



informa Unione

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



L'INTERVISTA

RICCARDO DE CORATO
VICESINDACO DI MILANO
Lotta all'abusivismo:
i primi risultati

E la contraffazione "fattura" 7,5 miliardi



Assegnati i riconoscimenti

3° Premio
Europeo
Donna
Terziario



Via Spallanzani: bistecca da record

Asseprim: il "Galateo dell'azienda"



Distribuzione materiali edili:
il "Giubileo" Federcomated

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.fondouest.it info contributi 06/518511 info prestazioni 06/510311



sommario

ottobre 2008
n. 9 - anno 14

ATTUALITA'

MILANO E LA LOTTA
ALL'ABUSIVISMO:
INTERVISTA
AL VICESINDACO
RICCARDO DE CORATO

6

PARLIAMO DI...

"DONNA TERZIARIO"
2008: LE IMPRENDITRICI
PREMIATE

13

ASSOCIAZIONI

ASSEPRIM PRESENTA
IL "GALATEO
DELL'AZIENDA"

24

Unioneinforma è stato ultimato
il 3 ottobre.

Il commercio "racconta" Milano

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

al centro del giornale

Infrastrutture per essere competitivi Bisogna fare presto e bene

La recente inaugurazione dell'anno fieristico 2008-2009 mi ha consentito di approfondire quali possono essere le prospettive di sviluppo economico a partire proprio dal legame tra la fiera ed il territorio milanese (e lombardo) perché la fiera è un luogo ideale nel quale si manifesta l'economia e rappresenta un nodo cruciale per tutti gli elementi del sistema Milano. La fiera valorizza, infatti, il territorio, stimola la circolazione di ricchezza, favorisce l'apertura internazionale e crea nuove opportunità professionali. In essa si combinano economia e affari, turismo e cultura, identità ed innovazione, si incontrano i protagonisti dell'"economia reale".

Il nuovo polo fieristico ha generato una rinnovata fiducia nei confronti della città, grazie alla quale anche la sfida di Expo 2015 è un traguardo possibile e condiviso.

Oggi, a Milano e provincia, operano 280mila imprese attive, per l'85% si tratta di microimprese con meno di 10 addetti. Microimprese che costituiscono la forza del nostro mondo produttivo.

Voglio ricordare che, nonostante il difficile momento economico, reso ancora più incerto dalla pesantissima crisi che ha fatto vacillare i mercati finanziari, il tasso di crescita delle nostre imprese continua a salire. Milano vede crescere le esportazioni del 7%, soprattutto verso i mercati asiatici di Cina e India così come verso i Paesi del Golfo Persico, e le importazioni del 15%. Di queste 280mila imprese il 45% opera nel terziario, soprattutto nel settore dei servizi avanzati.

Le nostre imprese cercano e trovano nel quartiere fieristico una vetrina sul mondo, attraverso la quale è possibile interagire con i principali mercati internazionali, sostenere la sfida all'internazionalizzazione, poiché attraverso questo passaggio è possibile evidenziare la qualità e la competitività del Made in Italy.

Il mondo imprenditoriale impegnato a raccogliere la sfida della globalizzazione fa leva sulla fiera avvalendosi della sua potenzialità di grande infrastruttura del sistema economico italiano.

In questo senso, l'elemento infrastrutturale gioca un ruolo centrale: oggi essere concorrenziali significa, infatti, rendere competitivo il sistema territoriale in cui le imprese e le fiere sono insediate.

Ecco perché - come Camera di commercio - abbiamo insistito, insieme alle altre istituzioni locali, sul tema dell'accessibilità della fiera e quindi sulla dotazione infrastrutturale dedicata ai trasporti.

Ed è questa una priorità non più rinviabile, perché nella logica del mercato è necessario sostenere la nostra fiera rispetto ad una competizione degli altri poli fieristici internazionali sempre più agguerrita. Si tratta di un passaggio determinante soprattutto nella prospettiva del grande appuntamento del 2015 con l'Esposizione Universale.

Fare presto e bene, dunque, come ha saputo realizzare la Fiera che oggi è un luogo di eccellenza milanese e italiano, aperto alla globalizzazione e capace di confrontarsi con le imprese e i cittadini di tutto il mondo.

CARLO SANGALLI

Presidente dell'Unione di Milano





Convegno sulla contraffazione a Napoli

Un giro d'affari pari a 7,5 miliardi di euro (in aumento rispetto al 2007), di cui circa un quarto riguarda l'abbigliamento: la cifra è emersa al convegno "Contraffazione: analisi e proposte per la difesa di un mercato legale", organizzato a Napoli da Confcommercio e Federazione Moda Italia (in collaborazione con la Camera di commercio partenopea), iniziativa alla quale ha partecipato anche il ministro allo Sviluppo Economico Claudio Scajola.

Acquistare "illegale"?

Per i giovani non c'è niente di male

Una grave emergenza economica e di legalità, ma anche civile e culturale. Dall'indagine realizzata da Confcommercio con la collaborazione dell'Istituto Piepoli, si rileva come il 30% degli intervistati, soprattutto giovani tra i 18 e i 34 anni con un livello basso di istruzione, sia addirittura favorevole ad acquisti di prodotti contraffatti ritenendo di non far nulla di male (ma, in generale, il 68% degli intervistati è convinto che l'acquisto

A Napoli convegno Confcommercio e Federazione Moda Italia

La contraffazione "fattura" 7,5 miliardi di euro

di merce di marca non originale sia un danno per l'economia e alimenti la criminalità).

La crisi dei consumi, comunque, non risparmia neppure il mercato della contraffazione. Diminuisce, infatti, la propensione all'acquisto di prodotti contraffatti rispetto all'anno scorso: il 39% degli acquirenti di articoli contraffatti ha risposto che nel 2008 ha comprato meno rispetto al 2007. Il fatturato dei falsi, però, in Italia è in leggero aumento: appunto 7,5 miliardi di euro (contro i 7,2 del 2007). Motivo? Sono aumentati i prezzi a causa dell'inflazione importata.

Per abbigliamento, accessori e prodotti multimediali si spendono 3,2 miliardi; 1,4 miliardi per giocattoli e calzature; 2,9 miliardi in altri articoli. I prodotti più acquistati sono i capi di abbigliamento (35%), le borse (30%), cinture e occhiali (21%); e se le donne vengono attratte più degli uomini da magliette, camicie e jeans (il 40% contro il 29%), gli uomini privilegiano occhiali e scarpe (rispettivamente 23% e 17%). Le responsabilità della diffusione del fenomeno vengono attribuite ai produttori di

merce non originale (64%); il 74% degli italiani pensa che per combattere la contraffazione ci debbano essere più controlli da parte delle forze dell'ordine.

