



informa Unione

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

L'EDITORIALE

Crisi finanziaria: sostenere il credito alle imprese
Sangalli: 2009 come anno italiano delle pmi



SMS

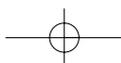
**Opportunità per le imprese
con l'accordo Promo. Ter Unione - IADI Imin Holding**



INIZIATIVA ENTI BILATERALI E ASL

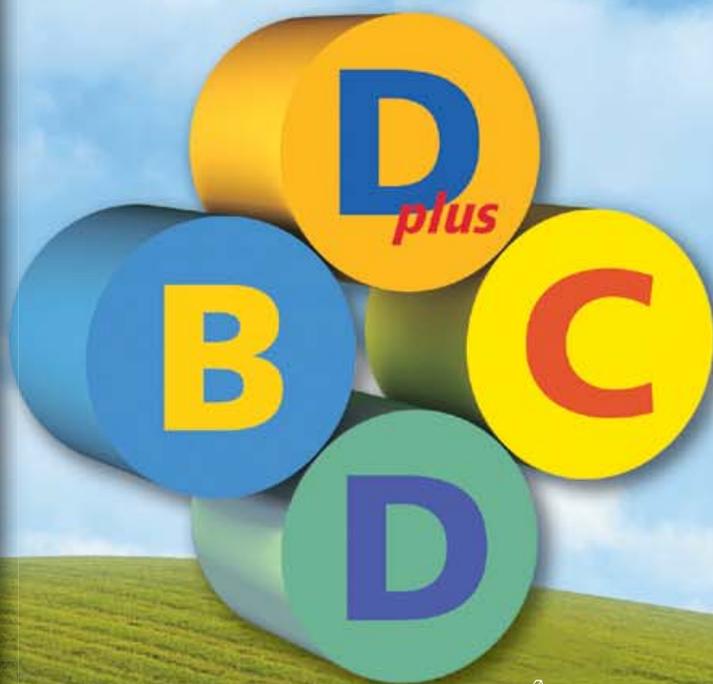
**Negozi e ristoranti
arabi, cinesi, ispano-americani:
con tutor in madrelingua
a Milano progetto formativo pilota
sulla sicurezza alimentare**

**Installazione filtri antiparticolato
per i diesel trasporto merci: contributi in arrivo**



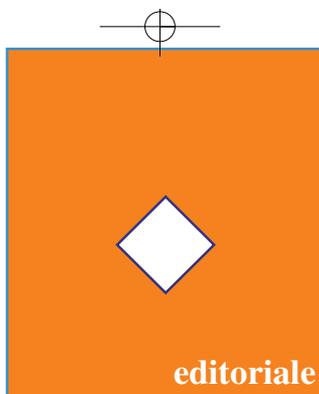
ENTE MUTUO

DI ASSISTENZA
TRA GLI ESERCENTI IL COMMERCIO
DELLA PROVINCIA DI MILANO



**I VANTAGGI
DI ESSERE SOCIO**





5
PARLIAMO DI...
 SICUREZZA ALIMENTARE:
 A MILANO PROGETTO
 PILOTA DI FORMAZIONE
 PER COMMERCIO
 E RISTORAZIONE
 DI OPERATORI STRANIERI.
 TUTOR IN MADRELINGUA

7
PARLIAMO DI...
 INDAGINE AICE
 (ASSOCIAZIONE ITALIANA
 COMMERCIO ESTERO):
 NELL'IMPORT-EXPORT
 LA CRISI FINANZIARIA
 HA COLPITO TRE
 IMPRESE SU QUATTRO

12
CREDITO
 DIESEL TRASPORTO
 MERCI: PRESTO CONTRIBUTI
 PER INSTALLARE
 I FILTRI ANTIPARTICOLATO.
 SUL SITO UNIONE L'ELENCO
 DELLE AUTOFFICINE

Unioneinforma è stato ultimato
 il 4 novembre.

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
 nel giornale

Crisi finanziaria: aiutiamo le imprese 2009 come anno italiano delle pmi

La crisi finanziaria globale riguarda anche il nostro Paese. Stiamo attraversando una fase complessa, un momento critico che ci richiama al senso di responsabilità, a fare ognuno la propria parte. E vorrei partire dal concetto di fondo di questa crisi: il credito. Che, per noi, è sinonimo di opportunità, ma oggi, più che mai, di rischio.

"Credito" deriva dal latino e significa "dare fiducia". Questo della fiducia dev'essere il punto di partenza per affrontare la crisi.

E' questo, dunque, il momento del confronto costruttivo tra forze sociali per affrontare con maggiore coesione tanto la crisi del sistema bancario e finanziario, quanto - e soprattutto - il suo impatto sull'economia reale.

E' vero, infatti, che il nostro sistema bancario e finanziario, per le sue caratteristiche tradizionalmente più conservative, appare comparativamente più solido rispetto a quello europeo e statunitense. E' vero ed è un bene.

Ma i "fondamentali" dell'economia italiana vanno assolutamente tenuti ben presenti sia per leggere correttamente l'impatto della crisi finanziaria sull'economia reale sia - e soprattutto - per costruire una risposta adeguata alla crisi.

In particolare, uno scenario di mercato rallentamento della crescita su scala globale è destinato ad avere forti ripercussioni sulle caratteristiche di lungo periodo del nostro sistema produttivo.

Per questo - dopo il tempo delle giuste, delle necessarie risposte urgenti all'emergenza della crisi finanziaria - bisognerà, ora, dedicare straordinaria attenzione alla mobilitazione di tutte le politiche e di tutti gli strumenti utili a far ingranare il passo di marcia di una crescita più robusta e di migliore qualità.

E le imprese chiedono di rafforzare le misure di riduzione del prelievo fiscale. Ma servono soprattutto interventi massicci per favorire l'accesso al credito, che è la vera difficoltà di questa crisi. Emergono, infatti, segnali significativi di difficoltà di accesso al credito, di richieste di rientri anticipati, di inasprimento dei tassi. E invece, oggi più che mai, è necessaria maggiore collaborazione tra banca e impresa rafforzando il sistema dei consorzi di garanzia fidi. E' necessario sostenere quelle imprese che hanno problemi di liquidità immediata per realizzare attività o investimenti di breve periodo.

La Camera di commercio di Milano in via straordinaria, ha avviato un fondo di riassicurazione di 10 milioni a favore dei confidi a copertura parziale dei loro rischi. Un fondo che garantisce la garanzia. Questo fondo di riassicurazione, pari a 10 milioni di euro, potrà attivare finanziamenti bancari per circa 700 milioni di euro.

Questo è un primo positivo passo: dare fiducia alle piccole e medie imprese significa investire nel benessere collettivo.

E il prossimo anno, per garantire la competitività e il rilancio delle piccole e medie imprese, il Ministero dello Sviluppo economico ha dato attuazione al progetto della Commissione Europea "Small Business Act".

Con questo progetto, la Commissione Europea avanza proposte di azioni politiche per offrire indicazioni sugli interventi in materia di semplificazione della pubblica amministrazione, di aiuti di Stato, di politiche di innovazione e formazione, di diritto societario e fiscale.

Nel corso del 2009 la Commissione Europea organizzerà la "Settimana europea delle PMI", per dare seguito a questo progetto. Ecco perché penso al 2009 come all'anno italiano delle piccole e medie imprese.

CARLO SANGALLI
 Presidente dell'Unione di Milano



Unioneinforma
 novembre 2008





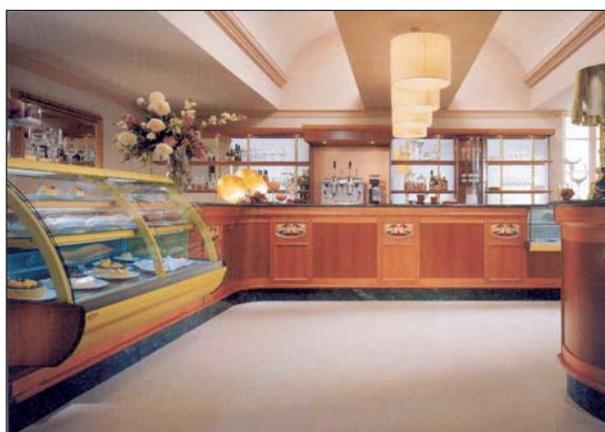
linea arredo

ARREDAMENTO NEGOZI

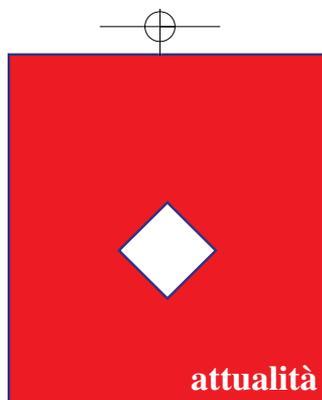
Via Nigra 2 - angolo SS DEI GIOVI
20030 PALAZZOLO MILANESE (MI)
Tel. 02/99043826 - Fax 02/99043827

ARREDAMENTO PER NEGOZI FOOD E NON FOOD
Panifici - Pasticcerie - Alimentari - Cartolerie - Abbigliamento
Articoli sportivi - Tabaccherie - Gelaterie - Bar - Ristoranti

SE CERCATE LA QUALITA' TROVATE "MRA"



Verificate Voi stessi, visitando alcuni locali arredati, oppure chiamandoci per visionare il nostro catalogo, ma anche visitando il nostro sito ***www.mra-linearredonegozi.it***



Liquidità e accesso al credito per le microimprese lombarde

Sostenere le micro e piccole imprese lombarde (oltre il 97% del tessuto imprenditoriale della regione) in questo non facile momento di caduta dei consumi e di accresciuta difficoltà di accesso al credito generato dall'onda lunga della crisi dei mercati finanziari. Nel giorno in cui si sono riuniti gli Stati Generali del Patto per lo sviluppo con il confronto fra Regione Lombardia e le rappresentanze del mondo economico e sindacale, Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio Lombardia, giudicando opportuno il piano

Patto per lo sviluppo: il presidente di Confcommercio Lombardia Sangalli ha chiesto tempestività nell'applicare il piano anticrisi della Regione. Rafforzare il sistema dei confidi di primo livello

annunciato dal governatore Roberto Formigoni, ha chiesto che queste misure anticrisi (capaci di mobilitare, in termini di ritorno degli stanziamenti previsti, almeno 2 miliardi di euro) siano tempestive. Vi è infatti l'assoluta necessità – ha afferma Sangalli – di aiutare gli investimenti, ormai fermi, sostenendo il sistema

delle garanzie rilasciate dai confidi di primo livello, cioè quelli direttamente a contatto con gli imprenditori. Ne va anche della salvaguardia occupazionale di un sistema di imprese, quelle del commercio, del turismo e dei servizi, che rappresenta il 58% delle imprese lombarde. Crisi finanziaria combinata alle difficoltà di mercato si traduce in un ulteriore peso per il sistema delle imprese: non a caso quasi i due terzi delle imprese stanno richiedendo finanziamenti soprattutto per esigenze di immediata liquidità. Fra gli interventi previsti – ha sottolineato Sangalli – indispensabile un forte sostegno al turismo che costituisce una risorsa importante per la Lombardia.



Il presidente di Abi (l'Associazione bancaria italiana) Corrado Faissola, e il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli, si sono incontrati per discutere l'attuale situazione economico-finanziaria e fare il punto sui rapporti tra le banche italiane e le imprese del terziario alla luce delle turbolenze e delle difficoltà in atto sui mercati internazionali. Faissola e Sangalli hanno ribadito la volontà di "continuare a lavorare insieme, per contribuire a ristabilire un clima di fiducia, indispensabile al rilan-

Crisi finanziaria e rapporto banche-imprese Incontro Confcommercio-Abi

cia dell'economia, e non far mancare il credito alle imprese che ne hanno bisogno". Faissola, ha sottolineato come il settore bancario italiano non stia facendo mancare "il proprio sostegno all'economia e alle imprese dei vari settori produttivi, come dimostrano i tassi di crescita degli impieghi intorno al 10%. La coesione e il lavoro comune, anche con le istituzioni, è la migliore ricetta per fronteggiare questo periodo di difficoltà e mettere a punto gli eventuali interventi e le iniziative utili al credito, e far sentire effetti positivi sull'economia reale".

Il presidente di Confcommercio Sangalli ha invece evidenziato "una crescente preoccupazione delle imprese, soprattutto le piccole e medie, che tuttavia non si è tradotta ancora né in panico, né in crisi generalizzata di fiducia nella tenuta del sistema bancario, grazie anche alla tempestività delle iniziative varate a livello italiano ed europeo per rafforzare la tenuta delle banche di fronte all'onda d'urto della crisi; in ogni caso bisogna scongiurare la possibile ipotesi che le imprese vengano strette nella morsa della 'bassa crescita' e della difficoltà di accesso al credito".

AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE



Promo.Ter Unione

**Servizio
Paghe**

SERVIZIO DI ASSISTENZA
PER L'AMMINISTRAZIONE
DEL PERSONALE

Promo.Ter offre un servizio **“chiavi in mano”**:

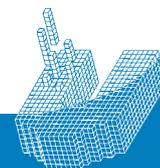
- assistenza per la corretta predisposizione e la completa elaborazione dei dati delle retribuzioni, dei compensi e dei relativi oneri sociali;
- assistenza e consulenza, attraverso l'**UNIONE DEL COMMERCIO DEL TURISMO DEI SERVIZI E DELLE PROFESSIONI DELLA PROVINCIA DI MILANO**, per la costituzione, lo svolgimento e la cessazione dei rapporti di lavoro;
- assistenza nei rapporti con gli Enti: INPS, INAIL, ESATRI, DIREZIONE PROVINCIALE DEL LAVORO, CENTRI PER L'IMPIEGO.

