

# informa Unione

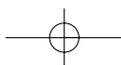
MENSILE DELL'UNIONE DEL COMMERCIO DEL TURISMO DEI SERVIZI E DELLE PROFESSIONI DELLA PROVINCIA DI MILANO

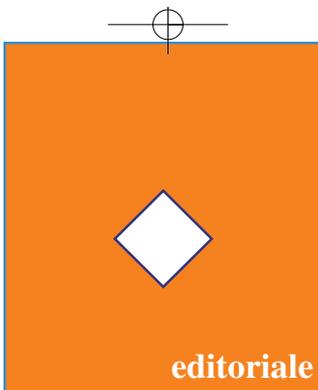
Fase decisiva per l'hub dopo l'annunciato taglio dei voli da parte di Alitalia  
**Carlo Sangalli: "Malpensa è interesse del Paese"**

✓ Negozi "oscurati" dai cantieri?  
Ora a Milano ci sono i cartelli per segnalarli

✓ Confcommercio: "al risparmio"  
i consumi 2008 delle famiglie

Con Scuola Superiore-Capac  
formazione apprendisti  
gratuita e vicina alle imprese  
(a pag. 21)





**ATTUALITA'** **3**  
 MALPENSA RIDIMENSIONATO?  
 PREOCCUPAZIONE  
 DELL'UNIONE REGIONALE  
 PER L'INDOTTO TURISTICO

**CITTA'** **12**  
 MILANO: PER I NEGOZI  
 "OSCURATI" DAI CANTIERI  
 ORA CI SONO I CARTELLI  
 DI SEGNALAZIONE

**PARLIAMO DI...** **21**  
 FORMAZIONE APPRENDISTI:  
 CON SCUOLA SUPERIORE  
 E CAPAC  
 CORSI GRATUITI  
 E VICINI ALLE IMPRESE

**Unioneinforma** è stato ultimato  
 il 4 febbraio

**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**

## Malpensa è interesse del Paese

Un appuntamento di questi giorni, il convegno "Malpensa: risorsa strategica per l'internazionalizzazione del Paese", è l'occasione del sistema economico e sociale del nostro territorio - presentandosi in modo compatto al Governo e all'opinione pubblica nazionale per chiedere scelte responsabili di politica del trasporto aereo - di ribadire le sempre più forti preoccupazioni per l'annunciato ridimensionamento dell'hub lombardo. Siamo in una fase decisiva dopo i dichiarati tagli dei voli da parte di Alitalia. Dobbiamo distinguere fra il destino di Alitalia e quello di Malpensa. Malpensa, infatti, è interesse del Paese, Alitalia oggi non più. Malpensa non dev'essere "declassato": costituisce, infatti, un nodo infrastrutturale di importanza strategica per la crescita delle imprese e lo sviluppo economico (vedi anche pagina 3 n.d.r.). Sappiamo bene come, oggi, il tema delle reti infrastrutturali rappresenti una vera emergenza che mette a rischio il patrimonio di competitività delle imprese e del territorio, un costo sempre più alto per l'economia milanese e per tutto il Made in Italy.



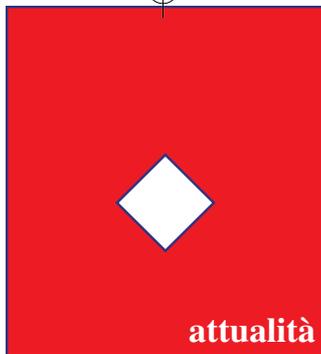
Dalla rete autostradale al sistema aeroportuale, dalle ferrovie alle piattaforme logistiche, sono tutti passaggi che influiscono direttamente sulla nostra vita. Gli imprenditori chiedono cantieri aperti ed opere completate in tempi veloci (così come veloci sono i loro confronti con il resto del mondo). Chiedono di non essere penalizzati con una Malpensa a metà, a cui vengono tagliate rotte strategiche come quelle verso l'Asia o il Nord America. In una sola parola chiedono di "fare presto e bene". Tra 20 anni il volume di traffico aereo sarà raddoppiato. La vera sfida, a livello europeo, sarà quindi la capacità del sistema aeroportuale di reggere questa grande crescita. Insieme agli scali di Bergamo, Verona, Genova, Torino, Bologna, Venezia e Trieste, il sistema aeroportuale milanese può offrire una rete integrata con lo sviluppo delle infrastrutture su questo territorio: il rafforzamento di questo sistema rende necessaria una strategia capace di costruire un vero e proprio network aeroportuale in grado di produrre un'offerta commerciale competitiva con i grandi aeroporti del Nord Europa. Il depotenziamento di Malpensa, del resto, non porterebbe più traffico a Roma perché il passeggero business tenderà a scegliere gli aeroporti europei più vicini. La "partita" di Malpensa è una sfida decisiva: non investire su Malpensa significa non investire su un'idea di Stato che valorizza i territori, le autonomie, la responsabilità degli amministratori più vicini ai cittadini.

**CARLO SANGALLI**

Presidente dell'Unione di Milano

**Unioneinforma**  
 febbraio 2008





*Su Malpensa forte preoccupazione dell'Unione Regionale*

## Una "malpensata" ridimensionare l'hub A rischio l'indotto turistico

**U**na vera "malpensata" sacrificare Malpensa: tagliare le rotte all'hub lombardo vorrebbe dire bloccare i flussi di persone, merci e capitali. Il sistema lombardo genera il 28,5% delle esportazioni italiane e attrae il 50% dei capitali. E la Lombardia non può certo perdere un grande scalo aeroportuale e le sue rotte intercontinentali. L'economia, oggi più che mai, viaggia su collegamenti sempre più veloci e diretti: se saltano Malpensa ed i suoi slot si rischia di bloccare lo sviluppo di una macro-area che produce il 31% del Pil.

"Milano e la Lombardia non possono fare a meno di collegamenti intercontinentali diretti che consentano lo scambio di passeggeri e di merci – afferma Carlo Sangalli, presidente dell'Unione Regionale Lombarda del Commercio del Turismo e dei Servizi – pensiamo solo all'indotto turistico generato dal sistema delle grandi fiere come è il caso dei quattro giorni di Bit, Borsa Internazionale del Turismo, manifestazione che da sola è capace di attrarre operatori e visitatori provenienti da 143 diverse nazioni".



### Malpensa ridimensionato (quota traffico Alitalia 51%): le conseguenze

- ✓ Riduzione pil: 1,3 miliardi
  - ✓ Riduzione indotto turistico della Lombardia: 800 milioni di euro
  - ✓ Riduzione posti di lavoro: da 7.500 a 30.000
  - ✓ Riduzione passeggeri: 8 milioni
  - ✓ Riduzione voli settimanali: 800
  - ✓ Riduzione voli all'anno: 44.000
  - ✓ Rotte soppresse: 43 intercontinentali (su 47)
  - ✓ Rotte ridotte: 35
- (attuale movimento passeggeri: in media 22 milioni)

Malpensa è l'hub che serve un sistema economico, commerciale e imprenditoriale, oltre che aeroportuale, ben più ampio della Lombardia: la crescita economica e occupazionale di un'area che va dall'Emilia-Romagna, al Piemonte, al Veneto passa attraverso uno sviluppo della vocazione

internazionale di Malpensa. Insieme agli scali di Bergamo, Verona, Genova, Torino, Bologna, Venezia e Trieste, il sistema aeroportuale milanese può offrire una rete integrata con lo sviluppo delle infrastrutture su questo territorio: il rafforzamento di questo sistema rende necessaria una strategia

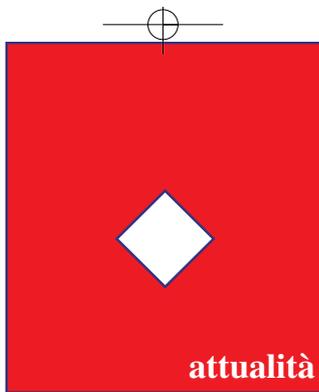
capace di costruire un vero e proprio network aeroportuale in grado di produrre un'offerta commerciale competitiva con i grandi aeroporti del Centro e Nord Europa.

Tra 20 anni il volume di traffico aereo sarà raddoppiato. La vera sfida, a livello europeo, sarà quindi la capacità del sistema aeroportuale di reggere questa grande crescita.

**Il presidente Carlo Sangalli: per rassegne come Bit (Borsa Internazionale del Turismo) non si può fare a meno di collegamenti intercontinentali diretti**

**Unioneinforma**

febbraio 2008



*Le previsioni  
del "Rapporto consumi"  
realizzato dall'Ufficio studi  
Confcommercio*

## Spesa delle famiglie: 2008 "al risparmio"



**U**lteriore, significativa, frenata dei consumi. Lo indica l'Ufficio studi Confcommercio nel "Rapporto consumi 2008".

La crescita prevista è dell'1,2% (1,5% del 2007): un risultato che acuirà la percezione di impoverimento delle famiglie.

In base al Rapporto, si spenderà di meno per carne, pane e cereali e di più per telefonini ed elettrodomestici. Per carne e zucchero è stimato un calo dello 0,5%; più accentuato (-0,7%) per pane e cereali.

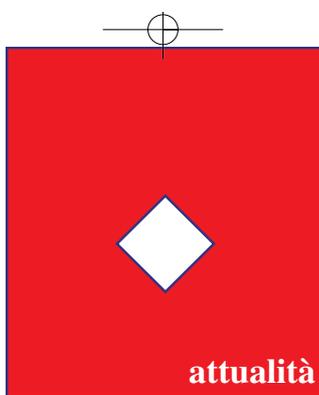
Tra i consumi in aumento, invece, quelli dei telefonini (+22%), dei servizi telefonici (+21,4%) e degli elettrodomestici (+15,6%).

In generale, l'andamento dei consumi in Italia, negli ultimi quindici anni, è stato, secondo Confcommercio,

poco dinamico con un reddito disponibile procapite a lungo stagnante. Tra il 1993 e il 2006 il reddito reale delle famiglie è cresciuto di due decimi di punto per anno mentre i consumi sono saliti solo dell'1,2%. Consumi che sono stati sostenuti essenzialmente dalla ricchezza finanziaria e immobiliare delle famiglie. Per il triennio 2007-2009 è stimato un incremento reale costante della ricchezza finanziaria pari all'1,6% annuo.