14 milioni di italiani comprano prodotti contraffatti

Ciò che "è maggiormente dannoso" ha rilevato il presidente di Confcommercio (e Unione) Carlo Sangalli - è la stretta interconnessione fra contraffazione e altri fenomeni, quali lo sfruttamento del lavoro nero, il rafforzamento

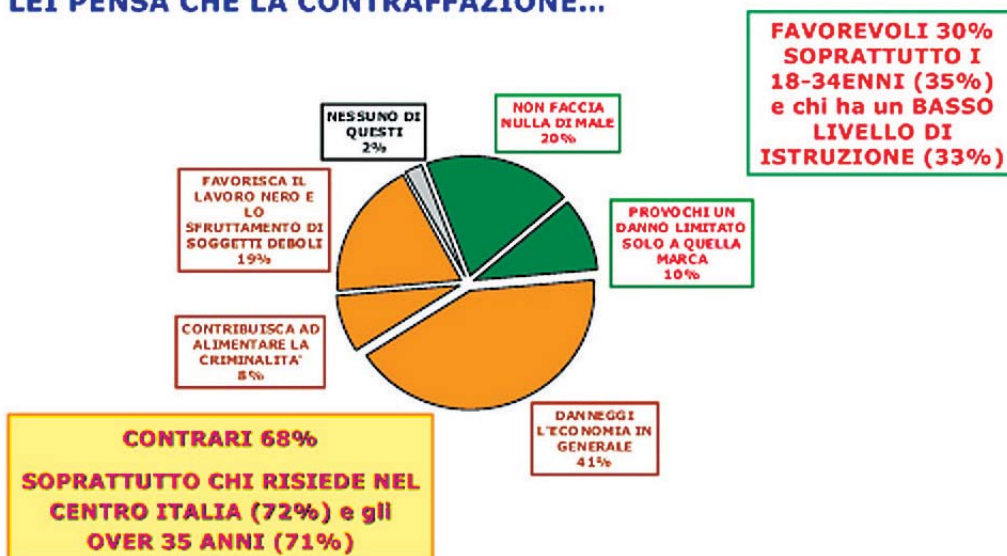


Napoli: Carlo Sangalli, presidente Confcommercio

della criminalità - diffusa ed organizzata - il proliferare dell'economia sommersa, l'alterazione delle regole della concorrenza, i rischi per la sicurezza e tutela dei consumatori, i mancati introiti per l'erario. ▶

SOCIO-CULTURA: VISIONE GENERALE DELLA CONTRAFFAZIONE

LEI PENSA CHE LA CONTRAFFAZIONE...



CONFCOMMERCIO-ISTITUTO PIEPOLI

Abbiamo tuttavia visto dai risultati della nostra ricerca che ben 14 milioni di italiani (quasi il 30% della popolazione) hanno comprato prodotti contraffatti negli ultimi due anni pur essendo consapevoli (per il 68%) che l'acquisto di merce di marca non originale abbia effetti negativi per l'economia, il mercato, la legalità, la salute".

"L'obiettivo allora, comune, condiviso fra istituzioni, forze dell'ordine, organizzazioni di produttori e della distribuzione, consumatori - ha proseguito Sangalli - deve essere quello di intervenire per difendere un mercato che sotto gli attacchi della illegalità rischia di indebolirsi

ulteriormente, travolgendo i consumatori e mettendo in ginocchio le imprese, soprattutto le pmi che già sono penalizzate, da una parte, dalla profonda crisi strutturale dei consumi e, dall'altra, da una pressione fiscale troppo elevata".



Napoli: Renato Borghi, presidente di Federazione Moda Italia

non è un problema dei prestigiosi brand del Made in Italy, né delle imprese di distribuzione come quelle da noi rap-

presentate nel settore abbigliamento, calzature, pelletteria e accessori che soffrono in modo pesante la concorrenza sleale, se così vogliamo chiamarla, del commercio abusivo; la contraffazione è un problema per il nostro Paese in termini di competitività".

"Stime recenti della Commissione Europea - ha detto Borghi - quotano a 350 miliardi il fatturato mondiale della contraffazione; stime di altre fonti lo quotano addirittura a 500 miliardi e il fatturato ha presentato una crescita negli ultimi 10 anni del 1500%. Il nostro Paese ha il triste primato di essere il primo in Europa nel consumo di prodotti contraffatti e al terzo posto nel mondo nella produzione: è il paese dell'Unione Europea

segue a pag. 5



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**

dove viene sequestrata la più ingente quantità di prodotti contraffatti, quasi il 22% del totale europeo; è insomma, assieme ai paesi dell'Est, la più grande porta d'ingresso del prodotto taroccato. Credo che al raggiungimento di questo non invidiabile primato abbia contribuito anche una gestione 'all'italiana' del fenomeno che deve cessare una volta per tutte".

Non "sottovalutare" il reato di contraffazione

"Si evidenzia - ha rilevato Borghi - una scarsa sensibilità della magistratura penale sia inquirente che giudicante, che è portata a considerare la contraffazione un reato 'minore' rendendo anche vano sia il lavoro egregio svolto dagli organi di polizia giudiziaria che quello degli avvocati difensori delle parti offese. E' un grave errore considerare minore un reato che è, invece, inquietante per le problematiche sottese collegate come i gruppi di criminalità organizzata, sfruttamento del lavoro, spesso minorile, o di extracomunitari irregolari, e la sicurezza e la salute dei cittadini. La distribuzione di prodotti contraffatti va aggredita ricorrendo a insistenti e ripetuti sequestri di merce: questo non solo per sottrarre all'immissione sul mercato quantità ingenti di prodotti contraffatti, ma perché vale per il commercio abusivo comunque ciò che accade nella distribuzione legale e cioè che l'aumento del costo del venduto riduce il margine e quindi la profittabilità".

Contraffazione...

segue da pag. 3

Ddl del Governo nella direzione giusta

"Debbo dire, con grande soddisfazione - ha detto Borghi - che nell'ambito della manovra finanziaria del 2009 il Consiglio dei Ministri ha varato un disegno di legge che introduce un sostanzioso pacchetto di norme improntate alle nostre richieste. Mi riferisco all'art. 473 c.p. che innalza

474-bis c.p. che prevede l'aggravante per le attività continuative organizzate e per gli ingenti quantitativi. Il disegno di legge introduce importanti nuove disposizioni che rendono obbligatorio il sequestro e, agevolando la confisca e la distruzione delle merci, consentono di risolvere il problema degli ingenti oneri legati ai costi. Viene mantenuta l'attuale consistente sanzione per chi commercia beni contraffatti chiarendo che la misura amministrativa non fa venir meno l'applicazione della normativa penale. Importantissima è l'attribuzione di competenze alle Direzioni distrettuali antimafia con potere quindi di indagine molto ampio. Viene infine razionalizzata la norma che introduceva la sanzione per il consumatore". Occorrono, nell'ambito delle procure della Repubblica, pool anti-contraffazione "la cui attività, sotto la direzione di pubblici ministeri esperti e con l'ausilio di personale di polizia giudiziaria, ha dato nel passato, per esempio a Milano - ha sostenuto Borghi - ottimi risultati".

HA DETTO

Nel primo semestre 2008 sono stati sequestrati 44 milioni di pezzi falsi di cui il 28% nel Lazio, il 19% in Campania e il 16% in Lombardia.

