervoso e stressante con Marte e Venere dissonanti. Evitate le situazioni che possono causare un'eccessiva tensione.



BILANCIA - (23/9 - 22/10)

Prima decade: bellissimo trigono di Venere a metà aprile che regala giornate frizzanti e allegre. Approfittatene per prendervi qualche giornata di riposo.

Seconda decade: Venere positivo porta allegria e buonumore. Con Mercurio in opposizione sarete più chiacchieroni del solito. Periodo sereno. *Terza decade:* Venere in trigono a maggio aiuta in tutti i rapporti, pubblici e privati. Creatività e allegria con attività piacevoli.



SCORPIONE - (23/10 - 21/11)

Prima decade: Marte vi dà carica e umore giusti per affrontare con grinta la primavera. Finalmente i problemi si risolvono e le forze sembrano ritornare.

Seconda decade: Marte in trigono vi regala forza e diplomazia per risolvere situazioni difficili che ancora si

trascinano.

Terza decade: Marte positivo a maggio vi aiuta in molti rapporti. Approfittatene, perché i prossimi mesi saranno invece stressanti ed impegnativi.



SAGITTARIO - (22/11 - 20/12)

Prima decade: Venere e Marte negativi in questi giorni vi rendono nervosi

e stressati. Vi sono situazioni conflittuali: evitate di innervosirvi per cose di poco conto, si tratta di un momento passeggero.

Seconda decade: Venere, Urano e Marte in posizione conflittuale potrebbero rendere la situazione esplosiva malgrado l'appoggio di Saturno e la benevolenza di Giove. Non eccedete, cercate soluzioni razionali.

Terza decade: a maggio Marte e Venere dissonanti rendono più ostile l'ambiente intorno a voi. Siete poco concilianti e tendete ad accrescere la tensione.



CAPRICORNO - (21/12 - 19/1)

Prima decade: il periodo appare sereno e, con l'appoggio di Marte e

Mercurio, molto favorevole per i viaggi. Buona l'energia psico-fisica. *Seconda decade:* Mercurio e Marte positivi vi daranno la carica e la dovuta assennatezza per completare una gran mole di lavoro.

Terza decade: Marte e Mercurio propizi a maggio regalano energia e rapporti facilitati. Il periodo appare molto sereno.



ACQUARIO - (20/1 - 19/2)

Prima decade: bellissimo trigono di Venere che rende queste giornate

di metà mese allegre e spensierate. Buonumore e tanta voglia di fare e comunicare.

Seconda decade: finalmente è arrivato un periodo di tranquillità. Venere promette più serenità nonostante Saturno non vi sollevi ancora da pensieri e preoccupazioni.

Terza decade: Venere in trigono a maggio porta allegria e aria frizzante venendo in vostro aiuto per rendere più armoniosa questa primavera inoltrata. Approfittatene perché i mesi estivi saranno invece stressanti.



PESCI - (20/2 - 20/3)

Prima decade: questo periodo vi vedrà stanchi e stressati con Marte sul

Sole e Venere dissonante. Evitate scoppi d'ira, e non tirate troppo la corda. Non siete forti abbastanza.

Seconda decade: meglio un controllo medico con Urano e Marte sul Sole, Giove e Venere dissonanti: troppo stress.

Terza decade: a maggio Marte passa sul vostro Sole e con Venere e Plutone dissonanti tutto sembra compottare contro di voi. Tenervi tutto dentro non aiuta le vostre coronarie. Cercate una via di sfogo.

Il cielo del mese

Mercurio è nell'Ariete, entra nel Toro il 27 aprile. Venere è nel Toro ed entra nei Gemelli. Marte è nei Pesci. Giove è nel Sagittario (18 gradi r). Saturno è nel Leone (18 gradi). Urano è nei Pesci (17 gradi). Nettuno è nell'Acquario (21 gradi). Plutone è nel Sagittario (28 gradi r). Nodo lunare a 12 gradi dei Pesci.



Il 15 il Sole sorge alle ore 6.32 e tramonta alle ore 19.53, è nella costellazione dell'Ariete, entra nel Toro il 20 alle ore 11.08.

La Luna è piena il 2 di maggio alle 12.09 a 12° dello Scorpione. E' favorevole per Capricorno e Toro.



(A cura di E.T.)

Unioneinforma
aprile 2007