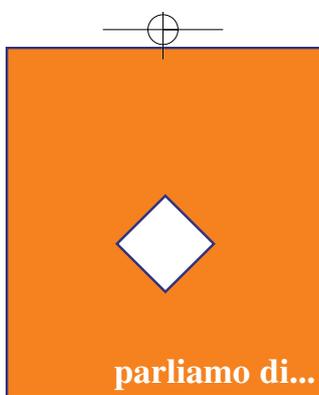
La gestione e l'elaborazione riguardano, a titolo esemplificativo:

SALARI E STIPENDI
COMPENSI COLLABORATORI COORDINATI E CONTINUATIVI
TABULATI VARI PER LA GESTIONE DEL PERSONALE
MODELLI 770
MODELLI CUD
TRATTAMENTO DI FINE RAPPORTO
IRPEF
CONTRIBUTI INPS
AUTOLIQUIDAZIONE PREMI INAIL
RIEPILOGO CONTABILE
COSTO DEL LAVORO
IRAP
TRASMISSIONE TELEMATICA
PREMI INAIL PER SOCI E FAMILIARI
COMUNICAZIONI AL CENTRO PER L'IMPIEGO
PREVIDENZA ED ASSISTENZA COMPLEMENTARE
PREVISTA DAL CCNL
(FONDO M. NEGRI, FASDAC, ASSOCIAZIONE A. PASTORE, FON.TE)

Per ulteriori informazioni:

Promo.Ter - SERVIZIO AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE
Via Marina P.T. - 20121 Milano - Tel. 02/7750.298-300-214-252-299-301 - Fax 02/7750461
e-mail: libri.paga@unione.milano.it





Promotori EbiTer ed Ebt Pe con l'Asl Città di Milano: avviata la sperimentazione

Nel territorio milanese sono sempre più numerosi gli imprenditori e i lavoratori di madrelingua straniera che operano nei settori del commercio e della somministrazione alimentare. Per questi imprenditori e per i loro addetti, che scontano necessariamente maggiori difficoltà linguistiche e di conoscenza delle normative italiane, è fondamentale prevedere azioni di formazione e accompagnamento per garantire l'acquisizione di conoscenze teoriche e applicative in materia di igiene e sicurezza alimentare. Per questo motivo gli enti bilaterali EBiTer Milano e EBT PE Milano hanno sottoscritto un protocollo di intesa sperimentale con

Commercio e ristorazione Progetto pilota a Milano per la sicurezza alimentare

**Formazione
con tutor madrelingua per
imprenditori e lavoratori
arabi, cinesi,
ispano-americani**

l'Asl Città di Milano, per la realizzazione di percorsi formativi gratuiti in materia di igiene e sicurezza alimentare, rivolti a

imprenditori e lavoratori di madrelingua straniera. A Milano sono già in corso visite di controllo e approccio formativo in 60 esercizi - 30 di commercio e 30 di somministrazione - condotto da arabi, ispano-americani e cinesi con il contatto fra operatore e tutor dedicato.



Enti promotori e partner formativi

Sono l'Asl Città di Milano (Dipartimenti di prevenzione e di prevenzione veterinario); EBiTer Milano (l'Ente bilaterale per lo sviluppo dell'occupazione, della professionalità e della tutela sociale nel terziario della provincia di Milano). Ebt Pe Milano (l'Ente bilaterale territoriale milanese dei pubblici esercizi). Partner tecnici per la formazione sono il Capac-Politecnico del Commercio e Giubilesi & Associati (società di formazione e consulenza nel settore della sicurezza e tecnologia alimentare).

I tutor in madrelingua

La peculiarità dei percorsi formativi è proprio quella dell'impiego di tutor di madrelingua (araba, cinese e spagnola), appositamente formati a tale scopo.

Questi i formatori e tutor:

Feriel Ait - Said (lingua araba) architetto ed esperta di mediazione culturale, è traduttrice e interprete;
Betty Jane Boltan (lingua spagnola) psicologa; è insegnante, traduttrice e interprete;
Suping Huang (lingua cinese), insegnante e traduttrice.

I passi preliminari del progetto

Sono stati già compiuti: dalla sottoscrizione della convenzione fra i promotori del progetto e del verbale di intesa assieme ai partner tecnici per la formazione; all'avvio delle attività con la campagna di reclutamento, selezione e formazione dei tutor madrelingua.

Il percorso formativo dei tutor ha avuto una durata di 140 ore di formazione strutturata, oltre a 60 ore circa di autoformazione: percorso che ha compreso vari temi tecnici. Sono poi stati elaborati i materiali informativi e promozionali di progetto in lingua e i materiali didattici in lingua da utilizzare nell'ambito dei percorsi rivolti agli imprenditori di lingua straniera. Ed è avvenuta, a cura di Asl Città di Milano, la validazione del percorso di formazione dei tutor e dei materiali didattici da utilizzare nell'ambito dei corsi rivolti agli imprenditori di lingua straniera.

Come si svolgono i corsi?

I corsi comprendono lezioni in aula in lingua madre e tutoraggio in azienda, durante il quale i formatori e tutor fanno visita agli operatori presso i loro esercizi commerciali, verificano la comprensione e la corretta applicazione dei concetti spiegati in aula e danno consigli e indicazioni pratiche. Al termine del percorso i partecipanti conseguono un attestato di frequenza.

Quanto dureranno i percorsi formativi per gli operatori del settore? In questa fase sperimentale i percorsi hanno la durata di 21 ore, suddivise in 7 incontri, nei pomeriggi di lunedì o martedì.

Dove si svolgono? Presso il Capac Politecnico del Commercio, in viale Murillo 17, a Milano.

Come ci si iscrive ai corsi per imprenditori e lavoratori di madrelingua straniera?

Compilando e inviando al Capac Politecnico del Commercio il tagliando di iscrizione allegato alla brochure promozionale disponibile in 6 lingue.

La fase sperimentale

Ora è partita la fase di sperimentazione rivolta agli imprenditori ed ai lavoratori di madrelingua straniera con gli obiettivi di far acquisire la consapevolezza e le competenze di base in materia di igiene e sicurezza nel settore del commercio e della somministrazione alimentare, nel rispetto delle leggi vigenti in Italia, per garantire e tutelare la salute pubblica e dei consumatori; far acquisire la capacità di gestire gli adempimenti amministrativi e sanitari previsti dalle norme vigenti; consentire l'assolvimento degli obblighi di legge in materia di formazione sull'igiene e la sicurezza alimentare, anche per chi non parla correntemente l'italiano. La sperimentazione prosegue anche nei primi tre mesi del 2009.

Unioneinforma

novembre 2008



Mio nonno non ha pensato solo
a raccontarmi le favole.

Polizza 30 e lode

La polizza per pagare le spese universitarie di tuo nipote.

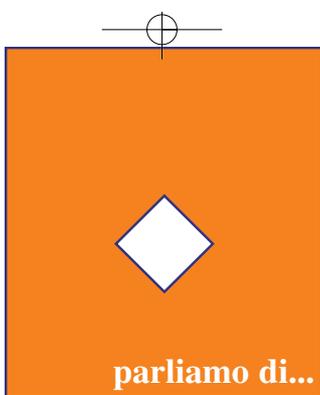
Contattaci per un preventivo gratuito.



www.emvaonline.it



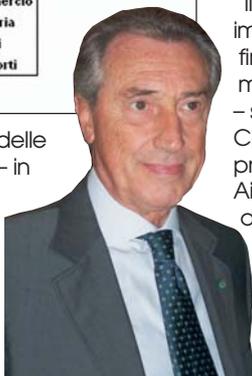
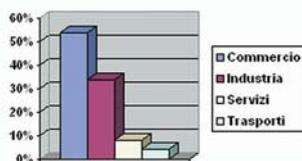
Convenzione assicurativa stipulata da EMVA e BPU Assicurazioni Vita S.p.A., collocata tramite Gestione Previdenza S.r.l.
Per i contenuti tecnici del contratto, Vi invitiamo a prendere visione prima della sottoscrizione del Fascicolo Informativo, contenente Scheda Sintetica,
Nota Informativa e Condizioni Contrattuali e del Progetto Esemplificativo disponibili presso l'Intermediario.
La presente pubblicazione costituisce messaggio pubblicitario con finalità promozionale, aggiornata a Marzo 2007.



CARATTERISTICHE DELLE AZIENDE INTERVISTATE

Categoria di appartenenza

- Commercio: 54%
- Servizi: 8%
- Industria: 34%
- Trasporti: 4%



**Claudio Rotti,
presidente Aice**

Per il 77% delle imprese – in gran parte operano con l'estero – la crisi dei mercati finanziari ha avuto un impatto sull'attività imprenditoriale: meno liquidità disponibile è la conseguenza maggiore, ed emerge la difficoltà ad incassare. Si registra, infatti, un aumento degli insoluti. E' uno dei dati che emerge dai primi risultati dell'indagine promossa da Aice, l'Associazione italiana commercio estero. Indagine che ha coinvolto imprese prevalentemente con sede in Lombardia e nel Nord Italia. L'88% delle aziende intervistate – rileva Aice – opera nei comparti del commercio e dell'industria con una forte polverizzazione dei settori merceologici (prevalgono comunque i macchinari per l'industria leggera); il 69% delle aziende ha fra i 10 e i 49 dipendenti e il 58% dichiara un giro d'affari fra i 5 ed i 50 milioni di euro. Il 92% delle aziende intervistate da Aice svolge attività di export/import.

Indagine di Aice (Associazione italiana commercio estero) su aziende prevalentemente lombarde e del Nord

Crisi finanziaria: nell'import-export ha colpito tre imprese su quattro

"Il 50% delle imprese che finora abbiamo interpellato – spiega Claudio Rotti, presidente Aice – dichiara di aver interrotto o ridotto, in quest'ultimo periodo, gli investimenti previsti. Le aziende che hanno ridotto gli investimenti indicano come causa principale una riduzione di fatturato in corso o prevista a breve (47%). Ma è anche più difficile reperire finanziamenti (42%) ed emerge, inoltre, un aspetto psicologico della crisi: l'11% dichiara una 'mancanza di fiducia'".

Il 62% delle imprese ha registrato un calo di attività (sia di sbocco che di approvvigionamento). Fra i mercati di sbocco più sofferenti l'Europa: Spagna, poi Portogallo, Francia e Grecia ed anche la

L'Europa il mercato più "sofferente": a cominciare dalla Spagna. Crescono gli insoluti. Ridotte le linee di fido. Banche poco propense a svolgere quella funzione di ammortizzatore (come prima accadeva) dando fiducia almeno alle aziende storicamente clienti

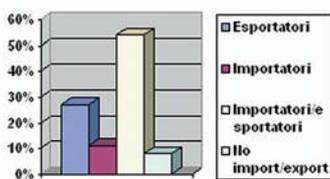
fiche extra Ue le situazioni di maggiore difficoltà riguardano Stati Uniti, Russia, Sud America. Fra i commenti riportati dalle aziende quelli più significativi riguardano il rapporto con

le banche: si sono ridotte le linee di fido e gli istituti di credito non svolgono più quella funzione di ammortizzatore allargando le maglie del credito almeno alle aziende storicamente clienti. Occorrerebbe uno strumento di garanzia per poter accedere a finanziamenti a medio-lungo termine. La clientela medio-piccola fa fatica a pagare e in genere si riscontra una grande diffidenza nella pianificazione degli acquisti. Per fronteggiare questa difficoltà nei pagamenti si stanno rivedendo al ribasso i plafond

dei fidi di copertura.

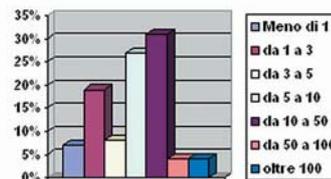
Attività sui mercati internazionali

- Esportatori: 27%
- Importatori/esportatori: 54%
- Importatori: 11%
- No import/export: 8%



Classe di fatturato (in milioni di Euro)

- meno di 1: 7%
- da 1 a 3: 19%
- da 3 a 5: 19%
- da 5 a 10: 27%
- da 10 a 50: 31%
- da 50 a 100: 4%
- oltre 100: 4%



Germania. Nelle aree geogra-



**Sono autosufficiente
e non peso sulla mia famiglia.**

Polizza Autonomia

**La polizza che ti protegge dal rischio di perdita
dell'autosufficienza in qualsiasi fase della vita.**

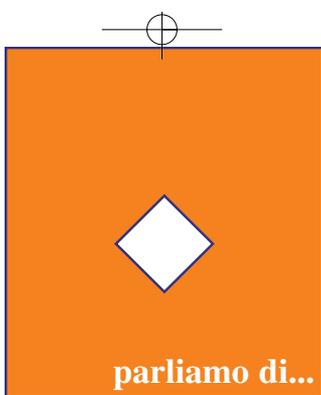
Contattaci per un preventivo gratuito.



www.emvaonline.it



Convenzione assicurativa stipulata da EMVA e BPU Assicurazioni Vita S.p.A., collocata tramite Gestione Previdenza S.r.l.
Per i contenuti tecnici del contratto, Vi invitiamo a prendere visione prima della sottoscrizione del Fascicolo Informativo, contenente Scheda Sintetica,
Nota Informativa e Condizioni Contrattuali e del Progetto Esemplificativo disponibili presso l'Intermediario.
La presente pubblicazione costituisce messaggio pubblicitario con finalità promozionale, aggiornata a Marzo 2007.



In Unione convegno di Asseprim

Imprese di famiglia e passaggio generazionale

E' un problema certamente sentito nelle imprese anche se, talvolta – perché no? Forse anche per ragioni scaramantiche – c'è la tendenza a non pensarci per tempo. E' il problema del passaggio generazionale oggetto di un convegno in Unione promosso da Asseprim, l'Associazione dei servizi professionali alle imprese. Al con-

vegno hanno preso parte, con il presidente Asseprim Umberto Bellini, Angelo Vergani, amministratore delegato di Contract Manager, autore (seconda edizione) del libro "Imprenditore nato – Come dare continuità all'azienda di famiglia";



il direttore di Formaper (l'azienda speciale di formazione della Camera di commercio di Milano) Federico Montelli e

gli esperti dello "Studio Camozzi Bonissoni Varreni & Associati" Nicola Canessa, Marco Ettorre e Giorgio Jacobone che hanno illustrato gli aspetti civilistici e fiscali legati al passaggio generazionale delle imprese di famiglia. E' intervenuto al conve-

Perché Asseprim ha voluto approfondire il tema del passaggio generazionale?