(Claudio Scajola, ministro allo Sviluppo Economico)

pena detentiva e pena pecuniaria per i reati di contraffazione, alterazione e uso illecito con analoga previsione di

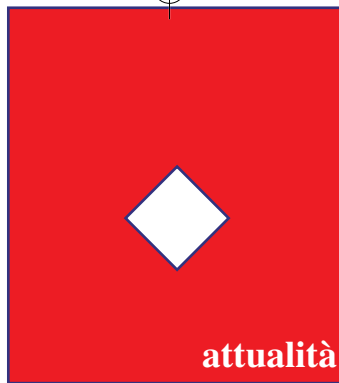


Napoli: il ministro Claudio Scajola e il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli

inasprimento per chi introduce nello Stato merci contraffatte. Mi riferisco al nuovo art.

Etichettatura di origine per tutelare il Made in Italy

"Per quanto riguarda la contraffazione importata - ha aggiunto Borghi - anche l'Unione Europea non può chiamarsi fuori dalle responsabilità: è l'unico continente dove non esiste obbligo di etichettatura di origine dei prodotti, uno strumento indispensabile per la tutela del Made in Italy".



Intervista al vicesindaco di Milano Riccardo De Corato

Contro l'abusivismo arrivano i primi risultati

Milano e l'emergenza abusivismo: dal "possiamo andare avanti così?" della copertina del nu-

mero di luglio agosto del giornale (con l'intervista a Giacomo Errico - presidente milanese e nazionale degli ambulanti, incaricato dal presidente Unione Carlo Sangalli di seguire i temi di abusivismo e contraffazione - e le prime notizie sulla task force interforze antiabusivismo) ad ora: con qualche risultato in più.

Ne parliamo con Riccardo De Corato, vicesindaco di Milano, che ha la delega - oltre che dei rapporti con il Consiglio comunale e dell'attuazione del programma - della sicurezza.

"Per l'attività di contrasto all'abusivismo - spiega - il Comune ha, nel capitolo di bilancio, 800.000 euro. Siamo stati parte attiva, assieme all'Unione del commercio, per definire con il prefetto l'avvio della task force antiabusivismo e per il suo funzionamento, con il sindaco Letizia Moratti, abbiamo messo a disposizione 300.000 euro (che servono per pagare gli straordinari necessari per l'impiego delle forze dell'ordine). L'operatività è stata immediata nei mercati individuati più a rischio: via Fauché, viale Papiniano,

L'impegno del Comune per l'attività delle squadre interforze nei mercati

piazzale Lagosta, via Benedetto Marcello. Doviamo dare un segnale forte a tutti gli operatori in regola e ai cittadini: lo stiamo dando".

De Corato, come avviene in termini operativi l'azione di contrasto all'abusivismo?

"L'Annonaria dispone di 80 uomini e una decina in borghese viene impiegata solo per fronteggiare l'abusivismo con i cosiddetti blitz sui mercati e negli assi commerciali. Quando ci sono le azioni di contrasto naturalmente vi è il concorso operativo, se necessario, di tutta la Polizia municipale. L'attività specifica dell'istituita task force interforze nei mercati prevede uomini di Polizia, Carabinieri e Guardia di Finanza alternati e 5-6 vigili della Polizia municipale. L'azione delle squadre interforze è efficace perché preventiva: arrivano sui mercati alla stessa ora degli ambulanti e impediscono agli abusivi di collocare la merce a terra occupando così spazio pubblico. Il controllo prosegue fino al tardo pomeriggio. Questo metodo sta funzionando e vi è una risposta positiva sia da parte degli ambulanti regolari sia da parte dei cittadini che facevano fatica a cammina-

re all'interno



del mercato".

Squadra interforze a parte, ci vorrebbero più uomini...

"La Polizia annonaria sta facendo un grande sforzo e c'è una richiesta del Consiglio comunale di potenziarla. Potenziandola, è ovvio che migliorerà l'attività contro l'abusivismo. A regime il Corpo dei vigili dovrebbe avere 6.000 uomini; ne ha la metà, 3.000".

Milano ha tanti mercati all'aperto e, anche per colpa dell'abusivismo, non mancano i problemi come quelli, ad esempio, legati alla pulizia. C'è la proposta di Apeca, l'Associazione degli ambulanti, per una loro autogestione. Cosa ne

Unioneinforma
ottobre 2008

pensa?

"Come vicesindaco credo che sia importante la proposta di autogestione dei mercati che viene dall'ambulantato. E' un'esperienza da cogliere e da mettere in pratica: con 12 mercati al giorno non siamo in grado di far fronte a tutte le necessità. Ben venga, perciò, che le associazioni di categoria se ne facciano carico. Credo che ci sia una convenienza reciproca".

Milano più sicura se si riappropria dei suoi spazi altrimenti a rischio come "terra di nessuno". Nel piazzale della Stazione Centrale torna, con Apoca-Unione e Comune, il mercato dei fiori.

"Sì, fiori, ma anche antiquariato e poi la fiera del cioccolato. Con il mercato piazza Duca d'Aosta diventa



Palazzo Marino e la lotta al commercio illegale

Ogni mese i vigili sequestrano all'incirca 20mila prodotti venduti abusivamente o contraffatti: soprattutto borse e cd.

Quest'anno è fortemente cresciuta l'attività di contrasto al commercio illegale. Ecco i dati. **2008:** da gennaio ad agosto 135 mila i prodotti confiscati con quasi 4.800 sequestri e 450 denunce.

2007: 100 mila prodotti confiscati con 4.000 sequestri

Il 22 giugno 2007 è stato firmato il protocollo d'intesa Comune-Siae per contrastare la vendita dei prodotti audiovisivi contraffatti.

più vivibile. Ci sono 120 milioni di persone che transitano dalla Stazione Centrale: creare attrattività è importante".

Contraffazione: costa in media ad ogni azienda (dato Camera di commercio) 4.200 euro all'anno. Come combatterla meglio?

"Facendo capire ai cittadini, anche con le

sanzioni, che si sbaglia a comprare contraffatto. La contraffazione è legata alla criminalità, i prodotti contraffatti viaggiano con la droga. Gli studi dicono, infatti, che la contraffazione segue gli stessi canali del narcotraffico e che il business della merce falsificata serve ad arricchire le casse delle mafie straniere. Ecco perché, per un efficace contrasto - ho presentato un disegno di legge in questo senso - è necessario incidere sul mercato colpendo anche chi compra".





Quattro obiettivi prioritari da perseguire: qualificare il sistema dell'istruzione allineandolo agli standard europei; "ripensare" la formazione superiore che oggi ancora soffre di un'impostazione legata a modelli "industriali" ormai superati; eliminare le barriere al sistema meritocratico che ingessano il mercato del lavoro; favorire politiche attive che supportino e accompagnino la nascita e il consolidamento di nuove imprese con un sistema di tutoraggio e di accompagnamento, anche con il coinvolgimento delle università.