La ricchezza immobiliare, invece, si mantiene costante in termini reali per tutto il periodo, salvo per una riduzione nominale pari all'1,1% nel 2007 (corrispondente a una contrazione del 3,1% a





<b>Pil e consumi</b>	2002-2006	2006	2007	2008	2009
Pil	0,7	1,9	1,7	1,4	1,6
Spesa sul territorio economico	0,7	1,6	1,5	1,2	1,8

<b>Spesa delle famiglie residenti</b>	1981-2005	2006	2007	2008	2009
Nord-ovest	1,6	1,6	1,3	1,5	1,8
Nord-est	1,9	1,9	1,9	1,4	1,9
Centro	2,0	1,4	1,2	1,4	1,8
Sud e isole	1,9	1,0	2,0	1,1	2,1 ↓
ITALIA	1,8	1,5	1,6	1,3	1,9

#### La spesa per le sei grandi funzioni di consumo in termini reali - var. %

	quote %1992	1993-2005	2006	2007	2008	2009	quote %2007	spesa mensile per famiglia*
Tempo libero	8,1	1,8	3,6	2,3	1,6	2,4	7,5	238
Vacanze	2,1	1,9	5,5	0,3	1,8	2,3	2,9	93
Mobilità e comunicazioni	15,3	2,9	2,2	2,3	1,7	2,5	18,0	572
Cura del sé	22,6	0,6	2,0	1,6	1,3	1,4	20,4	650
Abitazione	26,3	0,8	-0,5	1,4	1,2	1,5	28,2	900
Pasti in casa e fuori casa	25,6	1,0	2,4	0,7	0,5	1,6	23,0	733
<b>Spesa totale</b>	<b>100,0</b>	<b>1,3</b>	<b>1,6</b>	<b>1,5</b>	<b>1,2</b>	<b>1,8</b>	<b>100,0</b>	<b>3188</b>

\*al lordo di affitti figurativi e saldo turistico

*Elaborazioni Ufficio studi Confcommercio*

prezzi costanti).  
Dunque, si incorpora in questi trend un moderato, ma significativo rallentamento nel valore reale degli asset detenuti dalle famiglie. Ne consegue una riduzione del rapporto ricchezza totale-reddito disponibile che frena la dinamica della propensione al consumo, bloccandone il livello sui valori raggiunti nel 2006.  
Tutto ciò - sottolinea Confcommercio - in concomitanza con una crescita modesta delle risorse disponibili per i consumi, si traduce in una spesa, in termini reali, non brillante: il 2007

dovrebbe chiudere a +1,6% per i consumi delle famiglie residenti, ancor meno in un

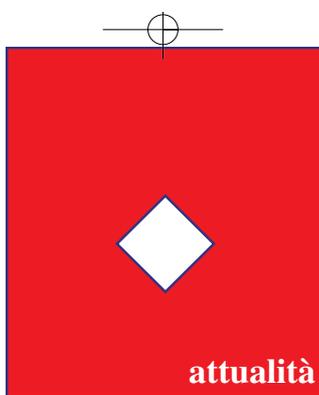
**Incremento stimato dell'1,2% (contro l'1,5% del 2007).  
Gli italiani spenderanno meno per gli alimentari e di più per telefonini ed elettrodomestici.  
In aumento la pressione fiscale**

dato di spesa complessivo sul territorio generato dal flusso di turisti.

Se il 2007 chiude così così, peggiori risultano le prospettive per quest'anno durante il quale si faranno sentire pienamente gli effetti "depressivi" della riduzione del valore reale degli immobili. Lo sviluppo della spesa reale delle famiglie residenti dovrebbe limitarsi all'1,3% per poi risalire nell'anno successivo.  
La pressione fiscale invece, sempre secondo l'Ufficio studi Confcommercio, è aumentata al 43% nel 2007 dal 40,6% nel 2006. Solo nel 2010 è previsto un leggero calo (al 42,7%).

A.L.

**Unioneinforma**  
febbraio 2008



## “Patto per Milano sicura” La convenzione attuativa

Il prefetto di Milano Gian Valerio Lombardi, il sindaco di Milano Lefizia Moratti e il presidente della Provincia di Milano Filippo Penati hanno firmato la convenzione attuativa del “Patto per Milano sicura”, sottoscritto nel maggio 2007 fra prefetto e primo cittadino.

Il “Patto per Milano sicura” prevede l’adozione di un piano di interventi urgenti per garantire la sicurezza della città e dell’area metropolitana. Con la convenzione siglata, oltre a regolare i rapporti reciproci e le modalità di attuazione degli interventi individuati tra il Ministero dell’Interno, la Provincia ed il Comune di Milano, verranno messe a disposizione più risorse per la sicurezza a Milano. [2 milioni di euro dal Comune di Milano](#). Da destinare alla vigilanza ai campi nomadi di

via Triboniano (anche durante le ore serali e notturne); allo sgombero degli alloggi comunali occupati abusivamente; alla prevenzione ed al controllo del territorio nelle aree interessate dalla presenza dei pubblici esercizi e dei luoghi di aggregazione, fra cui corso Como, Arco della Pace, Colonne di San Lorenzo e Navigli nonché - all’occorrenza - nei parchi e nelle aree a verde pubblico; all’acquisto dei beni strumentali necessari al raggiungimento di questi obiettivi.



[1 milione di euro dalla Provincia di Milano](#). Somma destinata alla realizzazione di progetti di “sicurezza partecipata” promossi dalla Provincia con i comuni della provincia, nonché di ulteriori progetti da approvare.

**B.B.**

### SEGNALIAMO CHE...

[“Serata della sicurezza” in Unione](#). Promossa dall’Unione di Milano (11 febbraio) una “Serata della sicurezza” in collaborazione con la Polizia di Stato (intervento del capo della Squadra mobile di Milano Francesco Messina) e con la partecipazione dei presidenti di Figisc (benzinai) Luca Squeri, Aol (orafi lombardi) Luca Buccellati, Fit (tabaccai) Emanuele Marinoni. Apertura dei lavori da parte del segretario generale Unione Gianroberto Costa. Su questa serata ci sarà un approfondimento nel prossimo numero del giornale.



*In attesa dell’entrata in vigore della nuova legge regionale sugli orari*

## Aperture domenicali e festive Il calendario milanese

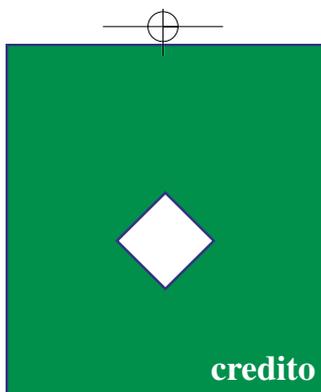
Il Comune di Milano ha fissato le giornate domenicali e festive nonché i giorni di maggior afflusso turistico nei quali gli operatori commerciali possono derogare all’obbligo di chiusura.

Le deroghe si riferiscono per ora alle zone di decentramento 2-3-4-5-6-7-8-9; in zona 1, considerata area turistica, l’apertura nelle giornate domenicali e festive è sempre possibile.

Considerato che la nuova legge regionale sugli orari degli esercizi

commerciali entrerà in vigore il 28 maggio, il Comune di Milano ha individuato le date di apertura domenicale relative al periodo di vigenza dell’attuale normativa riservandosi di determinare, con un successivo provvedimento, le deroghe secondo la nuova disciplina.

Dopo domenica 24 febbraio (in concomitanza con Bit e Milanovendemoda) le prossime giornate domenicali e festive di deroga sono: 2 marzo (in concomitanza con Micam/Mipel); 16 marzo (pre pasquale); le giornate domenicali comprese nel periodo dal 15 aprile al 28 maggio con esclusione del 25 aprile (festa della Liberazione) e del 1° maggio (festa del lavoro).



Accordi con Banca Popolare di Milano e Banca di Legnano

## Autoveicoli eco-compatibili Con Fidicomet finanziamenti agevolati

L'avvio a Milano della sperimentazione dell'Ecopass (vedi i precedenti numeri del giornale) ripropone con forza, alle imprese, il problema di avere autoveicoli aziendali non inquinanti. Fidicomet, il fondo di garanzia fidi dell'Unione di Milano, ha stipulato - in accordo con Banca Po-

### Finanziamento agevolato con la Banca Popolare di Milano

**Tasso:** Euribor 3m + 0,90% (pari, nel momento in cui si scrive, al 5,85% circa)

**Rate:** mensili

**Importo massimo** (salvo deroga): per autovetture 50.000 euro; per autofurgonati e autonegozi 150.000 euro

**Durata massima:** 60 mesi.  
**Garanzia Fidicomet:** 50% dell'importo finanziato.

Per maggiori informazioni  
contattare Fidicomet 02/7630021



### Finanziamento agevolato con la Banca di Legnano

**Tasso:** Euribor 3m + 0,75% (pari, nel momento in cui si scrive, al 5,625% circa)

**Rate:** mensili

**Importo massimo** (salvo deroga): 50.000 euro

**Durata massima:** 36 mesi.

**Garanzia Fidicomet:** 50% dell'importo finanziato

polare di  
Milano e  
Banca di  
Legnano -  
un plafond

rivolto agli operatori che intendono sostituire e/o acquistare autovetture o automezzi aziendali eco-compatibili. Ecco le condizioni.

## SITO INTERNET Unione [www.unionemilano.it](http://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](http://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

**Unioneinforma**

febbraio 2008



## Bar e ristoranti: orario prolungato ma garantendo clienti "silenziosi"

In Lombardia bar e ristoranti aperti anche oltre le due purché non siano causa di disturbo della quiete pubblica.

Questa la novità contenuta nella delibera approvata dalla Giunta regionale lombarda su gli "Indirizzi generali per il rilascio, da parte dei comuni, delle autorizzazioni relative alle attività di somministrazione di alimenti e bevande".

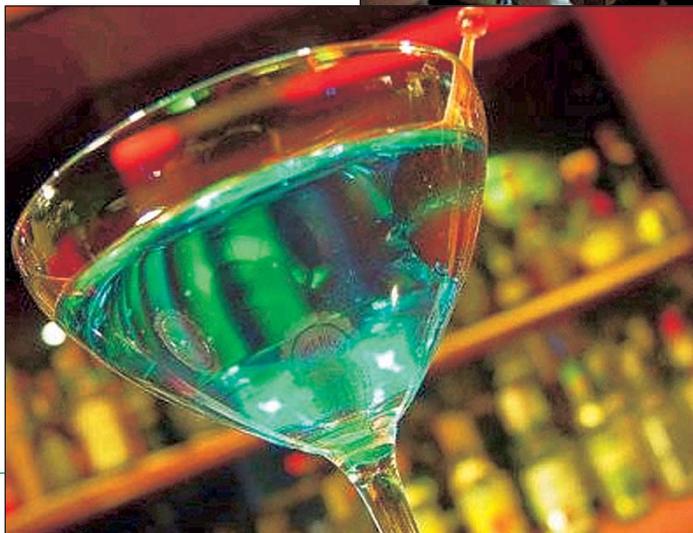
Il provvedimento prevede l'apertura fra le 7 del mattino e le 3 di notte per locali che effettuano anche attività di intrattenimento.

Per i pubblici esercizi nei quali la somministrazione di alimenti e bevande costituisce attività prevalente - ristoranti e bar - l'apertura è prevista fra le 5 e le 2 di notte, ma l'esercente

**Nuova delibera regionale: possibile richiedere l'apertura oltre le due di notte impegnandosi a non arrecare danno alla quiete pubblica**

può chiedere al comune di chiudere più tardi con, però, l'impegno di garantire che non venga arrecato danno alla quiete pubblica "attraverso idonee

misure di mitigazione relative anche al decoro urbano del-



### Bar nelle stazioni di servizio carburante.

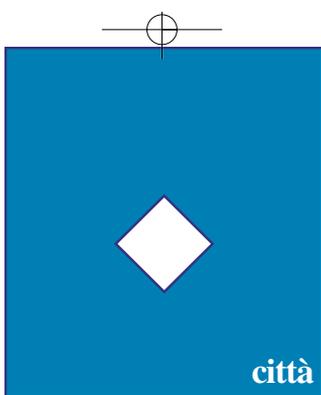
Nella delibera regionale le disposizioni relative agli esercizi di somministrazione collocati all'interno dei distributori di carburante sono state così riformulate: "Gli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande collocati all'interno degli impianti stradali di distribuzione carburanti, sono tenuti ad osservare gli orari previsti per l'attività prevalente. Detti esercizi di somministrazione di alimenti e bevande possono non osservare l'obbligo di chiusura tra il turno antimeridiano ed il turno pomeridiano previsto per l'attività prevalente. I Comuni di pertinenza possono concedere l'estensione dell'orario, oltre quello stabilito per l'attività prevalente ed entro i limiti previsti nel Comune medesimo, previa specifica richiesta del singolo esercizio di somministrazione di alimenti e bevande".

l'area immediatamente adiacente all'esercizio".