“Perché – spiega il presidente Umberto Bellini - è un tema che interessa molto, a nostro avviso, tutte le aziende ed in modo particolare le imprese di servizi, soprattutto quelle medie che già per dimensione rappresentano l'evoluzione delle piccole imprese. Siamo convinti che occorra pensare al passaggio generazionale come ad un'opportunità che può consentire all'imprenditore di capitalizzare il proprio bagaglio di esperienze che ha creato negli anni, evitando una dispersione infruttifera della conoscenza soprattutto quando, come spesso capita, i figli non sono interessati a rilevare le attività dei padri. Questo accade molto frequentemente, e quando l'imprenditore deve gestire questa fase ha poche alternative. Occorre che l'imprenditore crei per tempo i presupposti per la successione dell'azienda, non solo dal punto di vista gestionale-amministrativo, ma anche del passaggio del patrimonio di conoscenze, di esperienza e di abilità”.

“Organizzarsi per tempo – prosegue Bellini - può voler dire, ad esempio, che quando i figli non sono interessati

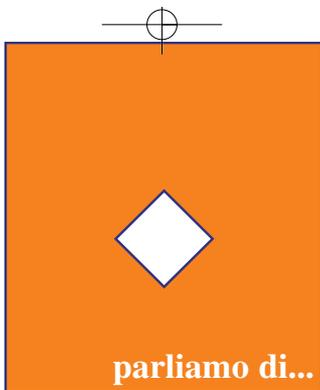
ad entrare in azienda, è forse il momento di rivalutare le figure dei collaboratori più stretti, quelle persone che hanno accompagnato l'imprenditore nelle scelte aziendali strategiche, che hanno creduto in lui e dai quali ha avuto sempre un apporto decisivo, soprattutto in termini di professionalità, attaccamento all'azienda ed alle sue sorti. Proprio nei manager, nei collaboratori più fidati, si può trovare la vera soluzione utile a dare continuità all'azienda: il passaggio generazionale può dunque evolversi verso una soluzione interna con la creazione di un gruppo di gestione, una nuova società ad esempio, che valorizzi la dedizione dei propri collaboratori garantendo un passaggio di gestione che, se ben condotto, potrà consentire all'imprenditore di essere ancora presente nel periodo di affiancamento per poi eventualmente cedere la propria quota, valorizzandola”.



Ma qual è l'età dell'imprenditore lombardo?

A questa domanda ha risposto un dato contenuto nella relazione del direttore di Formaper Federico Montelli. Nel commercio la quota complessiva di over 55 supera il 35%; nei servizi alle imprese quasi il 25%.

gno di Asseprim anche il segretario generale dell'Unione di Milano Gianroberto Costa.



Forti potenzialità in prospettiva con l'accordo tra Promo.Ter Unione e IADI Imin Holding

SMS

I primi ad avvaltersene sono stati i gestori di impianti di carburante della Figisc perché "attraverso un sms abbiamo voluto dare un servizio più efficiente all'automobilista", come spiega il presidente dell'associazione, Luca Squeri. Ora, il servizio si può estendere alle altre categorie rappresentate dall'Unione di Milano grazie a

Dalla stazione carburante, all'hotel, al ristorante, al cinema, al meteo. In tempo reale le informazioni su tutti i servizi delle imprese e in tutte le lingue del mondo

un accordo tra PromoTer Unione e la società Iadi che fa capo alla Imin Holding, accordo illustrato con Cesare Cadeo in una conferenza al Circolo del commercio. Di che cosa si tratta? Di un servizio di "cerco-trovo" facile da utilizzare, veloce, dai costi fissi e contenuti: basta inviare un sms al numero 48748 con la parola chiave





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>DIVISIONE SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO (D.Lgs. 81/08 Testo Unico) 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 193/07) Tel. 02-7750.590/591 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>
---	--	---

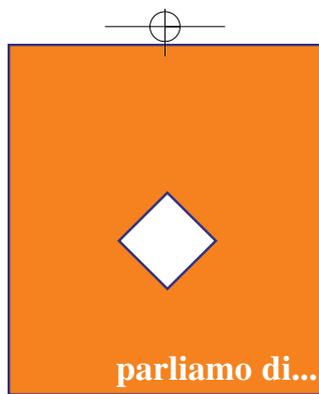
CLUB SERVIZI INNOVATIVI

<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 Marina, 10 - 20121 Milano - Fax 02-76.01.76.77

Unioneinforma

novembre 2008



della ricerca e attendere i pochi secondi della risposta. Per esempio, una qualsiasi persona che cerchi un ristorante in centro a Milano spedisce un sms al 48478, nel nostro caso con le parole "Milano, ristorante, centro", e potrà ricevere entro quindici secondi o poco più una risposta con indirizzi, numeri di telefono, ma anche altre informazioni utili come il giorno di chiusura o gli orari di apertura, di almeno due locali nella zona richiesta. Il costo per l'utente è quello praticato sugli sms dal gestore di telefonia mobile al quale si è abbonati.

Tecnicamente, come ricorda il suo creatore Gaetano Rizzi, il tutto si fonda su Iadi, Immediate Advertising Data Information, un motore di ricerca che lavora in modalità sms, dunque una tecnologia "amica" e ben conosciuta ai più, disponibile a costi nettamente inferiori a quelli di servizi simili che operano attraverso la connessione a internet o la telefonata a un call center. Ma i vantaggi non si limitano al prezzo: la risposta alla richiesta dell'utente non è un nomi-

nativo unico, ma comprende varie alternative, per garantire la possibilità di scelta. Inoltre, lo strumento è duttile: la ricerca può essere di base (un ristorante qualsiasi) o più raffinata, introducendo alcuni filtri (ristorante indiano, ristorante da 50 euro, e così via). E la risposta non arriva solo in italiano, ma nella lingua di chi ha effettuato la richiesta, grazie al riconoscimento automatico dell'origine della sim telefonica utilizzata. Si tratta, perciò, di uno strumento utile anche per i turisti.

S.B.

Il vantaggio per gli associati Unione

Se i vantaggi per l'utente sono chiari, e infatti si tratta di un servizio che "ha al suo centro il cittadino", come ha voluto sottolineare Dario Bossi, presidente Ascofoto e componente di Giunta dell'Unione di Milano, quali sono invece i benefici per gli imprenditori? Spiega ancora Bossi: "l'accordo con Iadi dà alle imprese l'opportunità di utilizzare uno strumento agile per farsi conoscere". Intanto, sulla base dell'accordo tra PromoTer e Iadi, il servizio è in esclusiva per le imprese che aderiscono a Unione di Milano, e tra breve si estenderà a tutto il territorio nazionale e dunque agli associati a Confcommercio. Non è il singolo imprenditore che si rivolge a Iadi, ma sono le associazioni di categoria aderenti all'Unione a definire i termini della collaborazione. E ciò comporta due immediati vantaggi: il primo è quello concorrenziale, di maggiore visibilità rispetto ai colleghi che non sono associati all'Unione; il secondo è sui costi dell'abbonamento con Iadi, contrattati per la platea degli associati saranno naturalmente più bassi di quanto potrebbe spuntare il singolo operatore. In più, l'imprenditore ha a disposizione uno spazio "libero" di sedici caratteri per pubblicizzare la propria attività. E, trattandosi di uno strumento interattivo, lo stesso imprenditore può facilmente modificare il proprio messaggio, anche ogni ora: uno spazio ideale per comunicare direttamente ai clienti specialità, offerte del giorno, promozioni e tutto quello che ritiene più utile allo sviluppo della propria attività.



Obiettivo Expo 2015

Ma qualsiasi iniziativa innovativa parta oggi da Milano, ha inevitabilmente lo sguardo rivolto a Expo 2015, e questa non fa certo eccezione. A cominciare dalle attività coperte dal servizio: se oggi la mappatura è quasi completa per le stazioni di carburante e cresce costantemente per alberghi e ristoranti, l'obiettivo finale è l'inclusione di tutte le categorie commerciali e professionali che fanno capo all'Unione. Lo ha sottolineato Alessandro Rosso, vicepresidente del Consorzio Turismo Expo 2015, quando afferma che "in prospettiva di Expo 2015 e con la previsione di milioni di visitatori, abbiamo bisogno di strumenti innovativi come il servizio 48478, per la praticità d'uso e la completezza delle informazioni". Insomma, un servizio utile per il cittadino, ma che avvantaggia anche le imprese perché, come ha sintetizzato Gianroberto Costa, segretario generale Unione: "la nostra funzione è offrire strumenti per la crescita economica delle imprese". E l'accordo con Iadi può dare agli associati l'opportunità di posizionarsi meglio sul mercato.

Unioneinforma

novembre 2008



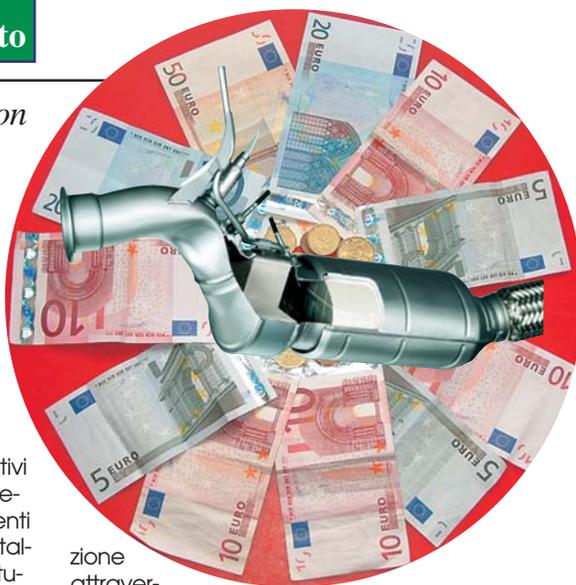
Previsto un bando della Regione Lombardia con contributi a fondo perduto: potrebbero beneficiarne circa 4.000 veicoli

Diesel trasporto merci: in arrivo 10 milioni di euro per installare i filtri antiparticolato

Per prevenire e contenere l'inquinamento atmosferico, la Regione Lombardia ha predisposto una serie di interventi tra i quali: il blocco dei veicoli inquinanti, il bando per la demolizione di ciclomotori-motocicli termici euro 0 e 1 con acquisto di ciclomotori ecologici, e il bando (in attesa di emanazione) per l'assegnazione di contributi a fondo perduto per l'installazione di filtri antiparticolato su autoveicoli diesel

Sul sito www.unionemilano.it l'elenco completo delle autofficine che hanno aderito all'iniziativa e che installeranno i filtri (quelli indicati con l'asterisco applicano ai soci Unione il 10% di sconto)

destinati al trasporto merci. Dispositivi che permetteranno agli utenti (una volta installati ed opportunamente certificati) di poter circolare. I dispositivi installati dovranno garantire il passaggio almeno alla categoria euro 3. L'installazione del filtro antiparticolato non consente di per sé la circolazione del veicolo, che potrà avvenire solamente a seguito dell'omologazione e dell'aggiornamento della carta di circola-



zione attraverso gli uffici della Motorizzazione civile. Le risorse finanziarie che verranno stanziare con il bando ammonteranno a 10 milioni di euro. In base a prime stime della Regione (a fronte di un contributo medio regionale previsto di 2.500 euro e di circa 70 mila veicoli commerciali potenzialmente interessati al bando), si prevede che potranno beneficiare del contributo circa 4.000 veicoli. L'accesso al ▶



Lassù qualcuno la vede.

Formula Certa.

Il recapito postale certificato dal satellite.

Formula Certa è il sistema di recapito postale a controllo satellitare dedicato da TNT Post a tutte le aziende piccole, medie e grandi. Grazie alla tecnologia satellitare e all'efficienza dei nostri postini, potrete conoscere il luogo, la data e l'ora di consegna della vostra posta.

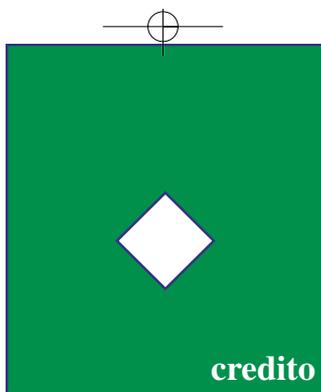
Formula Certa è nuovo, semplice e molto affidabile.

Numero Verde
800.778.277

TNT | post

Unioneinforma

novembre 2008



Dove informarsi:

Unità finanziamenti Unione

tel: 02/7750497 o 02/7750469

e-mail: finanziamenti@unione.milano.it;

Assomobilità

tel. 02/7750288

e-mail: assomobilità@unione.milano.it;

Automobile Club Milano

Sportello telefonico informativo

(dal lunedì al venerdì ore 9-12)

tel: 02/7745246-282-296.

contributo sarà limitato ai soggetti che abbiano, in proprietà o in locazione, autoveicoli diesel di categoria N1, N2, N3 adibiti a trasporto merci omologati come euro 0, euro 1, euro 2. Saranno esclusi i veicoli di categoria N1 omologati come veicoli leggeri. Il contributo regionale copre il 50% dei costi di investimento ritenuti ammissibili e non potrà comunque superare le seguenti somme per veicolo: 2.000 euro per i veicoli N1 (con massa massima non superiore a 3,5 tonnellate); 2.500 euro per i veicoli N2 (con massa massima superiore a 3,5 t, ma non superiore a 12 t); 3.000 euro per i veicoli

N3 (con massa massima superiore a 12 t) adibiti a trasporto merci omologati. L'Unione di Milano, in collaborazione con Assomobilità, l'associazione dei concessionari auto, moto, cicli e attività del comparto motorizzazione - ha intanto stipulato un accordo quadro con Pirelli&C. Eco Technology per la distribuzione di Sistemi Filtranti Pirelli. Gli installatori potranno quindi usufruire di

condizioni particolari sull'acquisto dei dispositivi per il parco circolante dei veicoli N1 - N2 - N3 omologati euro 0 - euro 1. Per rendere più semplice l'accesso al credito il bando prevederà l'utilizzo di un voucher che sarà rilasciato

dall'Acì Automobile Club Milano. Attraverso il voucher il beneficiario acquisirà il diritto al contributo regionale per l'acquisto e per l'installazione del filtro.