Li ha indicati Paolo Galimberti, presidente dei Giovani imprenditori di Confcommercio (e del Gruppo giovani imprenditori dell'Unione di Milano) al primo Forum dei Giovani imprenditori Confcommercio

incentrato su "L'emergenza educativa" e svoltosi a Venezia (con la partecipazione, fra gli altri, del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli e dei ministri all'Istruzione, università e ricerca Mariastella

Gelmini, dello Sviluppo economico Claudio Scajola e della Gioventù Giorgia Meloni). In occasione del Forum (vedi anche *Unioneinforma* di settembre a pagina 9 n.d.r.) è stata realizzata da Confcommercio una ricerca su formazione, capitale umano, talenti e classe dirigente, meritocrazia e aspettative dei giovani (in collaborazione con Format ricerche di mercato, Istituto Piepoli e con gli esperti del mondo accademico Giorgio Casoni del Politecnico di Milano e Paolo Polidori dell'Università di Urbino). Nella pagina di fronte vengono riassunti i principali risultati dell'indagine. "Le valutazioni che abbiamo ascoltato - ha detto

Formazione impostata per un modello di mercato "industriale" ormai superato. Più istruzione fa bene al Prodotto interno lordo. Dall'indagine Confcommercio la richiesta di riconoscimento del merito, di agevolazioni per i giovani e sull'accesso al credito

Galimberti - fotografano un sistema scolastico che sembra progressivamente 'peggiore' - in termini di investimenti, di selezione, di performance degli studenti. E questo non possiamo permettercelo, non può per-

metterselo la nostra società, la nostra economia". Secondo le più accreditate stime econometriche, se l'Italia riuscisse ad innalzare di 3 anni gli anni medi di istruzione della popolazione, il tasso medio annuo di crescita del Pil potenziale, e quindi di quello effettivo, crescerebbe di quasi l'80%: "C'è una correlazione - ha detto Galimberti - fra quantità e qualità di istruzione da una parte e incremento del Pil dall'altra, e questo perché solo innalzando il livello di istruzione si possono incrementare le professionalità necessarie ad aumentare la produttività e, di conseguenza, favorire la cre-

Forum Giovani imprenditori Confcommercio a Venezia: una panoramica durante lo svolgimento dei lavori (in alto), l'intervento del ministro all'Istruzione, università e ricerca Mariastella Gelmini (a sinistra) e il presidente dei Giovani imprenditori Confcommercio Paolo Galimberti con il ministro della Gioventù Giorgia Meloni (a destra)

Unioneinforma
ottobre 2008



scita economica".
"Inutile ricordare – ha proseguito – che siamo entrati in un periodo di recessione. I consumi hanno registrato una flessione per il terzo trimestre consecutivo e la prospettiva di chiusura per il 2008 confermerà il trend attuale. Questo, di per

sé, già sarebbe un motivo sufficiente per occuparsi del problema educativo. Ma ci sono altri motivi, altrettanto validi, per farlo. Le ricerche e i sondaggi ci consegnano una fotografia in chiaroscuro di quella fetta di popolazione giovanile che ha avuto la possibilità di perfezionare il proprio ciclo di studi: speranze ed ottimismo, ma anche tanta preoccupazione e soprattutto una richiesta al governo per interventi ed azioni che favoriscano il merito e la capacità

di intraprendenze individuali. In una battuta mi verrebbe da dire 'fate largo ai bravi'".
Dall'indagine emerge "una debolezza strutturale del sistema nel suo complesso che di fatto non sembra favorire 'i migliori', con strumenti di selezione che vedono il ricorso a società specializzate solo nel 28% dei casi, una percentuale inferiore rispetto a chi preferisce utilizzare l'antico sistema del 'passaparola', ossia la 'segnalazione da parte di conoscenti'".



Venezia: da sinistra Paolo Galimberti (presidente Giovani imprenditori Confcommercio), il ministro allo sviluppo economico Claudio Scajola e il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli

Indagine: i risultati

Lavoro: meritocrazia o conoscenza? - Il sistema economico-sociale italiano erge barriere alla meritocrazia e questo è confermato anche da come sia ancora fortemente dominante il sistema della cooptazione; infatti, se il 91% dell'attuale classe dirigente in Italia afferma di utilizzare criteri di selezione meritocratici nella scelta dei propri collaboratori, c'è un'elevata percentuale (54%) che considera la meritocrazia come il fattore meno soddisfacente e il processo di selezione adottato resta quello della conoscenza diretta o della segnalazione da parte di conoscenti.

Laureati e qualità - Sul versante scolastico e universitario i percorsi didattici e formativi sembrano essere rivolti più verso un modello di mercato che non c'è più – quello manifatturiero – e che comunque è destinato ad assorbire una minore percentuale di laureati rispetto ai nostri partner europei; elemento, questo, che mette a nudo la debolezza del sistema universitario italiano, rispetto a quello di altri paesi, che "sforna" molti più laureati di quanto il mercato stesso riesca ad assorbire evidenziando la difficoltà del nostro sistema ad evolversi verso un'economia post-industriale. Il problema, quindi, sta nel giusto bilanciamento tra quantità (quanti anni studiamo) e qualità dell'istruzione (come studiamo) e questo è un punto fondamentale perché l'istruzione influenza in misura rilevante la crescita dei sistemi economici.

Carriera e rinunce - Una volta entrati nel mondo del lavoro, il fattore più importante risulta essere un lavoro interessante seguito dalla sicurezza del posto di lavoro, dalla possibilità di fare carriera e, infine, da un'alta remunerazione. Potrebbe essere un'illusione – vista la larga diffusione del sistema delle "raccomandazioni" – ma è positivo il fatto che ancora oggi quasi l'80% ritenga fondamentali, per entrare nel mondo del lavoro, la propria forza di carattere e determinazione, ma anche doti personali come creatività e scaltrezza, davanti a fattori come (in ordine di importanza): la conoscenza di una lingua straniera, le abilità e competenze tecniche personali, la qualità e il prestigio della propria formazione e, da ultime, le relazioni personali (ritenute importanti solo dal 45%). Ma quali sono le rinunce e i sacrifici che i giovani laureati sono disposti a fare in nome del lavoro cercato e desiderato? Spostarsi geograficamente, seppur per un breve periodo, ma anche rinviare matrimonio e figli. Un certo pessimismo emerge,

Giovani: i vari "gradi" di ottimismo - Focalizzando l'analisi sui giovani iscritti agli ultimi due anni di università, emerge un generale ottimismo per quanto riguarda le aspettative di inserimento nel mondo del lavoro entro un anno dal conseguimento della laurea (la pensa così oltre il 67% del campione) che si riduce a poco meno del 54% per coloro i quali ritengono che svolgeranno la professione desiderata e addirittura al 40% per chi ritiene che il lavoro che svolgerà entro un anno dalla laurea gli consentirà di fare carriera. Aspettative che, in tutti e tre i casi, sono appannaggio soprattutto degli uomini e di chi si laurea nelle regioni del Nord-Ovest. Per quanto riguarda il tipo di lavoro desiderato, terminata la laurea, la maggior parte dei giovani (60%) è attratta dalla sicurezza e dalla stabilità del posto fisso (in particolare donne e residenti nelle regioni del Nord-Est, del Centro e del Sud) rispetto a chi (40%) è orientato ad un lavoro autonomo (preferito soprattutto da uomini e residenti nel Nord-Ovest).



poi, dai giudizi sul contesto politico e sociale: quasi i 2/3 del campione, infatti, non crede che l'azione di governo possa avere risvolti positivi con riferimento al tipo di lavoro desiderato e il 61% nutre scarsa fiducia sul fatto che vivere e studiare in Italia possa favorire i progetti di vita e di lavoro dei giovani; ecco allora che tra le richieste al governo dei giovani laureandi o neolaureati troviamo ai primi posti il riconoscimento del merito sia in ambito universitario che nel lavoro (73,5%), agevolazioni per i giovani che intendono farsi una famiglia e avere dei figli (70%), maggiore facilità per l'accesso al credito per pagare il mutuo o gli studi (67%).