La delibera stabilisce inoltre che "I Comuni, al fine di garantire che i pubblici esercizi possano operare con adeguati livelli di produttività e concorrenzialità, attraverso una equilibrata presenza sul territorio degli stessi, potranno stabilire... indicazioni programmatiche".

**Unioneinforma**

febbraio 2008



**Largo Quinto Alpini: cartelli che indirizzano ai negozi**

**A** Milano, in largo Quinto Alpini e piazzale Novelli, sono stati installati - con l'impegno e il supporto organizzativo dell'Unione - appositi cartelli di indirizzamento agli esercizi commerciali associati la cui attività risente negativamente dei disagi dovuti

all'apertura di cantieri per la realizzazione di parcheggi sotterranei per residenti. In largo Quinto Alpini il cantiere è stato aperto nell'aprile dello scorso anno e la chiusura dei lavori è preventivata per il 2009. Appaiono più lunghi, invece, i tempi del cantiere

**Supporto richiesto anche per il cantiere di via Leoncavallo**

di piazza Novelli, aperto nel marzo 2006. In largo Quinto Alpini i negozi degli operatori associati sono indicati da quattro cartelli; da due cartelli in piazza Novelli (dove si è posta la ne- ▶

*Posizionata la cartellonistica: la testimonianza di un operatore*

## Cantieri e disagi Il punto di vista

**L'**ingegner Sergio Ferrario - Autosilo Susa, in via Gaspare Gozzi (attività avviata nel 1969 e composta di un distributore di carburante, un autolavaggio con autofficina e un parcheggio automatizzato da 500 posti) - ha apprezzato il posizionamento dei cartelli di indirizzamento alle attività commerciali nell'area del cantiere di piazzale Novelli a Milano, aperto per realizzare un parcheggio sotterraneo per le auto dei residenti (vedi sopra) ringraziando l'Unione e rilevando come

"l'esperienza possa servire per meglio pianificare e concordare preventivamente con abitanti e commercianti i futuri progetti urbanistici che la nostra Amministrazione comunale intende delibereare". Lo abbiamo sentito per avere una sua testimonianza.

**Ferrario, come vivete la realizzazione dei box di Piazza Novelli?**

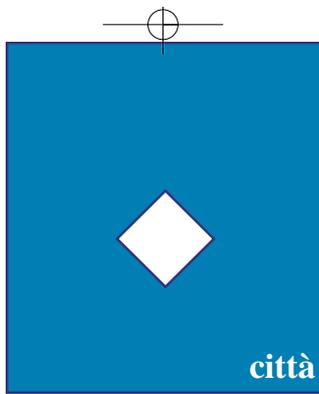
"Dico solo che, dal momento



**Primo piano di cartelli d'indirizzamento nell'area-cantiere di piazzale Novelli**

dell'apertura del cantiere, immediata è stata la riduzione del flusso veicolare. Visto che la mia azienda offre servizi automobilistici, il volume degli affari ha subito una flessione del 10% dovuta principalmente alla variazione dei sensi di percorrenza delle vie adiacenti a piazzale Novelli e all'interruzione dell'asse viabilistico di viale Regina Giovan- ▶

**Unioneinforma**  
febbraio 2008



**Via Leoncavallo: il cantiere limita l'accesso ai negozi e la loro visibilità**

cessità di segnalare dalla piazza, interessata ai lavori, la presenza degli esercizi commerciali delle vie limitrofe). Gli uffici organizzativi Unione si stanno ora interessando della cartellonistica per i negozi degli operatori associati vicini al cantiere di

via Leoncavallo (dove si sta realizzando un altro parcheggio sotterraneo per residenti) aperto nel gennaio 2006 e la cui chiusura è preventivata per la seconda metà del 2009.

La realizzazione della cartellonistica di indirizzamento verso i negozi rientra in quella filosofia del cantiere "etico" che l'Unione di

Milano suggerisce all'Amministrazione comunale in modo da ridurre il più possibile - molto meglio, naturalmente, con azioni di carattere preventivo - l'impatto che

inevitabilmente un cantiere crea sul tessuto urbano della zona interessata, in modo particolare proprio sull'attività commerciale.

E' infatti importante che prima dell'apertura di un nuovo cantiere vi siano, attraverso l'Unione, tutte le informazioni necessarie così da poter affrontare al meglio le situazioni pratiche di maggiore criticità.



**Cantiere di piazzale Novelli: l'effetto desertificazione in una strada laterale**

na con via Sidoli, con un'inevitabile diversa distribuzione oraria del traffico residuo. Ed ho 13 dipendenti ai quali pensare. Fortunatamente, grazie all'intervento dell'Unione che ha saputo far squadra con noi - con il fattivo supporto di Figisc con il segretario Marcello Mangiafico - il Comune ha deciso di posizionare dei cartelli che segnalano la presenza della nostra attività. Così come accade per gli altri operatori associati interessati negativamente dall'apertura del cantiere. Purtroppo il Comune ha agito senza dare tempestiva ed esaustiva informazione sulle modalità e i tempi di realizzazione dei box. Guardi: non voglio dire che non sia utile eseguire certi lavori, ma certamente sarebbe quanto

meno opportuno fare un'azione preventiva di informazione. Si sarebbe così contribuito ad evitare forti disagi e tanti malumori".

**Come vivono i suoi clienti questo periodo di disagio?**

"Devo dire che sono solidali, anche perché per la maggior parte si tratta di residenti che, sulla loro pelle, vivono anch'essi disagi simili al nostro. La chiusura delle vie d'accesso ha bruscamente modificato le abitudini quotidiane. Tuttavia, se devo fare una considerazione sull'opportunità di realizzare box...".

**La faccia...**

"In prossimità di piazzale Novelli sono già stati realizzati altri box: oltre a piazzale

Dateo (3 strutture per circa 700 auto) è bene ricordare anche piazza Risorgimento (2 strutture per 500 auto circa) e il recente inizio di cantiere in largo Rio de Janeiro e tutti gli altri che interessano la zona di Città Studi. Tutte strutture che reputo necessarie, ma a mio avviso non inserite in un chiaro piano dei parcheggi con una politica della sosta integrata. Insomma, si costruisce perché si deve, ma per ora nelle zone interessate si vive un disagio per i tempi lunghi dei cantieri e per i dubbi sugli effettivi miglioramenti attesi. E se il fine è togliere le auto dalle strade resto allora un po' scettico".



## Il commercio "racconta" Milano

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

# Santamaria fiori a Monza



Chiesa addobbata per un matrimonio dallo zio Carlo (anni '50-60)



Composizione floreale realizzata dallo zio Carlo nella piazza davanti alla stazione ferroviaria di Monza (piazza Trento e Trieste). Ogni giorno veniva modificata la data scritta con alcune piante grasse sistemate in appositi telai (anni '60)

**I**l negozio di fiori di proprietà di Giovanni Santamaria è ubicato in un suggestivo palazzo del 1500 in via Vittorio Emanuele a Monza: nella bottega, all'interno dell'edificio, sono ancora visibili, sottoposti ad un attento lavoro di recupero, i muri originari con i sassi del Lambro disposti a lisca di pesce secondo il sistema lombardo; nei suoi sotterranei, invece, corre un cunicolo che si narra collegasse il convento della Monaca di Monza con il Duomo della città. Giovanni Santamaria, nato nel 1943, proviene da una famiglia di floricoltori, ancora oggi nome di riferimento nel settore. Suo nonno, Ambrogio, nato nel 1880, era capogiardiniere della Villa reale, addetto al frutteto; uno dei racconti che più frequentemente lo ricordavano in famiglia era legato alla creazione della prugna tricolore, verde all'esterno e bianca e rossa all'interno. Di origini non si sa con esattezza se spagno-

le o sarde, il nonno nasce a Monza e sposa Giovanna Mauri da cui nascono sei figli, cinque maschi (Carlo, Francesco, Marcello, Ottavio e Gianni) e una femmina (Ines): tutti, tranne quest'ultima, dediti al settore o come floricoltori o come fioristi.

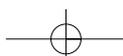
Il nonno possedeva un vasto podere, con annessa cascina a valle, nella zona di San Rocco, dove coltivava e sperimentava i frutti per poi riproporli nel frutteto della Villa reale.

Giovanni, che non ha conosciuto mai il nonno, è nato nella cascina dove vivevano tutti i fratelli dedicandosi ai campi e alla floricoltura mentre alle donne era attribuita la gestione della casa. I suoi ricordi degli anni della cascina descrivono una situazione di benessere, nonostante il contesto storico drammatico. Nel 1950 la cascina viene venduta, ma non il podere che viene diviso. I fratelli intraprendono ciascuno la propria attività: chi nella floricoltura, chi aprendo un'attività di fiorista, tradizione a cui rimarrà fedele anche la generazione successiva.

Carlo, il maggiore, ha aperto un negozio, già nel secondo dopoguerra, in via Vittorio Emanuele che Giovanni frequentava da piccolo, accompagnando lo zio (sposato, ma senza figli) anche al mercato.

Il padre di Giovanni, Marcello, terzo dei sei figli, invece, porta avanti l'attività di florovivaismo, in una parte degli appezzamenti del nonno (e come lui anche altri fratelli); i fiori vengono poi commercializzati in un negozio, sempre di loro proprietà, a San Rocco, in via Montesanto. Giovanni affianca il padre sia nella coltivazione dell'appezzamento che nell'attività del negozio; a questo se ne aggiunge un secondo, poco distante dal primo, ma in locali

CCLXXXI





Interno del negozio  
(2006)



Interno del negozio  
del figlio maggiore  
Ilario, che si dedica  
ai fiori finti  
ed alle bomboniere  
(2006)



Un'altra foto dell'interno del negozio (2006)

*in affitto in via Monte Santo. Quando Giovanni si sposa, nel 1969, acquisisce l'attività del padre, che si ritira in pensione, e prosegue solo l'attività del negozio di proprietà. Suo fratello minore Cesare segue, invece, l'altra vocazione familiare: quella della floricoltura.*

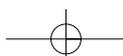
*Giovanni sposa Giulia, che lavorava come infermiera specializzata nel reparto di pediatria e che in seguito alla nascita dei tre figli, Ilario, Carlo Alberto e Valeria, decide di abbandonare la professione per aiutare Giovanni in negozio.*

*Nel 1980, alla morte dello zio Carlo, Giovanni acquista il negozio di Monza dalla moglie di lui, zia Maria (prima solo la licenza e successivamente anche i muri), e poco dopo vende quello di San Rocco a un suo collega, perché non riesce a gesti-*

*re contemporaneamente le due attività. Nel 1990 vende i muri del negozio rilevato dallo zio per acquistare, gradualmente, quelli dove si svolge attualmente l'attività. Sceglie così di abbandonare i locali sulla strada per spostarsi in spazi collocati all'interno. Questa scelta è stata dettata dalla necessità di eliminare il commercio minuto a seguito di un serio problema alle mani, risolto faticosamente e in modo alquanto fortuito, e dedicarsi esclusivamente alla composizione di fiori per matrimoni, funerali o*

*ad ordini di una certa consistenza. Contestualmente alla professione di fiorista, nel suo negozio Giovanni si impegna in una serie di attività collaterali. E' tra gli otto fondatori di Federfiori nel 1980, associazione che ha ispirato anche la scuola spagnola, e insegna in corsi di formazione del settore in tutta Italia.*

*Ha inoltre girato il mondo per partecipare a vari concorsi di settore, tra cui anche campionati del mondo: non solo in Europa, ma a più riprese anche negli Stati Uniti. Ha cominciato con Interflora nel 1979 come componente del gruppo che accompagnava il concorrente e allestiva lo stand per la realizzazione della competizione; successivamente vi ha partecipato in prima persona. Le gare sono generalmente strutturate in più prove che prevedono la realizzazione di bouquet, di centri per il tavolo, di compo-*





## Il commercio "racconta" Milano

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



Decorazione a cascata (2006)

sizioni libere o legate a temi predefiniti: tutto realizzato sul palco, in un determinato tempo, davanti ad una giuria.