A.L.

Sul sito Unione www.unionemilano.it si trovano già le indicazioni per la procedura da seguire e l'elenco completo degli installatori di filtri antiparticolato.

Unioneinforma

novembre 2008



IGIENE E DISINFEZIONE: CONOSCI LA DIFFERENZA?

LA VITA DI UN BAMBINO È FATTA DI SCOPERTE, DI GIOCHI, DI APPRENDIMENTO. UN'EVOLUZIONE CONTINUA CHE RICHIEDE TUTTA LA PASSIONE E L'ATTENZIONE DELLA MAMMA. ED È PER QUESTO CHE, SEGUENDO CON CURA OGNI SUO PASSO, È IMPORTANTE CONOSCERE ANCHE LA DIFFERENZA TRA IGIENE E DISINFEZIONE. PERCHÉ OGNI MAMMA CONOSCE PERFETTAMENTE LE REGOLE, MA HA COMUNQUE, TALVOLTA, BISOGNO DI MAGGIORI INFORMAZIONI.



La disinfezione dei capi dei più piccoli è importante quanto semplice. Lavaggi frequenti e l'uso di un giusto additivo disinfettante sono consigliati per combattere la proliferazione di germi e batteri. È importante non indossare per lunghi periodi capi già sporchi o macchiati e non lasciare per troppo tempo i vestiti nel cesto della biancheria sporca per evitare preoccupazioni, perché il contatto tra il tessuto dei vestiti e la pelle particolarmente sensibile dei bambini sia affidabile.



MAMME TRANQUILLE.

La differenza tra igiene e disinfezione, dopo il lavaggio, è sottile ma netta. Mentre l'igiene è sinonimo di semplice pulizia, la disinfezione rimuove dai capi i germi ed i batteri. Il solo detersivo però, anche ad alte temperature, a volte non basta ad eliminare questi microrganismi e inoltre non sempre è possibile usare le alte temperature perché si rovinano i capi più belli dei tuoi bimbi. Solo con un prodotto disinfettante (e non soltanto igienizzante), si possono realmente ridurre i rischi con tranquillità e sicurezza. Ma, oltre a necessitare di una seria disinfezione, i capi dei bimbi sono spesso molto sporchi. Come si può anche smacchiarli efficacemente?



Aut. Min. 04/10/06

OMINO BIANCO ADDITIVO DISINFETTANTE, LIQUIDO E POLVERE.

Omino Bianco Additivo Disinfettante è un additivo con azione battericida, e disinfettante fungicida e virucida. Test microbiologici dimostrano che il nuovo Omino Bianco Additivo



Disinfettante, Liquido e Polvere, grazie alla sua speciale formula è attivo già da 30° su germi e batteri. Ed in più, Omino Bianco smacchia con efficacia bianchi e colorati, rispettando i tessuti e i colori. Permette inoltre l'eliminazione del cattivo odore dai tessuti. Il pulito, la disinfezione e l'efficacia di Omino Bianco Additivo Disinfettante per essere subito sicura. Perché è importante aggiungere una protezione alla salute dei bambini nella massima tranquillità ed igiene. Omino Bianco Additivo Disinfettante: disinfezione sicura, pulito impeccabile.





Il commercio "racconta" Milano

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

Pasticceria Cislaghi a Paderno Dugnano



Torta realizzata nel 1967 da Sandro Cislaghi per dei diplomati ragionieri. Il dolce prende a modello la macchina da scrivere dell'imprenditore



Macchina da scrivere di Sandro Cislaghi servita come modello per la creazione della torta

Incontriamo i fratelli Giordano e Claudio Cislaghi titolari dell'omonima pasticceria a Paderno Dugnano. Entrambi gli imprenditori indossano la maglietta con il logo dell'impresa (il nome della stessa scritta in gotico) a voler testimoniare – anche visivamente – agli occhi dei presenti e della telecamera la loro radicata appartenenza all'impresa di famiglia.

Il racconto ripercorre le prime esperienze lavorative del nonno dei nostri due testimoni – Oreste Cislaghi – che da giovane fece esperienza a Milano da Angelo Motta nella produzione di dolci, tra i quali spiccavano i panettoni. Oreste si mise successivamente in proprio e aprì (ai nipoti sembra ricordare che l'abbia fatto con un socio) dei locali adibiti a dopolavoro a Paderno Dugnano, proprio sul terreno ancora oggi occupato dall'impresa.

Nel 1926 Oreste decise di mettere a frutto l'esperienza maturata presso Motta e di dedicarsi alla produzione dolciaria. Così avviò una pasticceria artigianale all'ingrosso in cui coinvolse tutta la famiglia, tre ragazzi (il primogenito Carlo, Alessandro – detto Sandro e padre dei nostri testimoni – e l'ultimogenito Natale) e quattro ragazze (Cesarina, Franca, Mariuccia ed Elda). Seppur anche con l'aiuto di qualche dipendente esterno, il massimo coinvolgimento fu richiesto ai figli maschi.

Alla sua morte, avvenuta all'inizio degli anni Cinquanta, i fratelli portarono avanti l'impresa per qualche anno, ma poi scelsero attività differenti: Cesarina aprì una panetteria a Cusano Milanino; Franca scelse una professione impiegatizia; Carlo aprì una pasticceria in via Farini a Milano; Natale, con Mariuccia ed Elda, continuò l'attività del padre negli stessi locali paterni.

Sandro, nato nel 1914 e papà dei nostri testimoni, sposatosi nel 1948 con Giacomina Bergamaschini,

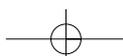
ereditò un lotto di terreno su cui costruì un edificio a più piani: al primo piano vi trasferì la sua abitazione, al pian terreno aprì nel 1956, come ditta individuale, una pasticceria anch'essa all'ingrosso con il nome "Pasticceria Alessandro Cislaghi".

Sandro con i suoi dolci e "coloniali" (tè, caffè, etc.) soddisfaceva i bisogni di un grande bacino di clientela. I comuni serviti si estendevano da Cinisello Balsamo a Saronno. Mentre Carlo lavo-

rava in laboratorio, Sandro e Natale con gli autisti – insieme ai pasticceri erano in tutto una decina – raggiungevano gli alimentari e i ristoranti dei dintorni. A seconda della deperibilità del prodotto potevano tornare più volte negli stessi comuni nel corso della stessa settimana. La vendita prevedeva dolci di consumo più quotidiano (brioche, torte, paste frolle come le esse e i tunisini – paste con all'interno un ripieno di frutta –, cannoli, etc), quelli più stagionali (panettoni e colombe) e quelli occasionali (torte per matrimoni o ricorrenze) per i ristoranti e gli alberghi. Il lavoro era molto impegnativo e per questo Giordano e Claudio raccontano che il padre, con l'aiuto indispensabile dei suoi collaboratori, era arrivato a produrre anche sessanta quintali di panettoni all'anno. Sandro in quel periodo trascorreva l'intera giornata in laboratorio dove aveva una sedia a sdraio e, poiché «curava la pasta del panettone - dicono Giordano e Claudio – tra un impasto e l'altro si riposava. Qualche volta dormiva anche sui sacchi della farina». Così lo trovavano i dipendenti che «arrivavano sul tardi, verso le tre e mezza-quattro della mattina».



Una delle creazioni di Claudio Cislaghi: un uovo di Pasqua a forma di balena (2000)





Giacomina e il figlio Claudio ritratti in laboratorio davanti a una torta nuziale (metà anni Sessanta)



Interno della pasticceria in via De Marchi 2. Sullo sfondo si vede l'area bar ampliata con i successivi lavori di ristrutturazione (anni Settanta)



Il vecchio forno a gas che fu poi sostituito con quello elettrico (anni Sessanta)

Giordano e Claudio ricordano, poi, che il papà aveva un forno a legna e per calcolare la temperatura doveva contare le fascine che vi introduceva; grazie all'esperienza sapeva che ad un determinato numero di fascine corrispondeva una determinata temperatura. Il forno a legna fu sostituito presto con quello a gas e poi ancora con quello elettrico, tuttora in uso.

Da Giacomina Bergamaschini, classe 1924, Sandro aveva avuto i tre figli Giordano, Oreste e Claudio rispettivamente nel 1949, 1954, 1957. Giacomina svolse sin da subito un ruolo fondamentale: i figli ricordano che a causa dei ritmi di lavoro del padre, era proprio la madre a condurre l'impresa sia dal punto di vista del confezionamento dei prodotti con il taglio e la preparazione dei pirottini per le paste, sia dal punto di vista della gestione dell'amministrazione (compresa la cassa), la cura della vendita e dei rapporti con la clientela. E' lei che porta innovazione creativa nella presentazione dei prodotti e nelle loro confezioni «perché – dice Claudio ridendo – per pensare a qualche idea e fare qualcosa di nuovo, ci vogliono le donne».

I risultati di tanto impegno furono premiati da un buon ritorno economico anche grazie al fatto che all'epoca non c'era tanta concorrenza sia da parte di altre imprese simili sia da parte della grande distribuzione con la produzione industriale e con i prodotti a lunga scadenza. La famiglia affiancò alla vendita all'ingrosso anche quella al dettaglio con l'apertura di un negozio a Paderno. La doppia attività – ci dice Giordano – era, però, troppo onerosa anche perché implicava una doppia e differente produzione. La famiglia, così, abbandonò nel 1962 la vendita all'ingrosso per dedicarsi interamente alla vendita al dettaglio.

Giordano, Oreste e Claudio - ragionieri il primo e l'ultimo, geometra il secondo - hanno trascorso

gli anni giovanili andando ad aiutare i genitori subito dopo l'uscita dalla scuola. Giordano collaborava nella vendita, Claudio nella produzione al fianco del padre, Oreste aiutava indifferentemente dove c'era la necessità. Si facevano sacrifici, ma era normale aiutarsi in famiglia «perché ce n'era bisogno». Claudio ricorda che il suo coinvolgimento era nato una mattina prima di andare a scuola quando il padre, lavorando alla produzione dei panettoni, gli chiese di aiutarlo nello spostare gli impasti. Con il tempo quest'operazione era diventata per lui un'abitudine, così come un'abitudine era quella di Giordano che, più grande, poteva collaborare nella consegna dei dolci con la macchina. All'inizio, quindi, l'inserimento in rami diversi dell'attività di famiglia è stata più che altro dovuto alla diversa età dei due fratelli più che ad un'inclinazione specifica, ma che poi è effettivamente subentrato all'uno l'interesse per la produzione e all'altro quello per la vendita, gli acquisti e l'amministrazione.

Claudio ci dice che il suo ritmo di lavoro è sempre stato molto impegnativo soprattutto sotto Natale o Pasqua dove c'è la necessità di «seguire i lieviti mettendo a frutto tante conoscenze. Io le ho imparate da mio papà: a furia di prendere sgridate...». La tendenza dei Cislighi è sempre stata quella di realizzare i prodotti completamente in proprio, anche se a volte ora si avvalgono di prodotti già preconfezionati, come ad esempio le coperture dei dolci che poi devono essere modellate.

Oggi il mercato offre anche delle attrezzature più sofisticate che possono agevolare la loro attività, come ad esempio gli abbattitori di freddo, i lievitori (i frigoriferi che mantengono la temperatura costante fino alla lievitazione, mentre «una volta - ricorda Claudio - se faceva freddo bisognava coprire l'impasto, se faceva caldo bisognava scoprirlo»). Anche se per alcuni prodotti ci si avvale di queste nuove tecnologie, per i restanti prodotti – primi tra tutti i panettoni – le tecniche di lavorazione sono orgogliosamente quelle di un tempo anche perché si teme che la qualità non sia pari a quella dei propri prodotti. Claudio e Giordano aggiungono: «Ancora oggi nostro papà, che ha novantaquattro anni, viene qui in negozio e dice in stretto dialetto meneghino: 'Ma perché hai preso questa farina qui?'. E queste sono cose che poi ti rimangono e aiutano a portare avanti una tradizione». La rivendita principale, poiché era ed è attigua al laboratorio soprastante, era quella attuale in via De Marchi 2 dove nel 1962 venne realizzato un piccolo spazio bar. A metà degli anni Sessanta i Cislighi hanno aperto un altro punto vendita a Paderno in via Roma. In seguito allo sfratto avvenuto agli inizi degli anni Settanta, essa fu trasferita a Cusano Milanino dove vi rimase per una ventina d'anni.



Il commercio "racconta" Milano

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



Ritratto di Sandro Cislaghi (fine anni Quaranta)



Ritratto di Giacomina Bergamaschini (fine anni Quaranta)

Con il 1983 l'impresa da ditta individuale divenne società in nome collettivo e al fianco di Sandro e Giacomina vennero coinvolti anche Giordano e Claudio con le rispettive mogli Pinuccia e Lidia. Oreste aveva invece deciso già negli anni Settanta di staccarsi professionalmente dalla sua famiglia e di avviare una propria attività con l'apertura di uno studio edile. Lungo tutti gli anni Ottanta, poi, con un passaggio graduale, Sandro e Giacomina cederanno interamente le loro quote agli altri soci e il nome dell'impresa cambierà e diventerà quello attuale "Pasticceria Cislaghi Sandro".