Unioneinforma
ottobre 2008

Il punto in un seminario della Camera di commercio

A Milano "litigare" costa alle imprese 100 milioni di euro La migliore prevenzione: i codici di autodisciplina

Le imprese milanesi spendono per "litigare" oltre cento milioni di euro all'anno: sono più di 56 mila gli scontri in tribunale, con una media di circa duemila euro di spese generali per la giustizia. A cui si aggiungono perdite e mancati pagamenti per gli affari andati a male. Emerge da

un'elaborazione della Camera di commercio di Milano su dati Istat e Ministero della Giustizia (2006).

Per riconoscere ed evitare pratiche commerciali scorrette che possono danneggiare consumatori e imprese, prima di giungere alla lite, ci sono i codici di autodisciplina, realiz-



Milano: il Palazzo Affari ai Giureconsulti

zati dal mondo associazionistico in collaborazione con la Camera di commercio di Milano. I settori: edile e immobiliare, moda, elettrico ed elettronico, agenzie di viaggio, servizi linguistici e alle imprese. I codici sono disponibili sul sito internet www.mi.camcom.it. L'Ente camerale milanese ha organizzato a Palazzo Affari ai Giureconsulti il seminario "I codici di condotta e la nuova normativa sulle pratiche commerciali scorrette": un codice di autodisciplina rappresenta un "atto di responsabilità sociale" dell'impresa nei confronti dei suoi interlocutori ed ha la funzione di legittimare l'autonomia e il modo di stare sul mercato.

Codici e associazioni

Tra i codici di autodisciplina predisposti fino ad oggi dal Servizio regolazione del mercato della Camera di commercio di Milano vi sono quelli promossi dalle associazioni che aderiscono al sistema Unione-Confcommercio: *Ancra* (Associazione nazionale commercianti radio televisione ed elettrodomestici dischi ed affini) ed *Andec* (Associazione Nazionale distributori elettronica civile): codice di autodisciplina per l'applicazione del d.lgs. 2.2.2002 n. 24 nel settore elettrico, elettrotecnico ed elettronico; *Apiis* (Associazione milanese imprenditori impianti sportivi: codice di autodisciplina dei servizi fitness e salute); *Asseprim* (Associazione nazionale servizi professionali alle imprese: codice deontologico); *Assomoda Italia* (Associazione italiana agenti e rappresentanti della moda: codice deontologico dell'agente moda); *Federlingue Milano* (centri di traduzione ed interpretariato: codice deontologico della qualità dei servizi linguistici); *Fiavet Lombardia* (progetto autodisciplina); *Fimaa Milano* (agenti d'affari in mediazione: codice di autodisciplina).



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
ottobre 2008

Ristorazione propositiva per Expo 2015

A Milano, presso il Centro convegni Palazzo delle Stelline, si è svolta la due giorni di "Ristorazione 2008" promossa da Ristorando (vedi *Unioneinforma* di luglio/agosto a pagina 14 n.d.r.).



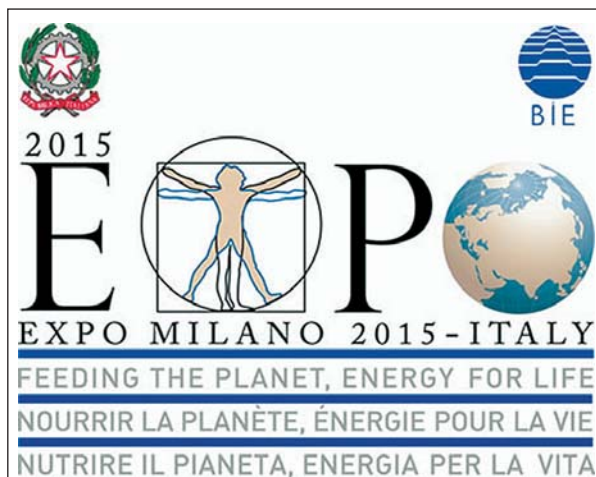
Lino Stoppani,
presidente Fipe ed Epam

Tema di apertura della manifestazione "Il contributo della ristorazione al successo dell'Expo". Il filo conduttore scelto per Expo 2015 – l'alimen-

tazione - tradotto nello slogan "Nutrire il Pianeta" – ha detto Lino Stoppani, presidente di Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) ed

Epam (l'Associazione milanese di categoria) servirà a migliorare l'approccio al cibo e all'utilizzo delle risorse naturali, intervenendo sulle tante anomalie oggi presenti, in termini di sprechi, di inquinamento, di speculazioni, di contraffazioni e comunque di un disequilibrato utilizzo di queste risorse. Stoppani ha dichiarato la disponibilità dei pubblici esercizi ad essere parte in causa nei temi che Expo 2015 potrà approfondire: da quelli educativi/formativi del consumatore; alla tipicità e territorialità nell'utilizzo delle materie prime; all'importanza dell'innovazione e della tecnologia per migliorare le caratteristiche nutritive dei prodotti, la loro conservazio-

ne, la loro manipolazione; all'attenzione sugli aspetti igienico-sanitari. Ed anche a temi più generali come la fame e la malnutrizione dell'infanzia o la "banalizzazione del cibo" che porta – ha affermato Stoppani – "alla dequalificazione dell'offerta, dove è tutto è considerato in funzione del prezzo, da stressare, senza considerazione ai valori della qualità e del servizio, che porta ai problemi ben conosciuti dalle aziende della ristorazione collettiva".



"Il rimpallo fra i ministeri sull'aumento del valore dei buoni

Fipe: ticket esentasse fino a 10 euro

pasto non è un buon segnale rispetto a un'iniziativa concreta di aiuto e sostegno al potere d'acquisto dei lavoratori". E' quanto ha commentato Edi Sommariva, direttore generale Fipe, nel corso del convegno "Ristorazione 2008". La proposta di innalzare il valore esentasse dei ticket da 5,29 a 10 euro era stata formulata dal ministero dello Sviluppo economico, secondo il quale la copertura arriverebbe dal Fondo pro-consumatori nel quale confluiscono le multe dell'Antitrust

(fino a esaurimento delle disponibilità). La misura, da formalizzare come emendamento al ddl sullo sviluppo in discussione alla Camera, dopo il vaglio del ministero dell'Economia è ritornata al ministero dello Sviluppo economico.

"Ci dispiacerebbe se in questo scaricabarile – ha spiegato Sommariva – ne facessero le spese i consumatori. Oltre a un aumento della defiscalizzazione, è necessario recuperare il valore effettivo dei coupon a tutela dei diritti dei lavoratori".



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.

parliamo di...