Ma è soprattutto la preparazione della gara ad entusiasmare Giovanni: i disegni, i bozzetti delle sue composizioni, le varie prove che richiedono un esercizio di mesi, il confronto con esperti per apportare migliorie o rafforzare le proprie scelte sui fiori utilizzati.

La scelta di un fiore è un momento fondamentale nell'attività di Giovanni anche nel rapporto con i clienti: oggi esistono selezioni di uno stesso fiore che si distinguono per lunghezza del gambo o dimensione del petalo, di provenienza estera e dai nomi estrosi da cui i clienti si lasciano affascinare così come da varianti cromatiche non naturali (si pensi alle rose blu o all'orchidea nera) anziché apprezzare il

peso, le proporzioni che in un fiore hanno i suoi colori (come le lievi punte di giallo nell'iris o di blu nella sterlizia) o il valore simbolico e la tradizione di fiori come il garofano, oggi un po' decaduto nei gusti della gente. Giovanni cerca di far cogliere queste sfumature ai clienti, che rimangono ad ascoltarlo, senza condizionarne o orientarne le scelte, ma cercando di mediare ed armonizzare le loro richieste con la sua esperienza e professionalità. Queste, infatti, gli insegnano che il gusto o la predilezione per certi fiori, per certi colori, derivano dal carattere di ciascuno. Dal canto suo Giovanni si sforza di non amare un fiore più di un altro «perché se io rifiuto un fiore, quando debbo lavorare davanti ai clienti diventa difficile».

La sua attenzione nei confronti di ogni fiore non si esprime solo nell'atto della vendita al cliente, ma anche nell'atto dell'approvvigionamento dai fornitori.

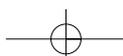
Anche con questi il rapporto non è sempre regolato dalla domanda di mercato, ma spesso orientato dalla professionalità di Giovanni che riesce a vendere un determinato tipo di fiori confezionandolo o componendolo con creatività.

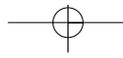
Tipicamente i fornitori di riferimento sono tre che passano a giorni alterni, ma si acquista anche dal mercato di Milano o da grossisti. I fiori sono già recisi, ma è fondamentale che siano impacchettati, all'interno di scatole, con modalità diverse a seconda della tipologia di fiore: ad esempio le rose vengono imbustate in un numero di venti alla volta e spesso anche di dieci se sono particolarmente grandi; diversamente i tulipani sono abbastanza ravvicinati e compressi.

La professionalità di un fornitore, di chi effettua la consegna o di un grossista si misura anche dal modo di



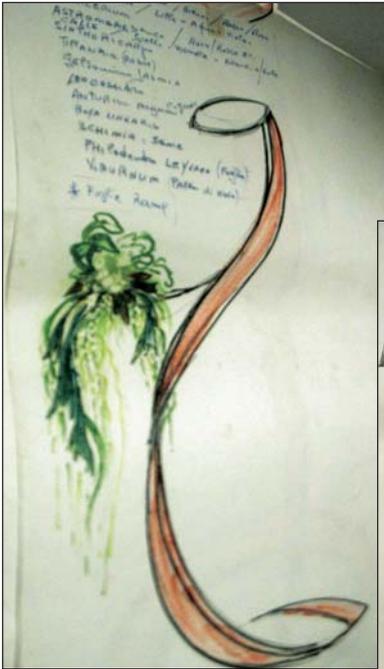
Giovanni (in maglia a righe mentre interviene sul pallone) durante una partita di calcio, sua grande passione sportiva (anni '60)





## Il commercio "racconta" Milano

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



deporre i fiori, in piedi (che è la modalità corretta, ma nell'ingrosso quella che crea maggiori disagi) o ammucciati in pile, o dal modo di spostarli e maneggiarli: Giovanni è attento a questi aspetti perché la cura del fiore è il valore del suo lavoro ed è quello che infine cerca di trasmettere al cliente.

In questi anni Giovanni ha colto inoltre un'importante soddisfazione che gli consente di guardare con fiducia al futuro dell'attività: i suoi tre figli hanno scelto di impegnarsi al suo fianco e di farsi continuatori della sua esperienza professionale, ma



anche dell'abilità tecnica ed espressiva della manipolazione dei fiori. Valeria segue le orme paterne nella gestione dell'attività e nella partecipazione ai concorsi; Carlo Alberto segue principalmente l'allestimento dei matrimoni e il maggiore, Ilario, con la moglie Michela, ha avviato nel negozio adiacente una sua autonoma attività dedicata alle bomboniere, alle partecipazioni, ai fiori artificiali ed accessoriati.

Anche con l'ultima generazione sembra ripetersi pertanto la larga identificazione tra famiglia e mestiere che Giovanni aveva rilevato nelle generazioni precedenti e di cui ci è stato testimone.

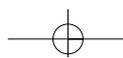
Bozzetti di studio per la composizione del Campionato del mondo (anno 2001)

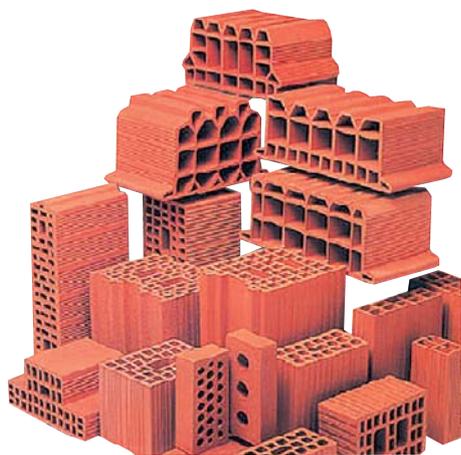
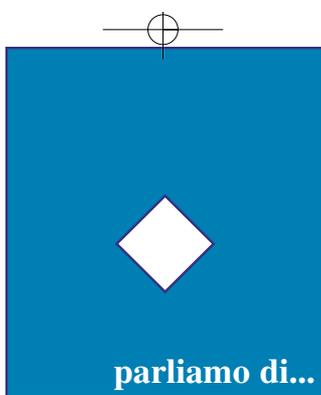
**Rossella Pastorella**

(con la collaborazione di Giuseppe Paletta e Sara Talli Nencioni)



La famiglia Santamaria. Da sinistra in fondo: Ilario, Valeria, Carlo Alberto, Michela (la moglie di Ilario), Giovanni. In primo piano il nipote Federico e Giulia, la moglie di Giovanni





**P**erché fare impresa? Lo ha rilevato la Camera di commercio di Milano compiendo un'elaborazione su dati "Factors of Business Success" Eurostat e dati del Registro delle imprese. Indicazioni che sono state presentate in occasione del convegno "Metamorfosi dell'imprenditore" celebrativo dei vent'anni di Formaper, l'azienda speciale dell'Ente camerale per la formazione imprenditoriale (in breve, alcuni numeri dell'attività di Formaper: oltre 81 mila aspiranti imprenditori e lavoratori autonomi affiancati, 20.000 studenti coinvolti nei programmi di passaggio scuola-lavoro, più di 5.600 corsi organizzati, 250 studi e ricerche realizzate, 64 progetti internazionali, 5.000 contatti l'anno). Seguire la tradizione familiare: è questa la ragione per cui si crea un'impresa a Milano e in

## Fare impresa: conta il "dna" familiare

Italia in un caso su quattro (26%), in particolare modo tra le donne (28%) e tra chi ha superato i 30 anni (45%). Scelta che condiziona gli imprenditori milanesi ed italiani in media più dei loro colleghi europei (che si fermano al 23%). E se la tradizione familiare è determinante nella scelta di fare impresa in un Paese dove la famiglia è centrale come il Portogallo (34%) pesa ancora di più in Paesi come la Svezia (32%), la Danimarca (41%) e il Lussemburgo (86%). Ma gli

**"Metamorfosi dell'imprenditore": convegno in occasione dei vent'anni di Formaper, l'azienda speciale della Camera di commercio di Milano per la formazione imprenditoriale**

europea). La mancanza di appoggio del coniuge e dei familiari è una difficoltà per lo start up di impresa in un caso su cinque (21% contro 19% europeo). Per la maggior parte degli imprenditori la causa della loro scelta

di lavoro è prima di tutto il desiderio di essere il proprio capo (81%) e la prospettiva di fare più soldi (72%). Il profilo del nuovo imprenditore milanese? Uomo (78,3%), italiano (76%) e sotto i 50 anni (82%). E' questo l'identikit dell'imprenditore che ha avviato

una ditta individuale nella provincia di Milano dopo il 2000. Le donne sono meno presenti rispetto al dato italiano (21,7% contro 27,4%) mentre pesano di più fra gli stranieri; tra cittadini dell'Unione europea ed extracomunitari sono il 24% dei nuovi imprenditori



**Renato Borghi, presidente Formaper (e vicepresidente Unione)**

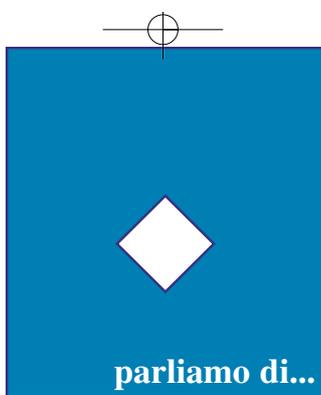
italiani, se nel fare impresa "seguono" il dna familiare, ascoltano comunque meno i consigli di familiari ed amici (40% contro la media europea del 46%) e sono meno finanziati dalle famiglie (25% contro il 27% della media

attivi contro il 16% italiano e il 20% lombardo.

Tra i nuovi imprenditori milanesi extracomunitari prevalgono egiziani (24%), cinesi (15%) e marocchini (10%), seguiti da albanesi (6,4%) e peruviani (5,8%).