Nel 1995, in considerazione del favore riscontrato tra la clientela, l'angolo bar all'interno del negozio venne ampliato e ad oggi è seguito durante la settimana da una persona, dedicata a questa mansione, che alla domenica ha bisogno di essere aiutata anche da altre due persone. Gli attuali soci, dunque, sono attualmente affiancati da sette dipendenti: tre nella produzione e quattro al servizio alla vendita. In questo modo, e a differenza del passato dove il personale era inferiore, possono restare aperti tutti i giorni con turni abbastanza leggeri. I Cislaghi hanno iniziato, circa un anno e mezzo fa, ma solo per la domenica mattina, a vendere il loro pane. Giordano ci dice che è stato quasi un esperimento, ma ormai, anche grazie al positivo riscontro avuto tra la clientela, è un segmento di attività di una sua portata sia come quantità venduta che come riscontro economico. «Ormai la clientela si è abituata - ci dice Giordano - e alla domenica mattina, insieme al vassoio di paste, acquista anche il pane». Il pane non è però quello classico, come ad esempio la michetta, ma sono tutti pani speciali, con i cereali. Ad esempio pane con il mais, quello mediterraneo con capperi e olive, le focacce, e quello che loro hanno chiamato il "pane dell'atleta", per quelli che alla domenica fanno sport e hanno bisogno di un'alimentazione ricca di segale, semi di lino e altri cereali. I due fratelli sottolineano l'importanza della produzione del pane anche perché amplia l'offerta alla clientela. «serve per mantenere vivo il lavoro e poi, ogni tanto, bisogna offrire qualcosa di nuovo».

Nella stessa logica c'è anche l'offerta di una piccola produzione di gelateria sempre di loro produzione. In relazione a questo vi è anche il fatto che alla morte dello zio Natale l'attività è stata portata avanti dalla figlia Roberta, con la quale c'è una sorta di positiva concorrenza non tanto sull'abbattimento dei prezzi, perché - ci dicono - quello non si può variare più di tanto, ma sulla qualità e varietà del prodotto offerto. Tutto questo spinge l'impresa a migliorare i propri prodotti costituendo un evidente vantaggio a favore della clientela.

Questa grande cura nella qualità degli ingredienti («adesso ci sono farine con già dentro il lievito e basta aggiungere dell'acqua e fanno tutto da soli, mentre il lievito madre è tutta un'altra cosa») e nell'artigianalità del loro lavoro è stata raccontata nel 2005 da Giordano e da Claudio in una sequenza fotografica che illustrava i processi di produzione del loro panettone e li proiettavano all'interno del loro negozio. L'intento - premiato dal riscontro positivo dell'iniziativa - è stato quello di avvicinare l'impresa alla

clientela, anche alla luce del fatto che il laboratorio non è, come in altre realtà imprenditoriali simili, visibile al pubblico, ma è al piano superiore al negozio stesso.

All'interno della pasticceria è possibile vedere un'esposizione di diversi articoli confezionati artigianalmente ed è anche questa una caratteristica della famiglia. Si è già detto che Giacomina aveva dato il suo contributo all'impresa con la realizzazione di confezioni regalo, attività affiancata anche da quella della preparazione di bomboniere che l'impegnavano anche per alcune notti. Ora quell'attività, ridimensionata per quanto riguarda la realizzazione di bomboniere, è seguita soprattutto dalla nuora Lidia. E' dunque la confezione personalizzata di panettoni, torte e pasticceria in genere che rende ancora più prezioso regalare un dolce Cislaghi. Con questa logica si può acquistare anche oggettistica da regalo che può essere venduta separatamente o in abbinamento con dolci di loro produzione - o con dolci confezionati come quelli Lindt, Caffarel o Baratti - per le ricorrenze. A margine ci fanno notare, però, che se prima la vendita di loro prodotti equivaleva a quella dei prodotti di marca, ora tocca circa i tre quarti del venduto complessivo, a conferma dell'apprezzamento da parte della clientela.

Dovendo tracciare una panoramica sui flussi economici dell'impresa, Giordano e Claudio ci dicono che essa ha avuto un andamento economico costante nel corso della propria attività. Infatti nel momento in cui sono venute a mancare alcune entrate, i titolari sono riusciti a compensarne la perdita con nuove altre. Le vendite, ad esempio,



Il primo biglietto da visita di Sandro Cislaghi con al centro il panettone. Il marchio dell'impresa venne cambiato con quello attuale negli anni Ottanta a seguito della conclusione del passaggio societario da Sandro e Giacomina ai figli ed alle nuore





Il commercio "racconta" Milano

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



Da sinistra: Pinuccia, Giordano, Claudio e Lidia all'interno della pasticceria in via De Marchi 2 subito dopo il rinnovo dei locali avvenuto nel 1995

I quattro titolari della pasticceria ritratti all'interno del negozio. Da sinistra: Lidia, Claudio, Pinuccia e Giordano (2008)



molto consistenti del sabato e della domenica in concomitanza dei grandi pranzi in famiglia e della tradizione ormai perduta di festeggiare il riposo settimanale o le ricorrenze, sono venute meno. Lamentano poi il fatto che con il tardo pomeriggio viene meno la circolazione dei passanti, circolazione che diventa esigua nei fine settimana quando si tende ad andare fuori città. La tendenza ad organizzare momenti conviviali è, a partire dagli anni Novanta, più diffusa lungo tutto il corso della settimana, e il lavoro è di conseguenza più distribuito anche grazie alla presenza del bar. Ammettono che hanno contrastato la rapida mortalità che investe gli esercizi commerciali soprattutto con l'artigianalità del proprio lavoro. E' per questo che molti ragazzi delle scuole alberghiere - come ad esempio l'Istituto professionale per i servizi alberghieri e la ristorazione associata del G.R. Lagrange di Milano - fanno esperienza dai Cislaghi perché «è bello fare il

pasticcere, però bisogna anche vedere tutti i lati e capire veramente che lavoro vai a fare poi. Cioè il sacrificio del sabato e della domenica lo devi capire quando vai sul posto di lavoro, quando vai a scuola non lo capisci».

La loro attività resiste anche a dispetto sia della difficile struttura urbanistica di Paderno che non ha un vero e proprio corso per il passeggio, sia della costruzione di un nuovo Carrefour che ha penalizzato tanti altri esercizi commerciali. Ma non ha intaccato un prodotto dove la qualità e la fiducia sono predominanti.

La produzione prima degli anni Settanta era meno articolata: si producevano pochi tipi di torte, ma alta era la quantità per ciascun tipo. Successivamente si è preferito aumentare la varietà dell'offerta, abbassando la quantità per

tipologia. Nel complesso, quindi, la quantità di dolci prodotta è rimasta la stessa. Ciò che è cambiato è il frazionamento dell'assortimento dei prodotti, perché i Cislaghi hanno deciso di offrire novità e assortimenti differenti. Stessa cosa vale anche per l'offerta al banco della pasticceria dove la varietà è alta sia per la pasticceria dolce che per quella salata.

Anche i clienti, nel tempo, sono cambiati. Ora sono molto più esigenti e quindi il servizio offerto

deve essere sempre più raffinato anche in relazione al fatto che molte famiglie, per lo più giovani, si sono spostate in provincia e hanno manifestato esigenze diverse rispetto alla clientela tradizionale. A fianco, poi, della clientela dei comuni vicini, si sono aggiunti anche altri nuovi abitanti di Paderno provenienti da Paesi differenti. Così, se un tempo era stata ampliata l'offerta dei dolci con pasta di mandorle, babà e cannoli con ricotta per venire incontro ai gusti degli immigrati del Sud Italia residenti soprattutto nel Villaggio Ambrosiano, ora si vendono - ad esempio - dolci senza alcol per favorirne l'acquisto da parte della clientela musulmana.

Le battute finali del nostro incontro sono per il futuro dell'impresa. Giordano ha una figlia puericultrice di nome Alessandra in onore del nonno, che non ha manifestato interesse nel proseguire l'attività di famiglia. Claudio ha un figlio, Matteo, studente alla Bocconi che pur aiutando saltuariamente i familiari, non sembra avere alcun proposito di continuare l'attività paterna. Il padre è combattuto tra il desiderio di veder proseguire l'attività e la consapevolezza che quella del pasticcere è una professione di grande sacrifici. Ma poi conclude filosoficamente: «Mio figlio deve decidere da solo. Dev'essere contento del lavoro che fa. Se uno è contento del lavoro che fa, vive bene. Anche se, come si fa a sapere cosa potrà succedere?».

Claudio Cislaghi (a destra) e il collaboratore Giuseppe Figini ripresi durante la lavorazione dei panettoni, appesi al contrario perché non se ne alteri la forma in fase di raffreddamento (2005)



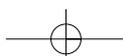
Sandro Cislaghi ritratto durante il confezionamento dei panettoni (2005)

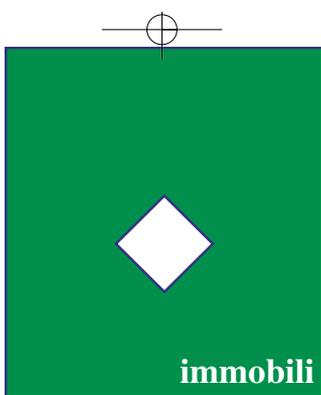


Le battute finali del nostro incontro sono per il futuro dell'impresa. Giordano ha una figlia puericultrice di nome Alessandra in onore del nonno, che non ha manifestato interesse nel proseguire l'attività di famiglia. Claudio ha un figlio, Matteo, studente alla Bocconi che pur aiutando saltuariamente i familiari, non sembra avere alcun proposito di continuare l'attività paterna. Il padre è combattuto tra il desiderio di veder proseguire l'attività e la consapevolezza che quella del pasticcere è una professione di grande sacrifici. Ma poi conclude filosoficamente: «Mio figlio deve decidere da solo. Dev'essere contento del lavoro che fa. Se uno è contento del lavoro che fa, vive bene. Anche se, come si fa a sapere cosa potrà succedere?».

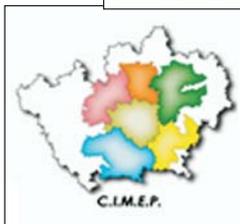
Maria Chiara Corazza

(con la collaborazione di Carlo Alzati)





Cimep (Consorzio intercomunale milanese per l'edilizia economica e popolare al quale aderiscono il Comune di Milano e altri 78 comuni della provincia); Consiglio Notarile di Milano; FIMAA Milano (il Collegio degli agenti d'affari e d'intermediazione, aderente all'Unione del commercio milanese) ed



Osmi (Organizzazione servizi per il mercato immobiliare, l'Azienda speciale della Camera di commercio di Milano) hanno organizzato in Unione un convegno dal titolo: "Edilizia economica e popolare: nuove regole di rivendita".

Attualmente a Milano e provincia questo genere di edilizia interessa una percentuale di abitazioni tra il 25 e 30% con una stima di circa 140mila appartamenti, più o meno il numero di abitazioni che ci sono in una città delle dimensioni di Bologna. L'edilizia economica e popolare è regolata da leggi di settore e da norme stabilite nelle convenzioni tra i comuni e le imprese

In Unione iniziativa che ha visto la partecipazione di Fimaa Milano, il Collegio degli agenti d'affari e d'intermediazione

Più chiarezza e prezzi in linea con il mercato per la rivendita delle case di edilizia economica e popolare

e/o cooperative che costruiscono i singoli fabbricati. Queste regole hanno lo scopo di impedire operazioni speculative da parte di chi ha acquistato una casa a condizioni di favore. Le regole, con diverse variabili, si fondano in linea di massima sull'imposizione per un certo periodo di: divieto temporaneo di vendita (non prima dei 5 anni dall'acquisto); particolari condizioni sociali ed economiche che devono avere gli acquirenti; limitazione del prezzo di vendita

Tuttavia i meccanismi che determinano il prezzo della vendita successiva alla prima, in seguito agli aumenti di prezzi segnati dal mercato, hanno provocato un forte scostamento tra il prezzo determinato applicando i meccanismi delle convenzioni e quello di mercato.

A questo stato di cose vuole porre rimedio l'iniziativa del Cimep con la proposta di mantenere costante nel tempo la differenza tra prezzo di mercato e prezzo imposto, prevedendo un avvicinamento graduale al prezzo di mercato più ci si avvicina alla scadenza dei vincoli. In sostanza: prima si rivende la casa, maggiore sarà la differenza tra prezzo di vendita e valutazione di mercato. Per stabilire sia i nuovi parametri sia quelli per le convenzioni vecchie di 30 anni, ci si potrà avvalere dei



listini dei prezzi messi a disposizione dall'archivio di FIMAA Milano.



CONSIGLIO NOTARILE DI MILANO



Promosso da Fimaa Milano (il Collegio degli agenti d'affari e d'intermediazione) e le fondazioni Pupi (del capitano dell'Inter Javier Zanetti) e Gol De Letra (con il dirigente ed ex centrocampista del Milan Leonardo) è in programma il 15 dicembre

Con Fimaa Milano aiuto ai bambini argentini e brasiliani

Il 15 dicembre concerto benefico al Teatro Strehler per le fondazioni del capitano dell'Inter Javier Zanetti e di Leonardo, già centrocampista e ora dirigente del Milan (entrambi presenti alla serata)

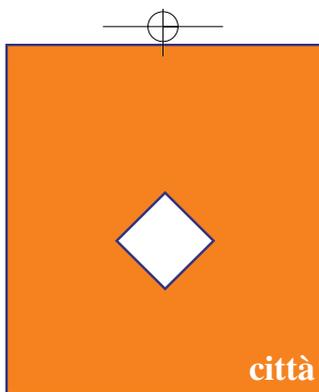
(20.30) al Teatro Strehler - largo Greppi MM Lanza - il concerto del duo acustico "Scent" - Beatrice Zanolini voce, Marco Pagani chitarra - accompagnati dal quartetto d'archi, percussioni e pianoforte dell'Accademia delle Opere e con al contrabbasso Marco Ricci. Concerto che avrà



fra gli ospiti Leonardo e Javier Zanetti. L'ingresso è ad offerta libera e il ricavato verrà devoluto alle due fondazioni che si occupano di aiutare rispettivamente i bambini argentini (Pupi) e brasiliani (Gol de Letra).