I riconoscimenti alla manifestazione promossa e organizzata dal Gruppo Terziario Donna dell'Unione

"Donna terziario" 2008 Le imprenditrici premiate

Nicole Bonnat (Rhône Alpes – Francia); Bohera Farre Roser (Catalogna – Spagna); Lucia Cornalba Novazzi (Lombardia); Silvia Männle (Baden Württemberg – Germania). Sono le imprenditrici delle quattro regioni "motore d'Europa" distinte per il loro impegno professionale, alle quali è assegnato il riconoscimento del premio "Donna Terziario" 2008, la manifestazione promossa e organizzata dal Gruppo Terziario Donna dell'Unione di Milano in collaborazione

con Promo.Ter Unione e Camera di commercio milanese e con il patrocinio di Regione Lombardia, Provincia e Comune di Milano. Sponsor: Enva, Ente Mutuo, Fidicomet, Pompea (vedi *Unione Informa* di settembre a pagina 21 n.d.r.). Dal Gruppo Terziario Donna dell'Unione vengono assegnati, inoltre, riconoscimenti a imprenditrici del nostro territorio: Antonia Baslini (Treviglio, commercio chimico); Clara Brianza Galasso (Milano, casalinghi); Gisella Ceriello (Monza,

pulitintolavanderie); Bruna Colleoni (Milano, dettaglio alimentare); Erica Corti (Milano, servizi alle imprese); Luciana Motta (Milano, onoranze funebri); Maria Podavini (Vimercate, tecnici ortopedici).

Infine due menzioni speciali "Premio Gruppo Terziario Donna": Daniela Bonzanini (Cologno Monzese) e Federica Villa (Milano).

In questa pagina i profili delle imprenditrici premiate per le quattro regioni "motore d'Europa". **B.B.**

Nicole Bonnat (Rhône Alpes – Francia):
innovazione nella tradizione

Già insignita dei titoli di "Cavaliere dell'Ordine Nazionale del Merito" e di "Signora del Commercio" per aver contribuito a promuovere la cultura e il gusto francese attraverso il cioccolato, Nicole Bonnat ha saputo valorizzare la qualità della già rinomata azienda di cioccolato del marito Raymond grazie alla specializzazione completata in Svizzera ed Inghilterra (dopo aver terminato i suoi studi di scuola alberghiera). L'azienda di famiglia oggi conta più di 30 dipendenti e produce prelibatezze con un sapiente mix d'innovazione d'ingredienti nel solco della tradizionale lavorazione del cioccolato. Nicole Bonnat, "inviata speciale" del gusto transalpino, esporta oggi i prodotti dell'azienda in Europa, Usa, Giappone ed anche in Nuova Zelanda.

Bohera Farre Roser (Catalogna – Spagna):
impresa e attenzione sociale

Maggiore di cinque fratelli, Bohera Farre Roser si distingue per le sue capacità organizzative riuscendo a coniugare impegni lavorativi, sociali e familiari senza trascurarne alcuno. Lavora assieme al marito con il quale, dal 1980, ha avviato una fiorente società di importazione e distribuzione di prodotti per imballaggio. A partire dal 1998 intraprendono – sempre insieme – un'attività di compravendita ed arredamento di immobili. E' fortemente impegnata nel sociale partecipando attivamente ad iniziative finalizzate alla formazione ed al reinserimento dei bambini abbandonati.



Lucia Cornalba Novazzi (Lombardia):
idea imprenditoriale nel momento giusto

Sposata e madre di tre figli, inizia la sua attività, con la madre, nella gestione dell'Albergo ristorante a Lodi Vecchio. Dopo aver lavorato come responsabile commerciale presso l'albergo Radisson di Lodi, nel 1998, insieme a marito e figli, apre un negozio specializzato in articoli per giardinaggio, mangimi per animali, fitofarmaci e arredo giardino. Un'idea imprenditoriale efficace perché in quel momento copre una parte di mercato ancora libera, ed oggi il negozio ha una vasta clientela di privati, comuni, aziende, società sportive (è concessionario esclusivo di marchi come Honda power equipment, Stihl, Wolf Garten, Mignini). Lucia Cornalba Novazzi è attiva anche nell'attività associativa e, con i suoi familiari, contribuisce da sempre a sostenere economicamente alcune associazioni sportive, culturali e religiose. Invia aiuti anche

Silvia Männle (Baden Württemberg – Germania): il richiamo delle origini

Abita e lavora a Durbach, grazioso centro vinicolo. Dopo essersi occupata a lungo di organizzazione e produzione nel settore radio televisivo tedesco (ha svolto anche, ad alto livello, attività giornalistica ed ha organizzato mostre artistiche e festival di musiche popolari), nel 2001 entra nell'azienda agricola della sua famiglia: ora ne è comproprietaria. Un'azienda che appartiene alla famiglia Männle fin dal 1785 distinguendosi per la produzione di vini di elevata qualità (460 le medaglie d'oro conquistate). Parallelamente all'attività vinicola – sono dodicesimi fra i cento migliori produttori tedeschi – nel 1964 venne aperto anche il primo agriturismo. Quest'attività è stata ampliata dieci anni dopo con la costruzione di quattro case per agriturismo a 4 stelle. I soggiorni presso la casa vinicola Männle vengono arricchiti con corsi di degustazione e conoscenza dei vini.

Unioneinforma
ottobre 2008



**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.

Fortura Giocattoli a Milano



Maria Teresa Dalavecuras con il padre Evangelo nella sede di via Olmetto (anni Sessanta)

Enrica Fortura, prima da destra, il marito Evangelo Dalavecuras, Giuseppe Gargantini - rappresentante di giocattoli - e altri due commercianti alla fiera di Norimberga (1950 ca.)



Sul finire del XIX secolo, quando Enrico Fortura partì dalla Ciociaria per stabilirsi nella cittadina di Hannover e impiantarvi una fabbrica di palloncini gonfiabili, probabilmente non immaginava di aver cominciato una storia che, attraversato il Novecento, impegna oggi la quarta generazione di giocattolai.

Nei locali di via Pietrasanta, a Milano, incontriamo la nipote di Enrico - attuale presidente di Fortura giocattoli - Maria Teresa Dalavecuras. Insieme a lei, i figli Martina e Paolo Scaccabarozzi. Prima di cominciare il colloquio, ci consentiamo una visita nei grandi locali utilizzati per la vendita all'ingrosso ed agli ambulanti che, come vedremo, hanno sempre rappresentato una quota importante dell'attività.

Il filo della memoria riporta dunque ad Hannover, dove la fabbrica di palloncini dovette svilupparsi con successo, se allo scoppio del

primo conflitto mondiale - quando Enrico Fortura decise di rientrare in Italia stabilendosi a Chiavari - erano già attive almeno tre filiali: Francoforte, Altona (hinterland di Amburgo) e Milano, in piazza della Vetra al numero 16. Fortura aveva infatti coinvolto alcuni fratelli e sviluppato una rete di vendita tra Germania e Italia.