**Unioneinforma**

febbraio 2008



*Con Scuola Superiore-Capac e partner di progetto  
che ne consentono lo svolgimento  
in sedi formative dislocate sul territorio*

## Formazione apprendisti Corsi gratuiti e "vicini": opportunità per le imprese

Con la Scuola Superiore del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni (e il Capac-Politecnico del Commercio) le aziende di Milano e della costituenda provincia di Monza e Brianza hanno l'opportunità di far svol-

gere corsi di formazione per apprendisti e tutor. I corsi sono gratuiti a tre condizioni: gli apprendisti devono essere assunti con contratto di apprendistato professionalizzante sulla base del contratto nazionale del terziario; per l'apprendista si deve trattare della prima annualità di formazione (non deve cioè aver già svolto le 120 ore di formazione); la sede operativa nella quale lavora l'apprendista si

**Gratuità prevista se:**  
**1) gli apprendisti sono assunti sulla base del contratto terziario**  
**2) se sono alla prima annualità di formazione**  
**3) se la sede d'impresa si trova nel territorio della provincia di Milano e della costituenda provincia di Monza e Brianza.**  
**Finanziata anche la formazione dei tutor**

non lontane dalla sede dell'impresa. Il percorso di 120 ore di formazione esterna è suddiviso in un primo modulo fisso di 48 ore (che affronta argomenti come l'organizzazione d'impresa, la sicurezza e la legislazione sul lavoro) e in due moduli tecnico/professionali di 36 ore ciascuno scelti, sulla base di un catalogo, se-

### A chi rivolgersi

Per maggiori informazioni si può contattare la Scuola Superiore Rosy Amore,  
tel. 0240305283  
email [rosy.amore@scuola-superiore.cts.it](mailto:rosy.amore@scuola-superiore.cts.it)  
o Alessandra Cardamone  
tel. 0240305245  
email [coordinamento.fse@capac.it](mailto:coordinamento.fse@capac.it)

### Scheda d'iscrizione e moduli sul sito Unione

Sul sito internet dell'Unione - [www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it) - è possibile scaricare la scheda d'iscrizione (che l'azienda interessata può anticipare via fax al numero 0248700450) e il catalogo dei moduli tecnico/professionali previsti.

deve trovare nel territorio della provincia di Milano o della costituenda provincia di Monza e Brianza.

condo le necessità che l'impresa deve far acquisire al proprio collaboratore. Ecco i

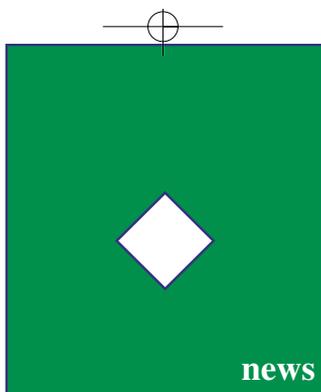


temi dei corsi tecnico/professionali: tecniche di vendita e strategie di marketing, orientamento al cliente, la comunicazione efficace, front office, merchandising e tecniche espositive, contabilità e bilancio, amministrazione, amministrazione clienti e fornitori, gestione fiscale Iva-Irap-Irpeg, segreteria di base, segreteria avanzata e marketing operativo, gestione magazzino, igiene e sicurezza, il pacchetto Office: livello base, il pacchetto Office: livello avanzato, l'inglese per accogliere il cliente straniero, lingua inglese: livello base, lingua inglese: livello intermedio, lingua inglese: livello avanzato.

Per la provincia di Milano il finanziamento copre anche l'attivazione di corsi esterni di 40 ore relativi alle sole competenze trasversali, rivolti agli apprendisti di imprese che hanno scelto la formazione integrata. Nel finanziamento previsto per questi progetti rientrano anche i

corsi, di 12 ore, finalizzati all'adempimento formativo dei tutor aziendali.

**Unioneinforma**  
febbraio 2008



Per informazioni  
contattare l'Unità  
finanziamenti  
dell'Unione:  
027750497/469

**E'** possibile presentare fino alle 16.30 del 3 marzo le domande per il bando di sostegno a "tecnologie innovative per la logistica sostenibile delle merci in ambito urbano finalizzate alla minimizzazione degli impatti sull'ambiente". Le risorse disponibili ammontano complessivamente a 940.000 euro (300.000 euro per Milano e provincia). Il contributo, a fondo perduto, è pari al 50% dell'investimento complessivo ammissibile (fino a 200.000 euro per progetto). Il bando non ammette investimenti inferiori ai 100.000 euro. Possono presentare domanda di contributo, in qualità di capofila di progetti destinati ad un'aggregazione d'impresa: le imprese, i consorzi, le associazioni imprenditoriali, le università e gli enti pubblici di ricerca, le associazioni di protezione ambientale, le società

*Entro il 3 marzo le domande per il bando sulle tecnologie innovative*

## Logistica delle merci Finanziamenti dalla Regione

di servizi delle associazioni imprenditoriali, le aziende speciali delle camere di commercio e/o enti del sistema camerale, i centri servizi e i centri studi partecipati da associazioni di imprese e da enti locali e/o pubblici, le aziende a quota pubblica maggioritaria operanti nel settore della mobilità e dei trasporti.

Tra le spese ammissibili rientrano gli acquisti di hardware e software; di servizi informatici e telematici; di apparecchiature e tecnologie per l'allestimento dei veicoli; i costi relativi a consulenze specifiche esterne; al lavoro di personale dipendente o a progetto (fino ad un massimo del 20% dell'investimento complessivo ammissibile); per la formazione del personale (fino ad un massimo del 10% dell'investimento complessivo ammissibile); le spese sostenute per la progettazione ed il coordinamento nella misura massima

del 20% del totale delle spese ammissibili. Le domande vanno presentate esclusivamente in forma telematica (ai siti internet indicati nel bando). I soggetti privi di firma digitale devono obbligatoriamente stampare la domanda e inviarla in formato cartaceo non oltre 5 giorni lavorativi dalla data dell'invio telematico.

**B.B.**

### Giurì pubblicità Deodato presidente

*Giovanni Deodato (componente del Consiglio direttivo dell'Unione di Milano) è il nuovo presidente del Giurì dello Iap, l'Istituto dell'autodisciplina pubblicitaria. Il Giurì svolge, a garanzia dei consumatori, una funzione giudicante sulla correttezza dei messaggi pubblicitari (applicando il Codice di autodisciplina) ed è uno strumento alternativo alla giustizia ordinaria nei contenziosi in materia pubblicitaria.*



**Giovanni Deodato**

Fnip, la Federazione nazionale delle imprese di pulizia aderente a Confcommercio, ha firmato con Filcams-Cgil, Fisascat-Cisl e Uiltrasporti-Uil, il rinnovo del contratto nazionale per i lavoratori del comparto pulizie e servizi integrati.

Il nuovo contratto, che interessa oltre 500.000 addetti, prevede un aumento medio a regime pari a 115 euro al secondo livello. Su proposta della stessa Fnip il ministro del Lavoro Cesare Damiano ha provveduto ad emanare un decreto che modifica la disciplina del passaggio del personale da

## Settore pulizie Firmato il rinnovo contrattuale

una società all'altra in caso di cambio di appalto (stabilisce che non possa più essere invocata la legge 231/91 in materia di licenziamenti collettivi scongiurando così il ricorso alle procedure di mobilità).

Tra i contenuti principali dell'accordo, il riferimento all'impegno

del ministro del Lavoro – contenuto già nel decreto "milleproroghe" – di creare una cabina di regia con compiti sia di contrasto al lavoro nero e alle inadempienze, che di impulso per una regolamentazione più puntuale del settore.

Infine, il contratto Fnip si contraddistingue per la sua completezza: dal 2001, infatti, è stato sottoscritto anche da Anid, Associazione nazionale che opera nell'ambito della disinfestazione, andando così a regolamentare anche l'intero settore della disinfestazione e derattizzazione.

**Unioneinforma**

febbraio 2008



*Agenti, rappresentanti e showroom della moda*

## Assomoda Lombardia I progetti per quest'anno

**P**resentati dal presidente di Assomoda Lombardia Giulio Di Sabato (in una riunione di Giunta esecutiva) i progetti che l'Associazione intende sviluppare nel corso di quest'anno.

In una successiva riunione del Consiglio direttivo di Assomoda Lombardia i progetti verranno ulteriormente definiti ed approvati per poi passare al loro avvio a partire dalla primavera.

**"Dama".** "Donne agenti moda

Assomoda" è un comitato di donne - impegnate nell'attività di agenzia commerciale, sia come titolari sia come responsabili di showroom moda - che, con il coordinamento della vicepresidente nazionale, Maria Luisa Pasutto, opererà su alcune linee di marketing associativo: convegni, servizi ad hoc, convenzioni (partendo da un'indagine precisa sul numero delle persone coinvolte nell'attività professionale).

**"Eventi in Showroom".** Affidato alla vicepresidente lombarda Antonella Lombroso ed a Paolo Comini (di Sidecar Eventi) il

progetto definirà alcuni eventi culturali e ricreativi che, attraverso sinergie con il mondo dell'arte e della cultura, sappiano coinvolgere tutti gli showroom



**Giulio Di Sabato presidente lombardo e nazionale di Assomoda**

moda.

milanesi apportando visibilità all'Associazione.

**"Think Tank".** Sarà il laboratorio di idee innovative e di proposte in grado di delineare nuovi contorni alla figura professionale dell'agente - sempre più eclettica e polifunzionale - con il contributo determinante di alcuni grandi showroom e di esperti della distribuzione

### SEGNALIAMO CHE...

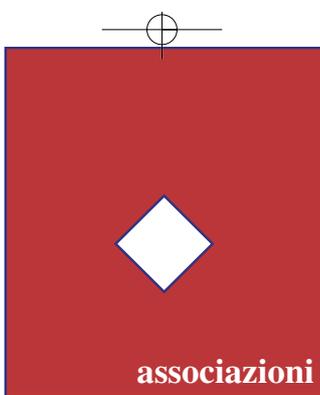
*Per giovedì 13 marzo Assomoda Italia ha in programma a Milano in Unione (corso Venezia 49, sala Commercio - dalle 9.30)*

*un seminario internazionale sul contratto d'agenzia nel settore della moda.  
Per informazioni: 02780327.*

**Unioneinforma**

febbraio 2008





*Affollato convegno sugli adempimenti obbligatori e le modalità d'iscrizione al Registro*

## Rifiuti apparecchiature elettriche ed elettroniche Il punto in Unione con Aice ed Andec

**A**ice (Associazione italiana commercio estero), in collaborazione con Andec (l'Associazione nazionale importatori e produttori di elettronica civile) ha organizzato un seminario (molto nutrita la partecipazione degli operatori: foto) dal titolo "Adempimenti obbligatori per gli importatori di apparecchiature elettriche ed elettroniche (Aee)". In particolare i relatori hanno illustrato le pratiche obbligatorie per gli importatori di apparec-

chiature elettriche ed elettroniche. A livello comunitario l'Italia è l'ultimo Paese ad aver emanato i decreti per l'avvio del sistema Raee: a causa, infatti, di difficoltà oggettive strutturali (mancanza di piazzole di raccolta idonee e distribuite omogeneamente in tutto il territorio nazionale) la nuova normativa è entrata in vigore solo di recente (vedi *Unioneinforma* di



*dicembre a pagina 20 n.d.r.*  
Sono emersi ancora alcuni comprensibili dubbi sui prodotti che rientrano nella normativa Aee e quelli esclusi. È stato affrontato, poi, il tema dei produttori non aventi sede legale in Italia.

**Fra i relatori del convegno in Unione Maurizio Iorio, presidente di Andec**

Paolo Pipere, della Camera di commercio di Milano, ha illustrato le modalità di iscrizione al Registro ed ha chiarito alcuni dubbi dei partecipanti sui soggetti obbligati. La scadenza per iscriversi al Registro è il 18 febbraio. Infine vi è stata la presentazione delle modalità operative di due sistemi collettivi di raccolta e smaltimento delle apparecchiature elettriche ed elettroniche: il Consorzio Remedia e il Consorzio European Recycling Platform.

*Per ricevere via email la documentazione del convegno contattare Aice (Raffaella Seveso), tel. 027750320.*

**15 KM DA MILANO/LINATE - Adiacenze VIGNATE**

**LISCATE** *Casine San Pietro*

**...Un sogno di CASA**



**CANTIERE APERTO SABATO - DOMENICA**

Per maggiori informazioni: [www.faini.it](http://www.faini.it)

cantiere esente da mediazione

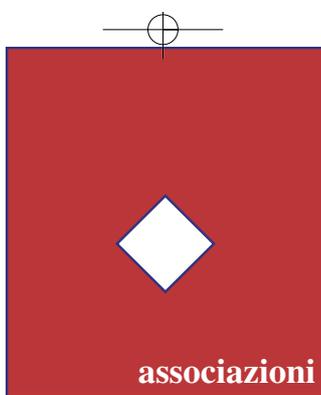
**faini case**

**Tel. 02 95739809**

CHIAMATA GRATUITA  
NUMERO VERDE  
800-206320

**Unioneinforma**

febbraio 2008



## Associazione italiana commercio estero Imprese e internazionalizzazione Gli incontri 2008 di Aice

**A**ice, Associazione italiana commercio estero, organizza in Unione

(corso Venezia 49) per il 2008 una serie di seminari ed incontri di approfondimento su contrattualistica internazionale, scambi intracomunitari, scambi extracomunitari, pagamenti e trasporti internazionali, tecniche di comunicazione. Primo appuntamento il 20 febbraio su **"I contratti internazionali di distribuzione: aspetti critici e gestione delle controversie"**. Obiettivo del

### In Unione workshop e seminari di approfondimento

seminario è quello di pre-

sentare i vari elementi da considerare nella stesura del contratto, in un'ottica di prevenzione e di corretta gestione dei possibili conflitti fra le parti. Sotto esame, quindi, i contenuti delle principali clausole, con particolare riferimento alla legge applicabile ed al foro competente. Viene inoltre affrontato il problema del-



# Aice

l'indennità di fine rapporto illustrando gli orientamenti legislativi e giurisprudenziali al riguardo in alcuni Paesi europei ed extra-europei.