Unioneinforma

novembre 2008



Dalle manifestazioni di via Spallanzani 54.000 euro alla Fondazione De Marchi

Fondi devoluti alla Fondazione De Marchi "sono un bel l'esempio della 'Milano col cuore in mano' che trova il modo di contribuire ad una causa importante come la salute e la ricerca scientifica destinata a migliorare il futuro dei bambini". Lo ha dichiarato il vicesindaco di Milano Riccardo De Corato in occasione della cerimonia di consegna dei fondi che Ascospallanzani ha raccolto nelle quattro edizioni del "Percorso dei macellai fra tradizione artigianata e innovazione" (l'ultima delle quali il 21

settembre - vedi *Unioneinforma* di ottobre a pagina 20 n.d.r.), l'ormai consolidata manifestazione di via Spallanzani e piazza Santa Francesca Romana realizzata con Unione e Promo.Ter, l'Associazione macellai di Milano con i maestri macellai degli "Amici dell'arte della carne" e la collaborazione, fra gli altri, del Sindacato dettaglianti ortofrutta e dell'Associazione panificatori. Durante la cerimonia (foto), il presidente di Ascospallanzani, Giorgio Pellegrini, ha consegnato un assegno di 54mila



euro al professor Vittorio Carnelli, primario della clinica e presidente della Fondazione De Marchi. Risorse che saranno investite per rinnovare le camerette destinate ai bambini ricoverati nella clinica pediatrica De Marchi. Inoltre saranno finanziate borse di studio per la ricerca ed erogati contributi economici alle famiglie di quei bimbi che sono costretti a ricoveri ricorrenti o molto lunghi.

LISCATE - Cascine S. Pietro

a 11 Km aeroporto Mi Linate



Soluzioni abitative moderne e con tutti i comfort
Mono, bilo, trilocali in PRONTA CONSEGNA!

sconto 5% fino a fine novembre
sull'EDIFICIO B!

fainicase www.faini.it Info 02.95739809

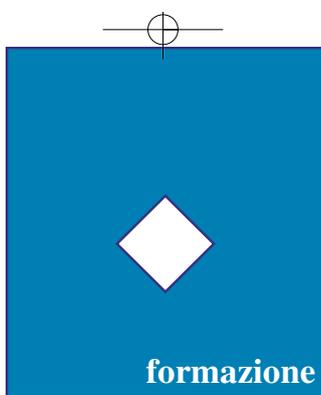
LE AZIENDE INFORMANO

Un sogno diventato realtà

A 11 km da Milano Linate, tra i comuni di Vignate e Liscate, dove oggi è situata la località San Pedrino, c'era un antico borgo di cascine lombarde denominate San Pietro dal nome della chiesetta quattrocentesca tuttora esistente. Una località fuori dal frenetico mondo della grande città. Oggi al posto di quel borgo, facilmente raggiungibile dalla metropoli con la provinciale Rivoltana, sono state realizzate soluzioni abitative moderne con tutti i comfort. Inoltre è stata realizzata una pista ciclabile per la stazione Fs di Vignate (treni per Lambrate e passante ferroviario in 10 minuti e collegamenti con la metropolitana). I fabbricati sono prevalentemente ad un solo piano. Sono disponibili soluzioni abitative da 1, 2, 3 e 4 locali, tutte con travi a vista sul soffitto. Gli alloggi hanno un portone blindato, con ingresso privato, e quelli al piano terra hanno un giardino di proprietà, oltre a godere dei giardini comuni con fontane e laghetti. Gli alloggi al primo (ultimo) piano sono mansardati, alcuni con soppalco, tutti con balconi o terrazzi adeguati. Tutti gli appartamenti sono realizzati con tecnologie costruttive all'avanguardia ad elevato risparmio energetico, riscaldamento e condizionamento autonomi coadiuvati da pannelli solari (anche per l'acqua calda) e temperatura regolabile separatamente in ogni stanza estate e inverno. Inoltre sono tutti dotati di videocitofono, casaforte murata, prese per Tv satellitare e digitale terrestre, e predisposizione impianto antifurto. Sono disponibili anche cantine, box singoli o doppi e posti auto all'interno della recinzione del complesso. Sono previsti inoltre pagamenti personalizzati, finanziamento trentennale con primaria banca, e fino al 30 novembre è concesso uno sconto del 5% per le abitazioni dell'edificio B.

Unioneinforma

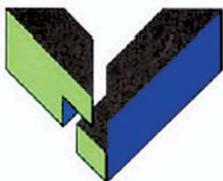
novembre 2008



formazione

Corso di laurea nel terziario:
con il presidente Sangalli premio ai quattro studenti più meritevoli

Scuola Superiore-Università Cattolica Il 26 incontro su "Economia di mercato e forme del dono"



Economia di mercato e forme del dono: è il tema del seminario di approfondimento in programma mercoledì 26 novembre nell'aula magna della Scuola Superiore del Commercio, del Turismo, dei Servizi e delle Professioni di Milano - viale Murillo 17 dalle 9.30 - con l'Università Cattolica (Facoltà di Economia. Dipartimento di Scienze dell'economia e della gestione aziendale - corso di laurea in Economia e gestione aziendale - Gestione delle imprese del terziario e dei servizi commerciali). Intervengono Domenico Bodega (preside Facoltà di economia della Cattolica); Sergio

De Angeli (coordinatore del corso di laurea in Economia e gestione aziendale, gestione delle imprese del terziario); Maria Antonia Rossini (presidente della Scuola Superiore); Silvano Macchi (docente di teologia della Cattolica). Relazioni di: Pierangelo Sequeri (*Logiche del dono*), vicepresidente della Facoltà di teologia dell'Italia Settentrionale di Milano - ordinario di Teologia fondamentale; Giovanni Gasparini (*Dono, mercato e welfare: tre logiche a confronto*), ordinario di Sociologia economica dell'Università Cattolica; Aldo Bonomi (*Strutture economiche e legame sociale: orizzonti*), sociologo e direttore del Consorzio

A.A.STER; Luigino Bruni (*Un modello per l'economia dell'impresa: sperimentazioni*), associato di Economia politica dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca. Con il presidente di Unione e Camera di commercio Carlo Sangalli, il segretario generale di Fondazione Cariplo Pier Mario Vello e il segretario generale Unione Gianroberto Costa, avrà poi luogo la consegna dei premi ai quattro studenti più meritevoli per il primo anno del corso di laurea 2007/2008. Coordinatore dell'iniziativa è Raul Longo, consigliere delegato della Scuola Superiore.



DAL TERRITORIO



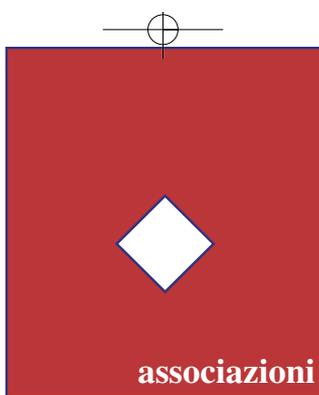
La vetrina di Sara Shoes, vincitrice per la giuria tecnica del concorso vetrine promosso dall'Ascom in occasione della Sagra di Trezzo sull'Adda

Il concorso vetrine di Trezzo sull'Adda

Il tradizionale concorso vetrine che si svolge in occasione della Sagra di Trezzo sull'Adda, giunto ormai alla sua 26° edizione, anche quest'anno ha riscosso - rileva l'Ascom di Trezzo - un buon successo. Molti operatori si sono ispirati al tema del centenario della squadra locale di calcio. Oltre 1.000 le schede raccolte per la votazione della giuria popolare. Per la giuria tecnica primo classificato Sara Shoes; al secondo posto Tinelli Casa e al terzo Sara Abbigliamento. Il verdetto popolare ha premiato Soffieria Villa davanti a Sara Shoes e Sara Abbigliamento.

Unioneinforma

novembre 2008



*Meeting internazionale
"La forza degli anni" di Fenacom 50&Più*

Gli "Stati generali" degli over '50

A Roma il "Meeting internazionale degli over 50-La forza degli anni" organizzato da Fenacom 50&più: una sorta di "Stati generali", con la partecipazione di diecimila soci provenienti da tutta Italia e di esponenti del mondo associativo, istituzionale e politico. Presenti anche rappresentanti delle associazioni di anziani statunitensi, canadesi, danesi e indiane.

Due i momenti salienti della manifestazione (11-13 del mese): la presentazione dell'XI rapporto "Essere anziano oggi", da cui emerge la propensione degli over '50 a vivere un pensionamento attivo che li rimetta in gioco, e la presentazione al ministro del Lavoro Maurizio Sacconi della "Piattaforma politico-programmatica" predisposta dall'associazione con la richiesta di provvedimenti legislativi e azioni pratiche che permettano ai pensionati di continuare a svolgere una vita attiva secondo il proprio ambito di interesse, da quello formativo o di impegno civile a quello lavorativo o imprenditoriale. La Piattaforma sottolinea come senza l'impiego e la valorizzazione della forza attiva della terza età sarà difficile rispondere alle esigenze di una popolazione anziana in continua crescita; colmare il deficit pensionistico; rimettere in ordine i costi della sanità e

ridistribuire in maniera più equa le responsabilità tra le generazioni.

Il "Libro verde" del ministro Sacconi sul futuro del modello sociale, presentato al Consiglio dei ministri a luglio, ha aperto una grande consultazione sul tema del futuro welfare italiano e le proposte degli over 50 potrebbero fornire lo spunto per nuove strategie.

"Nell'ambito della manovra estiva 2008 - ha dichiarato il segretario

generale di 50&Più Fenacom, Gabriele Sampaolo - è stata approvata una norma da tempo attesa, l'abolizione del cumulo tra pensione e reddito da lavoro: un segnale positivo che incoraggia il proseguimento dell'attività lavorativa del pensionato. Molto, però, rimane da fare". C'è un nuovo approccio alla realtà degli anziani di oggi: non più elementi deboli e fragili del sistema, bisognosi solo di assistenza, ma cittadini ancora attivi, in grado di portare il loro contributo al sistema economico del paese. Con in più l'esperienza, vera forza degli anni.

"Oggi siamo diventati tanti mentre i giovani sono molti di meno. La saggezza degli



**Giorgio Re, presidente
di 50&Più Fenacom**

**50&Più[®]
Fenacom**

anziani
deve essere tale

da capire che non ci si può sedere in poltrona a 60 anni; e bisogna dimostrare nei fatti la forza degli anni.

Concretezza e determinazione saranno le chiavi del nostro agire. Il mondo anziano ha bisogno di diritti che vengano garantiti, accanto ai doveri che vengano confermati. L'agire sindacalmente sarà l'innovazione della nostra realtà associativa, ma non da sola: più ricchi di capacità sindacali, più ricchi di servizi, più ricchi di identità, più ricchi di solidarietà fra noi e fra tutte le generazioni": questo, in sintesi, l'obiettivo del Meeting secondo Giorgio Re, presidente di 50&Più Fenacom.

B.B.

Unioneinforma

novembre 2008



associazioni

In Unione il Forum Sanità

Federalalute: un fondo adeguato e sgravi fiscali per la non autosufficienza

Un fondo per la non autosufficienza con un'adeguata forma di finanziamento e sgravi fiscali per chi è disposto a contribuire volontariamente per affrontare un domani la copertura del rischio della non autosufficienza. Sono fra le proposte emerse all'Unione di Milano in occasione del primo Forum Sanità promosso da Federalalute-Confindustria (e realizzato con il supporto di Unione e Confindustria Lombardia). Forum - con il presidente Federalalute Giuseppe Scrofina e coordinato dal delegato di Federalalute a Milano Giuseppe Dalla Costa - che ha visto il saluto del presidente di Confindustria Carlo Sangalli e, fra i numerosi ospiti, la partecipazione di Ferruccio Fazio (sottosegretario a Lavoro, salute e politiche sociali); Antonio Tomassini (presidente della Commissione

igiene e sanità del Senato); Giulio Boscagli (assessore a Famiglia e solidarietà sociale della Regione Lombardia) e Mariolina Moiola (assessore a Famiglia, scuola e politiche sociali del Comune di Milano).

Nel suo intervento di saluto al Forum, il presidente di Confindustria Sangalli ha ricordato come le risorse pubbliche a disposizione per la sanità, pur con una spesa in aumento, si siano dimostrate inadeguate e insufficienti rispetto alle necessità dei cittadini che si trovano a far fronte con le proprie risorse alle carenze del sistema sanitario nazionale a fronte di una spesa totale pubblica per la sanità che nel 2007 ha raggiunto i 105 miliardi.

"I fondi integrativi - ha proseguito Sangalli - sono uno strumento prezioso perché offrono ai lavoratori un adeguato grado di tutela tramite l'offerta e la copertura di un ampio ventaglio di prestazioni. Ma, come del resto indica lo stesso aggettivo che li definisce, non possono e non devono sostituirsi al sistema sanitario nazionale".