La speranza che la guerra terminasse rapidamente si rivelò, come tanto spesso accade, infondata. Mentre Enrico, sua moglie Maria Teresa Di Placido e sette degli otto figli attendevano in Italia, la fabbrica tedesca - lasciata in gestione ai collaboratori - andò distrutta. La giovane Enrica, ottava e ultima figlia, e futura madre della nostra testimone, era rimasta in Germania più a lungo degli altri, ma dovette rientrare nel 1917. La famiglia al completo si trasferì a Milano un anno dopo e Fortura - dapprima aprendo una sede in via Piatti, poi in via Olmetto 17 - continuò a trattare palloncini: non più fabbricandoli, ma vendendoli all'ingrosso insieme ad altri giocattoli, tra fiere e sagre. Alla scomparsa del fondatore, nel 1933, Enrica - l'unica tra i figli ad averlo incoraggiato a ricominciare l'attività - dovette prenderne il posto alla guida del negozio. Poco dopo, nel 1934, sposò Evangelo Dalavecuras, importatore in Grecia di prodotti italiani. Dapprima cliente dell'impresa, poi socio dal 1934, Dalavecuras aveva assistito Enrica dopo la morte del padre. Una cartolina

Milano-Hannover del luglio 1933, indirizzata da Evangelo all'allora fidanzata, da un lato testimonia la perdurante attività della fabbrica tedesca, evidentemente ricostruita dopo la prima guerra; dall'altro permette di riscoprire il logo originale dell'impresa: un bambino a bordo di un grande pallone aerostatico sul quale campeggiano le iniziali del fondatore. Il timbro ci informa che in quegli anni l'attività di importazione ed esportazione di Fortura riguardava "Specialità giocattoli di gomma ed in genere.

Mercerie - chincaglierie". E grazie ad un altro documento conservato dagli eredi, intestato Ufficio provinciale dell'economia corporativa - Registro delle ditte (12 settembre 1934), possiamo conoscere altri particolari sull'impresa: la Enrico Fortura di E. Fortura & C., iscritta al numero 219271 del registro, è considerata società di fatto (così avveniva per le imprese precedentemente non registrate, quando alla scomparsa del fondatore i familiari proseguivano l'attività). Nel ruolo di socio, come abbiamo anticipato sopra, il documento indica Evangelo Dalavecuras, futuro padre della nostra interlocutrice.

I ricordi diretti di Maria Teresa Dalavecuras - nata nel 1940 -



Cartolina postale della ditta Enrico Fortura inviata da Evangelo Dalavecuras alla fidanzata Enrica ("Ketty") Fortura nella sede di Hannover, nel 1933. Sulla sinistra, il logo dell'impresa

Volantino Fortura del 1914. Enrico aveva coinvolto alcuni fratelli nell'attività di commercio dei palloncini gonfiabili tra Germania e Italia. Qui troviamo indicate le sedi di Francoforte, Milano e Altona



cominciano col secondo conflitto mondiale quando, ancora una volta, la famiglia è costretta a sfollare da Milano verso Merone Ponte Nuovo, (Como), in un fienile adibito a negozio. Al posto del fieno, i giocattoli. Gli scambi con Milano proseguono, come testimoniato anche da una lettera datata ottobre 1944 dell'ufficio acquisti Upim-Rinascente. Dopo la Liberazione, il ritorno definitivo a Milano nel 1946. Maria Teresa, bambina, è inevitabilmente attratta dai giocattoli. Ricorda in particolare una bambola "intoccabile" (perché, diceva sempre il padre Evangelo, "Questi non sono giocattoli; sono campioni") che ritroviamo raffigurata in un affascinante catalogo illustrato di quegli anni, anch'esso vissuto avventurosamente e "restituito" ai nostri testimoni da un anziano cliente che lo aveva conservato per mezzo secolo.

Oltre alle bambole il catalogo offriva bilance a due piatti, macchine per cucire, carte da gioco, una serie di automobili di latta affiancate da un "motoscafo a reazione", cavallini e un'ampia gamma di maschere in cartapesta. Enrica ed Evangelo erano assistiti da Gino Corsini, che Maria Teresa ricorda nei panni di contabile e scrittore: "Scriveva lettere bellissime. Infatti ogni tanto si scontrava con mio padre, il quale era esattamente il contrario e gli diceva: 'Ma signor Gino! Questo non è un poema! Lei deve convincere il cliente!'". Al loro fianco lavorava anche Virginia Fortura, zia di Maria Teresa, che restò in negozio fino ai primi anni Settanta.

Risale al 1955 il trasferimento definitivo a pochi metri di distanza, nell'attuale negozio di via Olmetto numero 10. La dimestichezza di Evangelo con l'attività di importazione portò ad aprire, negli anni successivi, un canale con il Giappone, e Maria Teresa (che nel frattempo aveva trascorso un lungo periodo in Inghilterra e si era diplomata) fu incaricata di redigere la corrispondenza in inglese: "I tempi erano biblici, perché tu scrivevi oggi e ti rispondevano dopo quindici giorni; insomma, passavano dei mesi". Si importavano giocattoli, ma anche collane, tagliaunghie e simili accessori. Naturalmente Evangelo rimaneva in contatto con la Grecia, scambiando merci, ma anche assistendo un amico greco nell'impiantare una fabbrica di bambole. Dall'Italia furono spediti stampi, macchine "arricciatrici" per i capelli, occhi per le bambole, tessuti per i vestitini.

Sebbene Maria Teresa abbia dunque assistito i genitori fin da ragazza, le sue responsabilità nella gestione dell'impresa crebbero a partire dal 1970, quando la madre Enrica non se la sentì più di restare in negozio e anche l'anziana zia Virginia, che fin dal periodo della guerra aveva dato una mano, dovette smettere. Per la nostra interlocutrice furono anche gli anni del matrimonio e dei figli: Martina, nata nel 1973, e Paolo, nel 1975. L'assistenza nella gestione dell'attività era garantita da Luisa Soma, entrata in negozio nel 1968 come contabile ("Mi ricordo che la assunsi io - ci dice Maria Teresa - perché volevo un tocco di gioventù"), la cui preziosa collaborazione con Fortura giunge oggi al quarantesimo anno. In alcuni frangenti si aggiunsero allo staff anche un magazziniere (Antonio Magnifico, che ritroveremo a breve nel racconto) ed un autista.

Se fino al dopoguerra i prodotti qualitativamente migliori erano i giocattoli tedeschi e gli oggetti a molla - in particolare di marca Schuco - progressivamente la clientela di via Olmetto si differenziò: da un lato gli ambulanti, a lungo prevalenti, che cercavano articoli senza molte pretese; dall'altro gli acquirenti al dettaglio, desiderosi di acquistare i nuovi giocattoli giapponesi, capaci di imporsi sul mercato anche per la rivoluzionaria introduzione delle batterie. Si delineò insomma, nell'arco degli anni Settanta, una distinzione piuttosto netta in termini di gusti, esigenze, prezzi, che si dimostrò difficile far convivere nella medesima sede. A ciò si aggiunse un mutamento di atmosfera percepito dai nostri testimoni: via Olmetto aveva assunto un profilo elegante e cominciava a mal tollerare l'andirivieni dei camion degli acquirenti all'ingrosso (allora ben differenti dagli agili furgoncini odierni). Si profilava insieme un problema logistico e di opportunità che portò alla ricerca di una sede da dedicare specificamente all'attività di grossisti, lasciando in via Olmetto il dettaglio. La scelta, compiuta nel 1980, cadde su via Pietrasanta e coincise con l'inizio di un mutamento complessivo nel mercato del giocattolo: al prodotto giapponese cominciava a sostituirsi il concorrenziale oggetto cinese, molto inferiore in termini

Il commercio “racconta” Milano

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



Una pagina del catalogo della Ditta Enrico Fortura (anni Quaranta)

qualitativi, ma assolutamente più economico. Una fase ancora in corso, dato che la quasi totalità del mercato globale in questo settore è dominata dalla Cina; persino il giocattolo di legno (una nicchia curata con molta attenzione da Fortura), tedesco per tradizione o comunque nord-europeo, vede oggi l'ingresso della produzione cinese. Secondo i nostri testimoni questi segnali, assieme ad un leggero miglioramento degli standard qualitativi dettato dalla più stringente normativa in materia, testimoniano di una forte adattabilità e flessibilità dell'imprenditoria cinese, che rapidamente coglie i mutamenti ed è in grado di interpretarli.