Informazioni sul programma di seminari Aice sono reperibili sul sito [www.aicebiz.com](http://www.aicebiz.com) e sul sito [www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it). Prendere contatto con la segreteria dell'Associazione (tel. 027750320-321 email: [aice@unione.milano.it](mailto:aice@unione.milano.it)).

### Ecco gli altri incontri

**6 marzo. Scambi extracomunitari: certificati per esportare in Cina e Russia.** L'incontro intende approfondire la documentazione necessaria per l'esportazione delle merci in Cina e in Russia. In particolare la certificazione GOST per la Russia e la certificazione CCC per la Cina.

**27 marzo. Incoterms: la scelta del termine di resa delle merci.** Il seminario prende in esame gli Incoterms, regole internazionali per l'interpretazione dei termini commerciali di consegna delle merci usati nelle vendite internazionali. Viene analizzata la ripartizione dei costi e dei rischi nell'applicazione di ciascun termine.

**17 aprile. Le operazioni documentarie: cad e lettere di credito.** Obiettivo del seminario è la completa analisi di tutti gli strumenti di regolamento del prezzo nel commercio con l'estero che utilizzano documenti. In particolare vengono presentate le caratteristiche e il funzionamento dell'incasso documentario e del credito documentario.

**8 maggio. Scambi extracomunitari: depositi Iva, depositi doganali e consignment stock.** L'incontro ha lo scopo di approfondire i vantaggi fiscali, contabili e amministrativi della gestione dei depositi. In particolare il deposito Iva in conto proprio e in conto terzi,

il consignment stock e il deposito doganale.

**20 maggio. I contratti di compravendita internazionale e la responsabilità per danno da prodotto difettoso.** Vengono analizzati i vari tipi di responsabilità a carico del venditore per i prodotti immessi in commercio. Si esaminerà pertanto la responsabilità contrattuale e legale relativa ai vizi dei beni venduti e si distinguerà tale responsabilità da quella extracontrattuale per i danni derivanti da difetti dei prodotti. Verranno inoltre suggerite alcune precauzioni da prendere per prevenire o gestire correttamente le possibili controversie in materia.

**17 giugno. Scambi extracomunitari: operazioni di temporanea importazione o esportazione.** Analisi delle possibilità per le aziende di importare e esportare temporaneamente i propri prodotti in occasione di fiere, lavorazioni etc. In particolare il carnet Ata e i regimi di perfezionamento passivo e attivo.

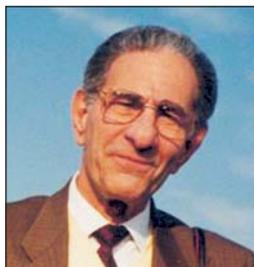
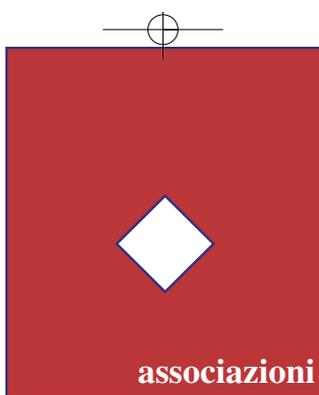
**25 settembre. Personalità e comunicazione. L'arte di capire gli altri attraverso i comportamenti, le parole, i gesti.** La gestione delle "relazioni" impone ai manager di essere sempre più professionisti capaci di gestire con estrema efficacia i processi comunicativi. Avere buone relazioni è sempre più una capa-

rità richiesta in ambito lavorativo. L'obiettivo del workshop è quello di fornire strumenti e metodologie di pronta applicazione per identificare velocemente la personalità dell'interlocutore, riconoscere in anticipo il suo comportamento di base, scegliere il canale comunicativo più efficace per evitare malintesi ed aumentare la reciproca comprensione. Inoltre, conoscere ed interpretare il linguaggio corporeo come elemento di comunicazione ed affinare la capacità di ascolto per capire meglio l'interlocutore e dare adeguati segnali di comprensione.

**16 ottobre. Il marchio come leva innovativa del marketing.** L'iniziativa intende fornire un quadro essenziale di come dare e ricevere in licenza la proprietà intellettuale - marchi, brevetti e opere di design - attraverso l'illustrazione dei principi normativi di base e delle procedure di registrazione.

**13 novembre. Scambi extracomunitari: certificati di origine non preferenziali e il sistema delle preferenze generalizzate.** Nell'incontro si analizzano i certificati necessari per l'esportazione delle merci. In particolare i certificati di origine della Camera di commercio, il sistema delle preferenze generalizzate con i relativi certificati: Eur1 - Form A - Atr.

**Unioneinforma**  
febbraio 2008



## Cordoglio di AssiCC La scomparsa di Enzo Beltrami

**E' stato presidente dell'Associazione italiana commercio chimico fino alla metà degli anni '90**

**C**ordoglio di AssiCC, l'Associazione italiana commercio chimico, per la scomparsa di Enzo Beltrami, presidente dell'Associazione dai primi anni '70 fino alla metà degli anni '90. Beltrami era nato a Bonassola (La Spezia) nel 1923. Manager della Basf Italia (allora Saseca), Beltrami ha fortemente contribuito a far crescere AssiCC come importante realtà associativa. Grazie a lui - ricorda l'Associazione - si iscrissero tutte le allora più importanti aziende della distribuzione

chimica tedesche e svizzere (come Hoechst, Bayer, Ciba, Zyma, Sandoz, Roche). Enzo Beltrami ha ricoperto incarichi in Confcommercio e fu nominato rappresentante della Confederazione a Bruxelles presso l'Ecosoc (Comi-

tato economico sociale dell'Unione Europea). Conclusi i suoi incarichi in AssiCC, si era dedicato a Milano alla riapertura e riorganizzazione della Scuola militare di corso Italia (chiusa nel secondo dopoguerra).

## Associazione esercenti pollami Conferma di Walter Terzi

Conferma di Walter Terzi alla presidenza dell'Associazione esercenti pollami di Milano per il periodo 2007-2010. Vicepresidente: Dorando Giannasi. Completano il direttivo: Sergio Bruschì (che è anche revisore dei conti), Antonio De Melas e Carlo Vaghi.

Concorso  
promosso dall'Ascom territoriale

## Gorgonzola: la vetrina vincente

“Il frutteto di Ciro e Giuliana” (via Montegrappa 6) - foto - è il vincitore del recente concorso vetrine organizzato dall'Associazione territoriale di Gorgonzola. Secondi classificati, a pari merito, “Dell'Aquila Mainetti Design” (via Don Gnocchi 8); “E' Arte” (via Cavour 29/31); “Monti New” (via Serbelloni 7/9) e “Titilla Papilla” (via Italia 72/74).



**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](http://www.unionemilano.it)

DIRETTORE RESPONSABILE  
Gianroberto Costa

EDITORE  
PROMO.TER Unione  
Sede e amministrazione:  
corso Venezia 47/49  
20121 Milano

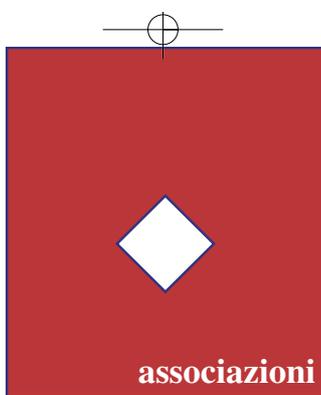
REDAZIONE  
Federico Sozzani  
corso Venezia 47/49  
20121 Milano

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

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

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

**Unioneinforma**  
febbraio 2008



A marzo via alle lezioni al Capac-Politecnico del Commercio

## Fioristi milanesi: professione che fa Scuola

**P**rende il via a marzo a Milano al Capac-Politecnico del Commercio (viale Murillo 17) il corso 2008 di base e perfezionamento della Scuola professionale dell'Associazione fioristi milanesi. Il corso è indirizzato a tutti i fioristi, ai loro familiari e dipendenti, che intendono accrescere il grado di conoscenza del mestiere. Della durata di 174 ore, nei primi tre mesi (marzo, aprile, maggio) il corso della Scuola fioristi si incentra sulle tecniche di base, la botanica, la gestione aziendale. A giugno e settembre, nella fase di perfezionamento, il programma del corso prevede il mazzo legato, l'arte funebre e conviviale, il bouquet da sposa.



**Anna Lucia Carbognin,**  
presidente  
dell'Associazione  
fioristi milanesi



**Ernesto Corbella,**  
vicepresidente vicario  
dell'Associazione  
fioristi e responsabile  
della Scuola  
professionale

Le lezioni sono serali - dalle 20 alle 23 - il lunedì, martedì e mercoledì.

Al termine del corso viene rilasciato

**Telefonare  
all'Associazione  
(027750216)  
per iscriversi  
al corso di base  
e perfezionamento**

dalla Camera di commercio un attestato di frequenza (in

base alla normativa vigente in tema di formazione professionale). I partecipanti che avranno superato il corso potranno poi iscriversi, senza necessità di insegnamenti integrativi o autorizzazioni, al quarto modulo del corso di base Federfiori.

Per informazioni e per iscriversi contattare l'Associazione milanese fioristi: tel. 027750216.

### Una lunga tradizione

La Scuola professionale dell'Associazione fioristi vanta una lunga tradizione. La sua attività prende avvio negli anni '50 presso i locali messi a disposizione dai fioristi Cattaneo e Schieppati, in corso Garibaldi e in via Napo Torriani (erano magazzini dove si svolgeva il commercio all'ingrosso).

Tra i primi maestri fioristi si annoverano Giuseppe Sironi, Mario Cardin e Nicola Lauri.

L'era del Capac prende avvio qualche anno più tardi con Gigi Fumagalli (tuttora responsabile dei corsi) e con gli insegnanti Ferruccio Rossi e Giovanni Santamaria, per approdare poi a una nuova fase (Ignazio Porru, Mario Lauri, Giovanni Moro) e alla presidenza dell'Associazione fioristi ricoperta da Agostino Marchesetti (1988-2002) durante la



**Gigi Fumagalli,** responsabile dei corsi  
della Scuola fioristi

quale la Scuola, per un breve periodo (1987-1992), ha usufruito anche di finanziamenti diretti della Regione Lombardia che hanno consentito un rilancio delle attività didattiche e formative.

Con il presidente dell'Associazione fioristi Anna Lucia Carbognin e il vicepresidente vicario dell'Associazione Ernesto Corbella, responsabile e supervisore della Scuola, le attività didattiche sono state potenziate ampliando l'offerta formativa (corsi di scenografia floreale, marketing, etc.) e indirizzando gli operatori verso le ultime novità tecnologiche.