Vi è necessità di risorse mirate e Sangalli ha concluso rilevando come "Anche il Fondo per la non autosufficienza potrebbe certamente essere utilissimo". La non autosufficienza (come le cure a lungo termine) implica una tipologia



Forum sanità: **da destra Giuseppe Scrofina (presidente Federalalute), il presidente di Confindustria (e Unione) Carlo Sangalli e il professor Carlo Hanau. Nelle altre foto: una panoramica della sala Commercio in Unione; gli assessori Mariolina Moiola (Comune) e Giulio Boscagli (Regione); il sottosegretario Ferruccio Fazio che premia Daniele Bonacini, ingegnere meccanico, campione italiano dei 100 metri e atleta paraolimpico di Atene 2004.**
(foto di Massimo Garriboli)

di assistenza che, infatti, non trova adeguata copertura da parte del sistema sanitario nazionale:

"Soltanto con un fondo per la non autosufficienza obbligatorio - ha affermato Carlo Hanau, docente di programmazione e organizzazione dei servizi sociali e sanitari dell'Università di Modena e Reggio Emilia (il cui report ha costituito la base programmatica di discussione del Forum di Federalalute) - posto sotto la responsabilità dell'autorità pubblica, si può garantire un futuro a tutti quelli che ne avranno bisogno".

Il presidente Federalalute Scrofina ha auspicato una più stretta collaborazione fra operatori e fruitori-disabili.

Fra i temi sollevati da Federalalute anche la necessità di ridurre la pressione fiscale sul settore dei servizi residenziali e semiresidenziali.



Unioneinforma

novembre 2008





Carla Agostini,
presidente Federlingue

All'Unione di Milano le assemblee straordinarie e ordinarie di Federlingue, l'associazione dei servizi linguistici. L'assemblea straordinaria ha approvato all'unanimità modifiche statutarie che rendono possibile l'iscrizione a Federlingue di aziende che fanno parte di gruppi organizzati (associazioni, franchising, consorzi) operanti a livello nazionale. Aziende, ha rilevato il presidente di Federlingue Carla Agostini, che hanno dimostrato interesse per l'attività della Federazione. L'assemblea ordinaria è stato il momento per tracciare un bilancio di quest'attività: la base associata, rileva Federlingue, si è incrementata dell'80% e, fra i vari risultati raggiunti, va ricordata - con il supporto di Unione e Confcommercio - l'emanazione da parte dell'Agenzia delle

Federlingue continua a crescere

Modifiche statutarie per poter iscrivere aziende che fanno parte di gruppi organizzati (franchising, consorzi, ecc.). A dicembre a Milano Forum dei servizi linguistici e nel 2009 aggiornamento del Codice deontologico

Entrate di una circolare ad hoc sull'applicazione dell'esenzione Iva per le scuole di lingue. Presentato al Comitato Expo 2015 dell'Unione anche un primo progetto sullo sviluppo dei servizi linguistici in funzione dell'Esposizione Universale. Proseguono gli incontri



formativi (presso le Ascom del Nord e Centro Italia) e i corsi, ed a dicembre è previsto a Milano un Forum nazionale dei servizi linguistici.

Già in cantiere, infine, il programma 2009: dal convegno in occasione della Settimana europea delle pmi (6-14 maggio) a iniziative specifiche per la Settimana europea delle lingue, all'aggiornamento del Codice deontologico per la qualità dei servizi linguistici. Il prossimo anno sarà anche quello della messa on line del nuovo sito associativo con la revisione anche del materiale per la comunicazione (logo, brochure, linea grafica coordinata).

Imprese servizi cimiteriali: protocollo d'intesa con il Comune di Milano - Sottoscritto da Comune e Unione con le Associazioni giardinieri, floricoltori, fiorai e pulitori dei cimiteri di Milano (neoaderente all'Unione) e l'Associazione fioristi, un protocollo d'intesa sulle varie forme di collaborazione tra le aziende e la prevista azienda speciale MI.SE.F che si occuperà della gestione dei servizi cimiteriali dal prossimo anno.

L'accordo, spiega un comunicato di Palazzo Marino, prevede l'istituzione di un Comitato, al quale parteciperanno i rappresentanti del Comune e della categoria, che avrà la funzione di monitorare il processo di costituzione e di avvio dell'azienda speciale per non creare disagi alle imprese e distorsioni nella libera concorrenza. "Sono molto soddisfatto" ha affermato l'assessore ai Servizi civici del Comune Stefano Pillitteri. "L'accordo che abbiamo siglato dà atto - prosegue l'assessore - di come MI.SE.F non opererà contro le realtà commerciali già esistenti, ma con loro. L'obiettivo comune è infatti quello di avere servizi funebri più efficienti. Un obiettivo che porterà effetti positivi anche sul mercato e, quindi, sul tessuto imprenditoriale già esistente. Il tutto senza rincari a carico dei cittadini".

Unioneinforma

novembre 2008





Fioristi: Agostino Marchesetti Commendatore



Nomina a Commendatore della Repubblica italiana per Agostino Marchesetti, a lungo presidente (14 anni) dell'Associazione fioristi milanesi.

Sposato, due figli, Marchesetti (originario di Crema) svolge l'attività di fiorista da 52 anni. Proboviro dell'Unione e revisore

Nomina a Commendatore della Repubblica: Agostino Marchesetti con il sindaco di Milano Letizia Moratti

dei conti dell'Ente Mutuo, Marchesetti ha fatto parte per più di vent'anni del Consiglio di Interflora Italia. Quello di Commendatore non è il primo riconoscimento per Agostino Marchesetti: è stato infatti insignito dell'onorificenza di Cavaliere Ufficiale nel '92 ed ha ricevuto gli Ambrogini d'oro da due sindaci di Milano: nel 1980 da Carlo Tognoli e dieci anni dopo da Paolo Pillitteri.

Scuola fioristi milanesi: via al nuovo corso nel marzo 2009

A marzo 2009 prenderà il via al Capac-Politecnico del Commercio di viale Murillo 17 il nuovo corso della Scuola professionale dell'Associazione fioristi milanesi. Per informazioni ed iscrizioni contattare la segreteria dell'Associazione: 027750216-248. In Unione si è intanto svolto il tradizionale

In Unione il saggio degli allievi diplomati quest'anno

degli allievi diplomati quest'anno.

Ecco i nomi: E-

den Bereket,
Marco Colombo, Ilaria Corti,
Rosanna Dones, Giancarlo Mansi, Stefano Padovano, Sung Eun Park, Mara Pompomelli, Maria Rus-



saggio con le premiazioni

so, Handina Sacic, Yasugo Tominaga, Isabella Ungaro.

Nelle foto alcune delle composizioni preparate ed allestite in Unione in occasione del saggio della Scuola fioristi



CONVOCAZIONE ASSEMBLEA ELEZIONE CARICHE SOCIALI GRUPPO GIOVANI IMPRENDITORI UNIONE C.T.S.P. DELLA PROVINCIA DI MILANO

Milano, 4 novembre 2008

Ai sensi dell'art. 6 regolamento Gruppo Giovani Imprenditori Unione C.T.S.P. della Provincia di Milano, è convocata l'Assemblea per l'elezione delle cariche sociali del Gruppo Giovani Imprenditori Unione C.T.S.P. della Provincia di Milano per il giorno 14 dicembre 2008, alle ore 5.00, in prima convocazione e per il giorno

15 dicembre 2008

alle ore 17.30 in seconda convocazione, presso la sede dell'Unione C.T.S.P. della Provincia di Milano - corso Venezia, 47/49, sala Turismo.

Con, all'ordine del giorno:

- RINNOVO DELLE CARICHE SOCIALI GRUPPO GIOVANI IMPRENDITORI UNIONE C.T.S.P. PROVINCIA DI MILANO

La verifica poteri avrà inizio dalle ore 16.00 del giorno 15 dicembre 2008 presso la sala Stampa

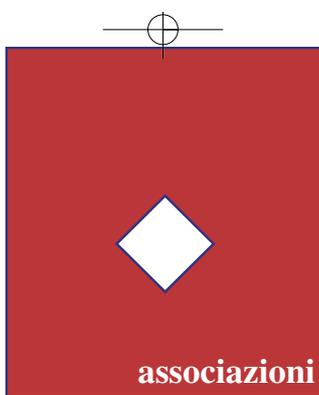
Le candidature potranno essere presentate entro e non oltre il giorno 12 dicembre 2008 al seguente indirizzo: relazioni.sviluppo@unione.milano.it

Partecipano all'Assemblea i soci in regola con il pagamento del contributo associativo al 30 novembre 2008

Il presidente Gruppo Giovani Imprenditori Unione C.T.S.P. della Provincia di Milano
Paolo Galimberti

Unioneinforma

novembre 2008



Sede in Unione a Milano per Associazione nazionale torrefattori e Federazione caffè verde

Associazione nazionale torrefattori:
presidente è Antonio Quarta,
vicepresidente Remo Ottolina (presidente di Altoga)

Da ottobre l'Associazione nazionale torrefattori ha trasferito i suoi uffici a Milano presso l'Unione in corso Venezia, 49. All'Associazione nazionale torrefattori fanno capo le maggiori torrefazioni italiane. Il neoletto presidente dell'Associazione è il leccese Antonio Quarta di Lecce mentre vicepresidente è Remo Ottolina, presidente di Altoga (l'Associazione lombarda torrefattori).



Antonio Quarta, presidente dell'Associazione nazionale torrefattori

Antonio Quarta è nato a Lecce 52 anni fa. Laureato alla Luiss di Roma in Economia e commercio, Quarta ha affiancato nell'azienda di famiglia il padre, il cavaliere del lavoro Gaetano Quarta, fin da ragazzo. Dopo l'improvvisa scomparsa del padre è diventato amministratore unico della Spa Quarta Caffè. Antonio Quarta è insignito delle onorificenze di Ufficiale e Commendatore della Repubblica. E' nel consiglio d'amministrazione della Banca Popolare Pugliese e fa parte del direttivo della Federalimentare di Lecce. Ha diversificato i suoi interessi imprenditoriali in attività turistiche nel Salento. Quarta, da diversi anni, è inoltre impegnato nella promozione delle fonti di energia alternativa,

supportando campagne di sensibilizzazione, anche in ambito sociale, con borse di studio e workshop tematici sul territorio. La sua azienda dispone già oggi di un importante impianto fotovoltaico, ma l'obiettivo finale è diventare una delle prime aziende italiane completamente affrancate dalle fonti di energia tradizionali. Quarta è padre di due figli, Gaetano ed Edoardo, e ha l'hobby della pesca d'altura che pratica a livello agonistico (quattro titoli nazionali e uno mondiale, conseguito nel 1998 in Sud Africa).

Federazione
caffè verde:
presidente è
Alessandro
Polojac

Negli uffici Unione di corso Venezia 49 a Milano anche la Federazione caffè verde che riunisce importatori commerciali, agenti di case d'esportazione o importazione, importatori torrefattori e aziende di servizi specifici collegati al caffè verde. Il presidente della Federazione caffè verde è il triestino Alessandro Polojac.



Segnaliamo che...

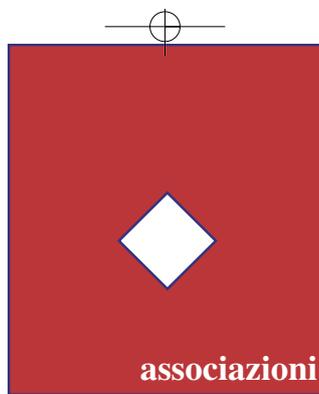
ASSOCIAZIONE COMMERCianti
CASALINGHI, COLTELLERIE, FERRAMENTA,
UTENSILERIE, VETRO E CERAMICA

Conferma di **Andrea Spinardi** alla presidenza dell'Associazione commercianti milanesi di casalinghi, coltellerie, ferramenta, utensilerie, vetro e ceramica.

I vicepresidenti sono Alessandro Cantoni e Stefano Fornaro. Completano il Consiglio dell'associazione: Paolo Compostella, Gianluigi Innocenti, Edmondo Jonghi Lavarini, Andrea Lorenzi, Giancarlo Righetti e Michele Tacchini. Proбивiri: Adriano Fornaro, Tullio Maturi e Giuseppe Vitiello.

Unioneinforma

novembre 2008



Si rinnova il direttivo dell'Associazione nazionale imprese Ict

Assintel: Giorgio Rapari confermato presidente

Conferma di Giorgio Rapari, per il prossimo quadriennio, alla presidenza di Assintel, l'Associazione nazionale delle imprese Ict (Information & communication technology). L'Assemblea elettiva, svoltasi in Unione il 27 ottobre, ha eletto anche il Consiglio direttivo che si caratterizza per l'entrata di 12 nuovi consiglieri (fra i quali una significativa rappresentanza di imprenditrici dell'Ict e di giovani imprenditori). "L'Assemblea ha riconosciuto e dato nuova fiducia alla stagione di forte rinnovamento di Assintel, fondamentale per poter avere un ruolo veramente efficace di rappresentanza e di stimolo per il mercato Ict" ha commentato Rapari.

Presente ai lavori assembleari anche il presidente di Confcommercio e Unione del commercio Carlo Sangalli che ha sottolineato il ruolo di Assintel come punto di riferimento per l'innovazione nella

ra" del terziario.



Assintel: i nomi del direttivo

Con il presidente Rapari il direttivo Assintel è composto da: *Elisabetta Baccara* (Ware by Soft), *Giulio Camagni* (Partnerdata), *Piero Camurati* (SAP Italia), *Gianni Cassina* (Cassina Sas), *Franco De Angelis* (Gesp), *Alfredo Gatti* (Nextvalue), *Roberta Gilardi* (Xprit), *Paolo Giuliani* (Prima Tech Service), *Lorenzo Guaschino* (Replica Sistemi), *Fabio Lazzarini* (Amadeus Marketing Italia), *Salvatore Morana* (Area Technology Consulting), *Antonio Muzio* (Microarea Enterprise Solutions), *Tiziana Orsini* (Atrak), *Sergio Romanò* (Gruppo DPS), *Giuseppe Sarti* (Sediin), *Valeria Severini* (Freedata), *Giorgio Tagliagambe* (Elelco), *Piersergio Trapani* (Gruppo36), *Giuseppe Verrini* (Adobe Systems Italia), *Giuseppe Volta* (EID).