### Segnaliamo che...

Ci sono prezzi competitivi, con gli operatori dell'Associazione fioristi milanesi, per una serie di servizi usufruibili dai cittadini rivolgendosi al Comune di Milano. Dalla fornitura di prodotti floreali per le cerimonie funebri (per questo servizio c'è un apposito numero verde dedicato ai consumatori: 800324980), all'addobbo floreale per il matrimonio, alla manutenzione del verde cimiteriale. Per informazioni e future adesioni da parte di operatori interessati contattare, invece, la segreteria dell'Associazione fioristi milanesi: tel. 0277050216.

**Unioneinforma**

febbraio 2008



imprese e tecnologia



## Milano: terziario sempre più a banda larga

dal 2005 monitora il divario digitale nella piccola impresa del territorio e mette in campo strumenti per favorire il suo superamento.

Durante il convegno è stato presentato

**Divario digitale nelle micro e piccole aziende del terziario milanese: i dati della ricerca presentati a Milano da Camera di commercio, Assintel e Unione. 25.000 piccole aziende ancora senza pc e internet**

zione del 2005. Permane un ritardo del commercio al dettaglio, in cui ancora il 49,1% è senza pc, e dei pubblici esercizi, al 53,9%. Bene i due settori tradizionalmente più tecnologici: nel

commercio all'ingrosso il pc è presente nel 99,5% delle aziende, percentuale che scende lievemente al 97,7% nelle aziende dei servizi, segnando però un recupero di 7 punti rispetto al 2005.

**Sempre più web.** La connessione al web è in miglioramento – il 96,1% delle aziende con

pc ha un accesso ad internet, ormai per il 94,2% a banda larga – ma con significative differenze all'interno dei settori: il 99,2% del commercio all'ingrosso e il 96,6% dei servizi accedono al web, mentre la



L'ingresso della Camera di commercio milanese

**L**87% delle micro e piccole aziende milanesi del terziario ha almeno un pc; di esse il 96,1% accede a internet e il 47,8% ha un sito web. E' quanto emerge dalla ricerca "Il Digital Divide nella micro e piccola impresa milanese", presentata dalla Camera di commercio di Milano insieme ad Assintel (Associazione nazionale delle imprese Ict) e con la collaborazione dell'Unione (Promo.Ter).

La ricerca, realizzata attraverso Freedata, si inserisce in un progetto finanziato dalla Camera di commercio di Milano che

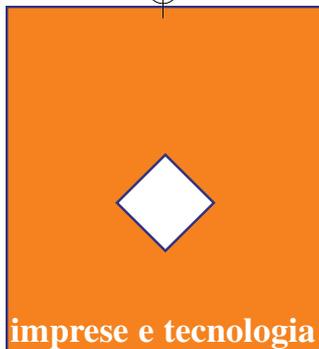
**Assintel**  
Associazione Nazionale delle Imprese ICT

**I dati della ricerca.** Sono circa 190.000 le imprese di Milano e provincia attive nei settori del commercio al dettaglio, del commercio all'ingrosso, dei pubblici esercizi e dei servizi che costituiscono l'universo di riferimento della ricerca. Di esse il 13% (25.000 micro e piccole imprese) non ha ancora il pc, risultando completamente escluso dalla dimensione tecnologica. La percentuale è comunque in miglioramento di 5 punti rispetto alla rileva-

cifra scende all'84,6% nei pubblici esercizi e all'80,3% nei commercianti al dettaglio. Questi sono, però, in netta ripresa rispetto al 2005, segnando un miglioramento relativo di quasi 17 punti.

L'intensità e il valore qualitativo dell'utilizzo di internet sono ancora bassi e differenti per i vari settori: in aumento le transazioni con i fornitori (dal 27,6% del 2005 all'attuale 56,6%) e l'home banking (83,6%), che registra un +30% dovuto so-

**Unioneinforma**  
febbraio 2008



## imprese e tecnologia

prattutto alla recente normativa che impone il pagamento del modello F24 on-line. In diminuzione invece le aziende che usano il web per interagire con la Pubblica amministrazione (35,2% sul totale delle aziende con connessione alla rete) e l'utilizzo del Voip (33%).

Il sito internet comincia ad essere percepito come una concreta opportunità di apertura al mercato, sebbene sia ancora visto soprattutto come una "vetrina": il 47,8% delle aziende con pc ha un sito aziendale. Grande miglioramento per quanto riguarda i pubblici esercizi, che dal 16,1% del 2005 passano al 48,2% nel 2007, e dei commercianti al dettaglio, che passano dal 22,6 al 33,8%, percentuale destinata a breve ad aumentare dato che il 31,7% di essi dichiara di avere in progetto la realizzazione del sito entro l'anno.

Ancora a livelli poco significativi l'e-commerce: il servizio è presente solo nel 13,4% dei casi.

Altra dimensione significativa relativa ad un utilizzo avanzato dell'Ict è la presenza di software per la gestione dell'attività aziendale. La metà delle aziende con pc ha un applicativo gestionale o per la contabilità. In miglioramento anche la presenza di software per la gestione del magazzino (22,7%), della clientela (20,3%), della logistica (16%) e della forza vendita (11,3%). Ancora limitati i software per la gestione del personale (7,2%), comunque concentrati nelle imprese di più grandi dimensioni.

**Il digital divide.** All'interno di ogni settore merceologico sono state individuate tre tipologie di imprese - rispettivamente low-tech, medium-tech

e high-tech. Il segmento delle aziende low-tech pesa per il 30,2%, in netto miglioramento rispetto alla rilevazione del 2005 (45,2%); le aziende medium-tech sono il 51,4% e quelle high-tech il 18,3% (rispetto all'11% rilevato nel 2005).

Positivo e in forte crescita il grado di soddisfazione relativo agli investimenti effettuati in tecnologia: è soddisfatto il 78,9% degli imprenditori, contro un 43,6% dell'indagine 2005.

Costi, mancanza di cono-

## Donne e tecnologia Meglio in provincia

Presentata dalla Camera di commercio di Milano insieme ad Assintel e con la collaborazione dell'Unione (Promo.Ter) anche una ricerca su donne imprenditrici e tecnologia. Sono il 42,2% le micro e piccole aziende del terziario milanese in cui i decision maker sono donne, ma solo il 32,3% nell'area urbana mentre la percentuale sale al 54,2% nell'Alto Milanese, al 66,2% in Brianza e al 70,7% nella direttrice Est. L'approccio alla tecnologia non è legato ad una differenza di genere: se esiste un divario digitale, esso è indipendente dal fatto che le imprese siano dirette da donne piuttosto che da figure maschili.

Dalla ricerca emergono anche dati interessanti relativi alla distribuzione per fasce d'età: le donne risultano distribuite maggiormente nelle fasce più giovani. Mentre il 67,9% di esse risulta avere un'età inferiore ai 45 anni, con una media di 40,5 anni, questa percentuale per gli uomini scende al 44,7%, con un'età media di 47 anni. Questo è segnale sia di un'affermazio-

ne più recente della donna nei ruoli decisionali rispetto alla consolidata leadership maschile, sia di una loro uscita prematura dal mondo del lavoro.

Le donne sembrano capitalizzare maggiormente il fattore formazione: esse sono più propense a ricevere formazione in fatto di tecnologia, ritenendo che essa possa essere utile per migliorare le proprie performance professionali sfruttandola in ambito lavorativo, ma anche per trarne vantaggio nella propria vita privata e familiare.

Nel tempo libero, il comportamento rispetto all'uso del pc è sostanzialmente simile: il 61,3% delle donne decision maker utilizza il computer, contro il 69,2% degli uomini. Internet è utilizzato dal 95,5% delle donne e dal 94,2% degli uomini.



### Gli atteggiamenti verso la tecnologia.

I risultati qui evidenziati si riproducono nella percezione degli imprenditori circa la presenza dell'Ict in azienda. Essa infatti è in lenta crescita (per il 49,7% di essi l'utilizzo in azienda è "elevato"), ma segue la distinzione fra settori merceologici: per commercianti al dettaglio e pubblici esercizi il giudizio è sistematicamente più basso e mediamente negativo.

scenza e rigidità delle soluzioni Ict sono i primi tre fattori indicati come ostacoli all'adozione delle tecnologie. Basso anche il valore attribuito alla formazione informatica, sebbene con un incremento rispetto al 2005: il 21,8% delle aziende ha fornito ai propri addetti corsi di formazione It (nel 2005 erano solo il 3,2%), con una forte crescita nelle aziende dei servizi (dal 3,1% all'attuale 26,7%).

## Unioneinforma

febbraio 2008



**Giuseppe Freri**

**D**ai ricordi sul primo affare (materiali per 160 metri quadrati di un tetto) alla realtà di oggi - in un mercato, quello della distribuzione edile, in continua evoluzione - con i principi di fondo che restano immutati e che costituiscono il dna di molte aziende del nostro territorio: l'impresa come passione, crescita professionale nella continuità dei valori familiari, responsabilità sociale verso i clienti e l'ambiente in cui si opera.



## Festeggiati in Unione i 35 anni di Freri Tramit

A Palazzo Castiglioni, nella sede Unione, Giuseppe Freri, presidente milanese (Ascomed) e nazionale (Federcomated) dei rivenditori di materiali per l'edilizia, ha voluto festeggiare i 35 anni di attività di Freri Tramit (società affiliata al gruppo 4Bild). Una serata - coordinata da Mario Verduci, segretario Ascomed e Federcomated ed alla quale è intervenuto anche il presidente Unione

e Confcommercio Carlo Sangalli - per ripercorrere la storia dell'azienda e presentarne novità e progetti. Alla serata hanno partecipato sia le industrie partner di Freri Tramit che le imprese di costruzione che da anni si riforniscono presso la rivendita. Premiati Adriano Girella (primo cliente della rivendita) e Giuseppe Pasini, la cui impresa edile è cliente storico di Freri Tramit.

"L'Italia in tavola: la cultura del cibo" è l'appuntamento in Unione, corso Venezia 49, venerdì 14 marzo (dalle 14.30), promosso da Erredieffe (tel. 0266114397) nell'ambito del ciclo di incontri di "Sapere il sapore del sapere". Tra i relatori Piero Solci (consigliere Assofood Milano).





**SINCERT**



**Promo.Ter**  
ENTE PER LA PROMOZIONE E LO SVILUPPO  
DEL COMMERCIO DEL TURISMO DEI SERVIZI  
E DELLE PROFESSIONI



**Unione**  
COMMERCIO TURISMO SERVIZI PROFESSIONI - MILANO

**LA SICUREZZA E' UN VALORE IMPORTANTE PER L'AZIENDA  
ED I SUOI COLLABORATORI**

**..... NOI VI AIUTIAMO A NON DIMENTICARLO MAI !**

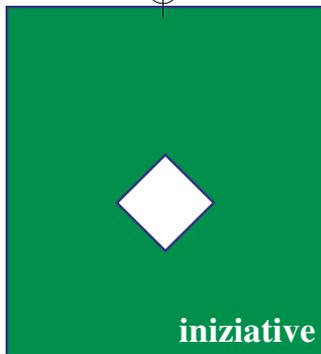
**CLUB DELLA SICUREZZA**

<p><b>DIVISIONE SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO</b> (D.Lgs. 626/94) Tel. 02-76.02.80.42/15 club.626@unione.milano.it</p>	<p><b>DIVISIONE IGIENE DEGLI ALIMENTI</b> (H.A.C.C.P. D.Lgs 193/07) Tel. 02-7750.590/591 club.haccp@unione.milano.it</p>	<p><b>DIVISIONE PRIVACY</b> (Trattamento dati D.Lgs. 196/03) Tel. 02-76.02.80.42/15 club.privacy@unione.milano.it</p>
--	--	---

**CLUB SERVIZI INNOVATIVI**

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

**I nostri uffici: Via Marina, 10 - 20121 Milano - Fax 02-76.01.76.77**



## “Caccia in cucina” nei ristoranti lombardi

**F**ebbraio mese di “Caccia in cucina”, la manifestazione di gastronomia venatoria - giunta alla sesta edizione - che coinvolge la ristorazione nelle province di Milano (con la collaborazione di Epam, l'Associazione milanese dei pubblici esercizi), Bergamo, Como, Brescia, Pavia. “Obiettivo di ‘Caccia in cucina’ - spiega Alfredo Zini, vicepresidente vicario di Epam e presidente milanese dei ristoranti - è quello di promuovere la tradizione culinaria a base di selvaggina, elemento presente in tutte le cucine regionali d'Italia, e di sollecitare positivamente l'attenzione del più vasto pubblico nei confronti dell'attività venatoria tramite gli elementi ‘unificatori’ della buona cucina e

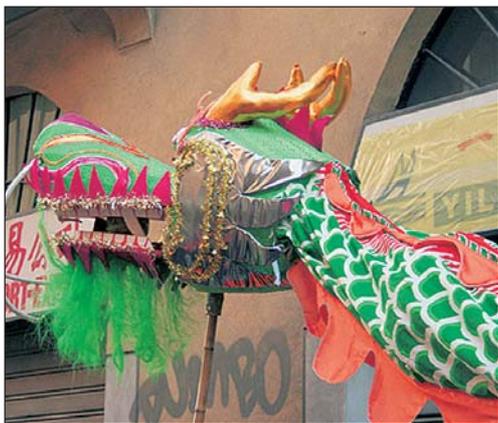
della convivialità, che della caccia sono parte integrante e alla sua stessa origine fanno riferimento. ‘Caccia in cucina’ è un modo interessante anche per supportare la promozione dei prodotti tipici locali che non sempre risultano adeguatamente conosciuti al di fuori di circuiti solitamente ristretti, quando invece meriterebbero ben più vasta diffusione”. Apertura e chiusura di “Caccia in cucina 2008” la cena inaugurale a Milano presso la Società del Giardino e la colazione presso l'Agriturismo Il Fontanile di Gandosso (Bergamo), con in mezzo una serie di eventi ufficiali ospitati dalle diverse province. Da ristoranti e trattorie offerta alla clientela una scelta di pietanze



ze a base di selvaggina, accompagnate dai vini più indicati. La manifestazione è patrocinata da Regione Lombardia - Assessorato all'Agricoltura, da Ersaf (l'Ente regionale per i servizi all'agricoltura e alle foreste) e dalle amministrazioni provinciali.



**Alfredo Zini, vicepresidente vicario di Epam (Associazione milanese pubblici esercizi)**



**I**l Capodanno cinese si è festeggiato a Milano in una via Paolo Sarpi imbandierata. L'evento della comunità cinese è stato promosso con Ales (Associazione liberi esercenti

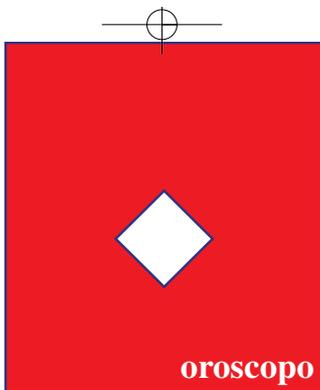
## Capodanno cinese e Carnevale ambrosiano Milano: festa in Paolo Sarpi

Sarpi) il supporto dell'Unione e il patrocinio del Comune di Milano (consigli di zona 1 e 8). Negozi aperti e degustazioni offerte dai commercianti. Coinvolte piazza Gramsci, via Paolo Sarpi e via Bramante con il tradizionale Dragone, che celebra ed invoca i benigni Draghi cinesi che è sfilato nel quartiere. Un Dragone di trenta metri con al seguito donne - abbigliate con i

**Iniziativa promossa da Ales (Associazione liberi esercenti Sarpi) con Unione, comunità cinese e il patrocinio comunale**

costumi della tradizione cinese - che hanno suonato tamburi. In più una banda e bambini travestiti con mascherine cinesi ed ambrosiane. Per piccoli, ma anche per gli adulti, resi disponibili costumi in carta pesta riproducenti le mascherine del Carnevale ambrosiano e della cultura cinese. All'inizio di via Paolo Sarpi distribuiti gratuitamente anche i coriandoli.

**Unioneinforma**  
febbraio 2008



Fino al 10 marzo  **Acquario**  **Sagittario**

 **ARIETE** - (21/3 - 20/4)  
*Prima decade:* da Venere influssi positivi. Con Plutone in quadrato al Sole, per diverso tempo saranno sollecitate ambizione e voglia d'emergere. Dovrete affrontare una situazione di tensione alla quale non potrete sottrarvi.  
*Seconda decade:* Venere e Mercurio favorevoli in questo mese rendono l'atmosfera allegra e favoriscono i rapporti sociali. Giove in aspetto disarmonico raccomanda di evitare firme di contratti e di cercare compromessi nelle questioni legali.  
*Terza decade:* Venere, Marte e Mercurio positivi da fine mese danno energia e buonumore. Sono favoriti i viaggi.

 **TORO** - (21/4 - 20/5)  
*Prima decade:* Venere e Mercurio in quadrato al vostro Sole rendono un po' noiosi questi mesi freddi.  
*Seconda decade:* Venere e Mercurio in aspetto conflittuale possono portare qualche malinteso e rendere un po' fiacco il periodo. Ma Giove vi protegge.  
*Terza decade:* Venere, Mercurio e Nettuno dissonanti non vi fanno avere le idee chiare. Attenzione a ciò che dite e a come valutate le persone. Le energie psicologiche non sono al massimo. Evitate confronti diretti se vi sentite sottotono; comunque non scoraggiatevi.

 **GEMELLI** - (21/5 - 21/6)  
*Prima decade:* Mercurio e Venere positivi rendono più allegra l'atmosfera "incupita" dal peso di Saturno. Le responsabilità sono sempre pesanti, non sprecate energie.  
*Seconda decade:* Venere e Mercurio favoriscono la realizzazione dei vostri progetti. Urano continua a sollecitare cambiamenti.  
*Terza decade:* la situazione è molto nervosa. Ad inizio marzo Venere e Mercurio portano comunque una ventata di allegria e serenità.

 **CANCRO** - (22/6 - 22/7)  
*Prima decade:* Plutone entra in opposizione insieme a Giove. Ci saranno alti e bassi di umore e tensioni: con l'aiuto della saggezza di Saturno dovreste riuscire a padroneggiarli.  
*Seconda decade:* il trigono di Urano vi aiuta ad apportare i giusti cambiamenti. Successo nel sociale.  
*Terza decade:* Venere opposta potrebbe rendere questo periodo poco interessante. Siete troppo autoindulgenti.

 **LEONE** - (23/7 - 22/8)  
*Prima decade:* momento un po' noioso. Mercurio continua a

opporsi insieme a Venere.  
*Seconda decade:* Venere e Mercurio opposti vi rendono un po' distratti e poco disciplinati. Potrebbero esserci malintesi e disguidi.  
*Terza decade:* con Venere, Mercurio e Nettuno opposti potreste avere le idee confuse e sbagliare a valutare persone e situazioni.

 **VERGINE** - (23/8 - 22/9)  
*Prima decade:* Saturno è sempre sul vostro Sole e l'appoggio di Giove e dei pianeti veloci è passato. Le responsabilità sono di nuovo gravose, ma avete le energie per affrontarle.  
*Seconda decade:* arriva Giove a rendere i vostri progetti facilmente realizzabili. Datevi, dunque, da fare.  
*Terza decade:* Marte torna in aspetto conflittuale al vostro Sole. Nervosismo e tensioni fino a inizio del prossimo mese.

 **BILANCIA** - (23/9 - 22/10)  
*Prima decade:* Venere e Mercurio positivi rendono sereno questo periodo. Dialogo facilitato. Il prossimo mese, invece, sarà nervoso e pieno di tensioni. Cercate di non essere troppo arroganti e di non fare sotterfugi.  
*Seconda decade:* Mercurio e Venere favorevoli rendono questi giorni propizi sia per i contatti di lavoro che per quelli privati. Giove contrario sconsiglia gli impegni contrattuali.  
*Terza decade:* Mercurio, Venere, Nettuno e Marte favorevoli al vostro Sole trasmettono energia e buonumore.

 **SCORPIONE** - (23/10 - 21/11)  
*Prima decade:* Mercurio e Venere "disarmonici" vi rendono poco costruttivi, ma Saturno vi aiuta a mantenere senso d'equilibrio e disciplina.  
*Seconda decade:* Venere e Mercurio nell'Acquario possono portare a incomprensioni. Urano e Giove proteggono nuovi progetti e creatività.  
*Terza decade:* Mercurio, Venere e Nettuno in quadratura vi confondono le idee. Non fate passi falsi, fatevi consigliare da persone di sicura fiducia.

 **SAGITTARIO** - (22/11 - 20/12)  
*Prima decade:* Venere e Mercurio alleggeriscono l'influenza di Saturno. Ottimo momento per i viaggi.  
*Seconda decade:* Venere e Mercurio positivi favoriscono i rapporti. Il ritmo della vostra vita è sempre intenso.  
*Terza decade:* Marte opposto rende nervosi e insofferenti. Più avanti, con Venere e Mercurio in aspetto favorevole, si prospettano situazioni e relazioni più serene.

 **CAPRICORNO** - (21/12 - 19/1)  
*Prima decade:* Saturno è sempre lì a sostenere progetti saggi e lungimiranti. E' il momento giusto per costruire rapporti solidi. Equilibrio e buona salute.  
*Seconda decade:* Giove sul Sole ci resterà più o meno per tutto il 2008. Percorsi facilitati, ma non aspettate che le cose piovano dal cielo.  
*Terza decade:* il periodo si prospetta positivo con Venere sul Sole. Allegria e serenità sia nei rapporti di lavoro che in quelli privati.

 **ACQUARIO** - (20/1 - 19/2)  
*Prima decade:* con Venere e Mercurio sul Sole ci sarà grande armonia intorno a voi con simpatia (che afferra le persone) e creatività. Favorite anche le operazioni finanziarie.  
*Seconda decade:* periodo brillante e piacevole con buonumore assicurato. Ma tenderete un po' a fantastificare.  
*Terza decade:* Venere, Mercurio e Marte in trigono vi danno una gran carica di energia positiva. Forti soddisfazioni personali. Trattative commerciali molto favorevoli.

 **PESCI** - (20/2 - 20/3)  
*Prima decade:* forte l'opposizione di Saturno. Sentite molto il peso delle responsabilità. Ma l'energia non vi manca.  
*Seconda decade:* Urano continua a sollecitare cambiamenti, ma da questo mese Giove arriva in vostro aiuto per rendervi più accomodanti.  
*Terza decade:* Marte ancora contrario rende nervosi e stressati. Prevvalgono i disaccordi.

### Il cielo del mese

Il Sole è nella costellazione dell'Acquario poi entra in quella dei Pesci. La Luna è piena a 2° della Vergine.




**Venere**  
 E' il secondo pianeta in ordine di distanza dal Sole. In greco si chiama Afrodite, la dea dell'amore, figlia di Zeus e di Dione. Dalla sua unione con Anchise sarebbe nato Enea. Venere è il pianeta signore del Toro e della Bilancia a cui dona fascino e dolcezza. E' un pianeta roccioso. Con una temperatura di circa 400 gradi Venere ha un'atmosfera molto densa e corrosiva formata da anidride carbonica e acido solforico.

(A cura di E.T.)