Assotemporary: il primo meeting in Unione



Giulio Di Sabato, presidente Assotemporary

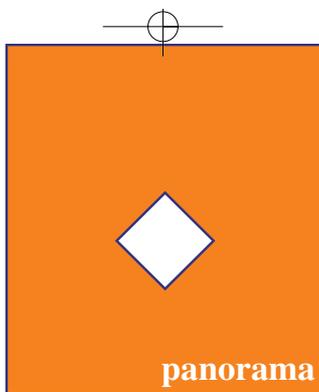
Si è svolto a Milano, presso la sede Unione del commercio, il 1° meeting nazionale di Assotemporary, l'Associazione del temporary shop, showroom ed event space nata nel giugno scorso. Oltre 40 gli operatori intervenuti (provenienti da varie città oltre Milano: come Verona, Parma e Torino) che hanno seguito la presentazione dell'Associazione e delle nuove formule commerciali, con le novità nel retail (dai pop up ai temporary shop).

Dopo l'introduzione del presidente Giulio di Sabato, si sono avuti gli interventi di Paolo Co-

mini e di Roberto Mari che hanno portato il contributo della loro esperienza sul campo, rispettivamente nell'ambito del temporary shop e del temporary showroom. A Massimo Costa, responsabile dell'Associazione, il compito di illustrare i servizi che Assotemporary è in grado di offrire ai propri associati: consulenza legale specializzata, visibilità a livello nazionale e internazionale e, soprattutto, consulenza tecnica gratuita (la possibilità di avere un quadro preciso di tutti gli elementi fondamentali per avviare un temporary shop).

Unioneinforma

novembre 2008



Il commercio può far crescere la sensibilità ecologica proponendo a tutti, e non solo a pochi, prodotti e comportamenti sostenibili. Come? Puntando sull'ecologia la distribuzione organizzata italiana può ridurre i costi, differenziarsi dalla concorrenza, fidelizzare il cliente, aprire nuovi business. Ed è già avvenuto: con i prodotti biologici, con le etichette sempre più informative e con l'attenzione alla provenienza delle merci. Questi sono i concetti base su cui si è basata l'installazione REfuture, presentata a Fieramilano nell'ambito della 23ª edizione di Franchising & Trade (di Fieramilano Expoct). REfuture è stata realizzata da Nemo Future Exploration Lab insieme a partner operativi quali Mc Cann Planet, Wincor Nixdorf, Sacea e Logotel, con il patrocinio del Ministero dell'Ambiente, di Regione Lombardia, Provincia di Milano e Comune di Milano.

A Franchising & Trade

REfuture: la sensibilità ecologica diventa business

Il cuore di REfuture è un negozio delle idee, uno spazio arredato come un punto vendita che non vende, ma regala stimoli e proposte.

Quattro i messaggi:

Riduci (REduce) l'impatto ecologico, gli imballaggi superflui, le climatizzazioni eccessive, il consumo energetico: in una parola gli sprechi e quindi i costi. Tra gli esempi citati l'iPhone 3G, venduto in un imballo totalmente biodegradabile, a partire dalla scatola esterna - di cartone rivestito - fino al vassoietto che lo sorregge, fatto di amido di patate).

Ricicla (REcycle) i prodotti che vendi, proponendoti al cliente come partner in una relazione che non si ferma alla vendita. Come ha fatto Nike con Nike Trash Talk, la prima scarpa da basket "da competizione": realizzata con gli scarti di lavorazione delle altre scarpe (sfrisi e ritagli di pelle sintetica e gomma formano la tomaia e la suola. Il packaging è in cartone riciclato).

Riusa (REuse) differenziati, inventando nuovi modi di utilizzare merci invendute o già utilizzate. Uno degli esempi proposti è Terracycle che realizza prodotti riutilizzando scarti di ogni tipo e dando così ai prodotti una seconda vita.

Rinnova (REnew) preferendo energie rinnovabili e differenziandosi in un settore affollato, facendo leva su claim ecologici.

Esempi: 'The solar difference' rivendica il sito www.solarroast.com, che propone una gamma di caffè tostati con l'utilizzo dell'energia solare. O il telefonino che si ricarica tendendo le braccia e muovendole con un ricaricatore fornito da Orange (legato intorno al braccio, trasformerà l'energia cinetica in corrente).

B.B.



Franchising e Wellness: ecco il bilancio

La 23ª edizione di Franchising & Trade e la 3ª edizione di Wellness Spa&Beauty Exhibition (manifestazioni organizzate da Fieramilano Expoct) hanno registrato rispettivamente oltre 10.000 visitatori professionali la prima e più di 20.000 la seconda.

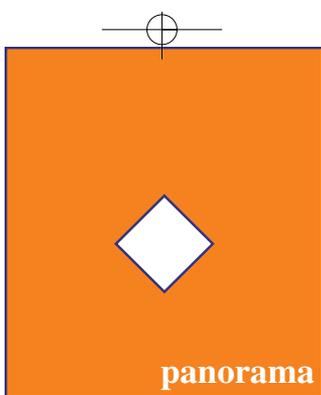
Una conferma, da un lato, - rilevano gli organizzatori - di come Franchising & Trade sia la manifestazione leader per il settore in Italia ed abbia un

ruolo internazionale di primaria importanza, forte della presenza di 247 catene di franchi-

sor, di cui ben 27 straniere e provenienti, tra gli altri, da Stati Uniti, Giappone, Spagna, Francia (ospitate in una superficie di 6.500 mq. netti). Dall'altro di come Wellness Spa&Beauty Exhibition si stia affermando come punto di riferimento per i settori benessere e bellezza con i suoi 280 espositori e il suo ricco programma di convegni.

Unioneinforma

novembre 2008



Magenta e il Forno Cooperativo Ambrosiano: cent'anni di efficienza e solidarietà

Cento anni di attività per il "Forno Cooperativo Ambrosiano" di Magenta. Il 27 dicembre 1908 Don Cesare Tragella (che edificò la Basilica di San Martino) ed altre 27 persone fondarono il Forno che oggi, rileva Luigi Garavaglia, presidente dell'Ascom magentina, è una realtà moderna ed efficiente che continua a svolgere la sua attività commerciale non dimenticando la solidarietà verso i più deboli. E Carlo Sangalli, presidente dell'Unione di Milano (e di Confcommercio) ha espresso a Paolo Bertoglio, presidente del "Forno Cooperativo Ambrosiano" complimenti vivissimi per aver sviluppato "con lungimiranza e coraggio, l'idea di Don Tragella che oggi è cresciuta diventando,

nel Magentino, una realtà economica qualificata ed efficiente al servizio di tutti ma che continua ad offrire, con generosità 'un pane ben cotto, mescolato a segale, saporito quanto basta' a chi nel mondo, ne ha davvero bisogno". Ringraziamenti anche, a nome del Papa, del Sostituto della Segreteria di Stato del Vaticano Fernando Filoni per il dono del "Forno Cooperativo Ambrosiano" a Benedetto XVI di un'opera e di pubblicazioni sulla storia civile e religiosa di Magenta.



Nelle foto: il "Forno Cooperativo Ambrosiano", il suo fondatore Don Cesare Tragella e l'opera serigrafica di Giovanni Sesia realizzata in occasione dei cent'anni dalla fondazione



"Happy hour e notte a Milano" Atto secondo

Seconda edizione per la guida "Happy hour e notte a Milano" che presenta un'ampia panoramica di locali milanesi "trendy" nei quali socializzare e trascorrere la serata in ambienti che nulla hanno da invidiare a New York, Londra o Parigi. Voluta dalla Camera di commercio di Milano e realizzata da Actl (Associazione per la cultura e il tempo libero) con la collaborazione di Epam (l'Associazione

milanese dei pubblici esercizi: alla presentazione della guida ha partecipato il vicepresidente vicario di Epam Alfredo Zini) e il patrocinio del Comune di Milano, la guida "Happy Hour e notte a Milano" presenta una rassegna di oltre 200 locali milanesi raggruppati secondo le principali zone in cui è suddivisa la città. Una panoramica territoriale degli esercizi del divertimento milanese selezionati

in base ad un disciplinare che, per alcuni di loro, è valso l'assegnazione del marchio di qualità dell'happy hour "Ospitalità italiana". La guida si rivolge tanto ai giovani milanesi, sempre impegnati nella ricerca dei locali di tendenza, quanto a tutti coloro che frequentano i luoghi del divertimento metropolitano durante soggiorni turistici o di lavoro. In vista di Expo 2015 potrà diventare elemento di distinzione per chi cerca esercizi di qualità.



Terza edizione del premio promosso dal Gruppo Terziario Donna Unione

“Donna Terziario” 2008 Le foto delle premiate

Terza edizione del Premio europeo “Donna Terziario” promossa dal Gruppo Terziario Donna dell’Unione di Milano con la collaborazione della Camera di commercio, il patrocinio di Regione Lombardia, Provincia di Milano e del Comune di Milano (e la sponsorizzazione di Emva, Ente Mutuo, Fidicomet e Pompea spa). Dopo aver pubblicato su Unioneinforma di ottobre –

pagina 13 – tutti i nomi delle premiate, ecco ora una “storia” fotografica dell’evento con i nomi e i volti di imprenditrici (e dirigenti) alle quali sono andati i riconoscimenti. Ricordiamo che sono stati assegnati premi a imprenditrici delle quattro regioni “motore” d’Europa (con Lombardia, Rhône Alpes, Catalogna e Baden Württemberg) ed a rappresentanti dell’imprendi-



Mariolina Moiola, assessore a Famiglia, scuola e politiche sociali del Comune di Milano



Alberto Mattioli, vicepresidente della Provincia di Milano

toria femminile del nostro territorio. Assegnate dal Gruppo Terziario Donna Unione anche due “menzioni speciali”.

(Le foto del premio Donna Terziario sono di Massimo Garriboli)

Il presidente di Asco Montnapoleone candidata dal Gruppo Terziario Donna Unione

Donna europea del commercio Parigi “incorona” Claudia Buccellati

Il 20 ottobre alla Camera di commercio di Parigi è stata “laureata” Claudia Buccellati (presidente dell’As-



sociazione commercianti di via Montnapoleone e candidata dal Gruppo Terziario Donna dell’Unione di Milano) Femme Commerce d’Europe. A Claudia Buccellati è stato conferito anche il premio speciale Nicolas Sarkozy (il capo di Stato francese) come riconoscimento dell’elevata professionalità nella sua attività e per l’impegno in campo sociale. In questa foto, da sinistra, il presidente del Gruppo Terziario Donna dell’Unione Maria Antonia Roscini, Claudia Buccellati, Simone Veil (primo presidente del Parlamento Europeo) e Paulette Laubie (presidente Cefec, Consiglio europeo donne imprese e commercio).

associazione commercianti di via Montnapoleone e candidata dal Gruppo Terziario Donna dell’Unione di Milano) Femme Commerce d’Europe. A Claudia Buccellati è stato conferito anche il premio speciale Nicolas Sarkozy (il capo di Stato francese) come riconoscimento dell’elevata professionalità nella sua attività e per l’impegno in campo sociale.

In questa foto, da sinistra, il presidente del Gruppo Terziario Donna dell’Unione Maria Antonia Roscini, Claudia Buccellati, Simone Veil (primo presidente del Parlamento Europeo) e Paulette Laubie (presidente Cefec, Consiglio europeo donne imprese e commercio).

Unioneinforma

novembre 2008



Nicole Bonnat
Rhône Alpes



Roser Bohera Farre
Catalogna



Silvia Männle (Baden Württemberg)
con **Pier Gianni Prosperini**, assessore
Giovani, sport, turismo e sicurezza
della Regione Lombardia



Lucia Cornalba Novazzi (Lombardia)
con il presidente Unione
e **Confcommercio Carlo Sangalli**



Antonia Baslini



Clara Brianza Galasso



Gisella Ceriello



Bruna Colleoni



Erica Corti



Luciana Motta



Maria Podavini



Daniela Bonzanini



Federica Villa con **Maria Antonia Rossini** (a sinistra) presidente
Gruppo Terziario Donna Unione

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
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
<http://www.edicom-mag.com>

Unioneinforma
novembre 2008



*In Unione – con Ascofoto -
mostra fotografica
di Sergio Benedetti*

Milano e il fascino antico degli Oh Bej! Oh Bej!

con la collaborazione di A-
scofoto – l'associazione dei
fotonegozianti - sulla Fiera
degli Oh Bej! Oh Bej! co-
m'era più di 30 anni fa. Foto
in bianco e nero che ci resti-

mostra in
Unione è
del poeta
e critico
Filippo
Ravizza.



Fino a dopo
l'Epifania (dal 10
novembre) nel sa-
lone al piano terra
dell'Unione di Mi-
lano (corso Vene-
zia 49) una mostra
fotografica di
Sergio Benedetti,



tuiscono il fascino di una tra-
dizione di Milano e dei suoi
mercati all'aperto ca-
ratteristici. Il triestino Sergio
Benedetti da cinquant'anni
si occupa di fotografia con
mostre e pubblicazioni. Il
testo d'introduzione alla

SEGNALIAMO CHE...

*"Dove trovi posto?" è la mostra (Spazio Maria
Calderara in via Lazzaretto) dell'artista **Angelo
Valentini**. Artista un po' speciale: Valentini, 58 anni
originario di Brescia, è un imprenditore commerciale
nel settore ittico (è consigliere di Assofood Milano).*



Unioneinforma
novembre 2008



**LATTE DELLA CENTRALE.
L'ORIGINALE.**
SOLO DA ALLEVAMENTI LOMBARDI.



Dove l'azienda tende la mano al suo dipendente
c'è sempre

EST

un mondo
di salute

A cura dell'ufficio comunicazione di Est



* Sono esclusi quadri e dirigenti



Fondo Est

assistenza sanitaria integrativa
commercio turismo servizi e settori affini

www.fondoest.it info contributi 06/518511 info prestazioni 06/510311