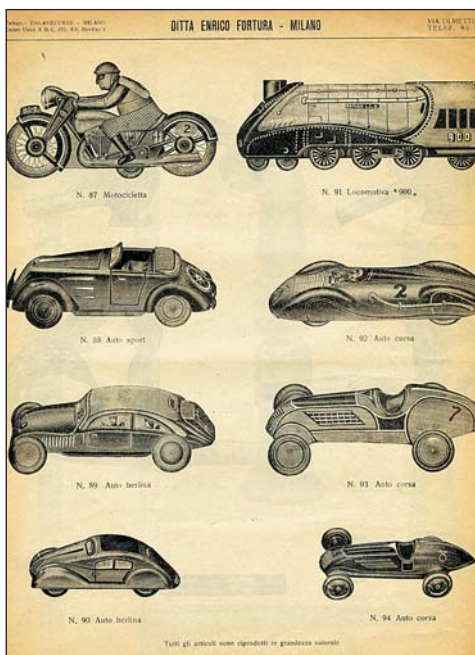
Le nuove tendenze del mercato sono analizzate soprattutto da Paolo Scaccabarozzi, il primo tra i figli di Maria Teresa ad entrare nell'impresa. Conclusi gli studi superiori, dopo un breve periodo in Svizzera Paolo si affianca ad Antonio Magnifico in magazzino e comincia ad apprendere l'arte dell'assortimento, dell'esposizione e della vendita, divenendo nel tempo il responsabile acquisti e il più attento nel cogliere le sfumature tra un articolo e l'altro, anche grazie alle visite presso la Fiera internazionale del giocattolo di Norimberga – giunta nel 2007 alla cinquantottesima edizione – ed alle sale campionarie italiane (in Emilia, a Genova, in Veneto). Come spesso accade, non si è trattato di un ingresso “morbido” nell'attività di famiglia, e Paolo sottolinea come il suo graduale innamoramento per il prodotto ed il mestiere debba molto al trasferimento di competenze e di passione da parte di Antonio Magnifico (la cui esperienza con Fortura si è conclusa alcuni anni fa).

Martina Scaccabarozzi ha scelto di entrare nell'impresa nel marzo 2008, dopo un'esperienza di sei anni a Londra come assistente al direttore commerciale del “Guardian”. In seguito alla laurea in scienze politiche (quando entra in contatto con l'Inghilterra grazie al progetto Erasmus), Martina vorrebbe impegnarsi presso agenzie internazionali o corporation del mondo anglosassone, di cui apprezza organizzazione ed efficienza. Per un anno impiegata in un gruppo americano con sede a Milano, comincia nel 2002 la lunga esperienza presso il noto giornale inglese, maturando col tempo il desiderio di un'assunzione diretta di responsabilità e riconsiderando in quest'ottica l'impresa di famiglia, inizialmente ritenuta poco stimolante. A Londra Martina ha osservato lo strapotere delle catene commerciali in franchising; per evitare che questo accada anche in Italia, dove una simile tendenza è già percepibile, dovrebbero intervenire le istituzioni associative ed i comuni, stimolando gli attori del commercio al dettaglio ad entrare in relazione tra loro ed aiutandoli a sentirsi meno isolati nel mercato. A tal fine potrebbero organizzarsi iniziative mirate: ad esempio, per quel che riguarda i giocattolai, favorendo giornate di confronto tra le imprese, o momenti di condivisione e analisi. In tal modo – ci dice Martina – anche chi, come Fortura, è da sempre iscritto all'Unione e all'associazione di categoria, troverebbe un maggiore stimolo per il protagonismo associativo. Del resto la criticità del settore è dimostrata dalla situazione del mercato italiano e milanese, che ha visto dimezzarsi i giocattolai e rafforzarsi notevolmente le posizioni di grossi attori, ad esempio Giochi Preziosi tramite la catena Toys Center. Integrando importazione, produzione, vendita all'ingrosso e investimento pubblicitario, questi gruppi mostrano una forte capacità di orientare i consumi, influenzando le preferenze non solo degli adulti che acquistano, ma soprattutto dei bambini (Maria Teresa Dalavecureas la definisce “creazione di una mentalità del giocattolo”).

“Sarebbe quindi importante – proseguono i nostri testimoni - che Unione del Commercio e Assogiocattoli utilizzassero le giornate di confronto per stimolare e divulgare la cultura di una selezione personalizzata dei giocattoli da parte del commerciante, con l'intento di favorire l'utente finale (il bambino), la cui creatività è oggi ‘vittima’ delle strategie pubblicitarie. Quest'ultimo dovrebbe poter trovare nel suo negozio preferito alternative che lo interessino e lo stimolino al di là degli articoli reclamizzati. Insomma, una sorta di ‘biodiversità’ del giocattolo, concetto applicato alle scienze naturali per salvaguardare le risorse del pianeta Terra”.

Spesso le zone di produzione dei giocattoli più pubblicizzati sono le medesime da cui provengono i prodotti per l'ambulante; articoli che, del resto, nello stile si adeguano ai più ricercati. Di fatto, però, si tratta di due ambiti separati, come differenti sono i prezzi e i centri distributivi. Ciò è esemplificato anche dalla divisione merceologica delle due sedi di Fortura: in via Pietrasanta il materiale per la vendita all'ingrosso ed agli ambulanti, oltre ai prodotti non “di marca”, ad alcuni articoli di nicchia come i giocattoli in legno e alle forniture per le scuole; in via Olmetto i giocattoli per la vendita al dettaglio, sia quelli ispirati alle ten-

Una pagina del catalogo della Ditta Enrico Fortura (anni Quaranta)





Il commercio “racconta” Milano

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



Da sinistra: Maria Teresa Dalavecuras insieme ai figli Paolo e Martina Scaccabarozzi, nella sede di via Pietrasanta (2008)

Uno scorcio dell'attuale sede per il commercio all'ingrosso in via Pietrasanta (2008)



denze recenti sia i più tradizionali e selezionati (“un assortimento rivolto alla clientela esigente del centro di Milano, e prodotti a volte introvabili nelle catene distributive”, ci spiega Maria Teresa. Per scelta, come altri giocattolai, Fortura non tratta videogame).

Per l'approvvigionamento Fortura collabora con JouéClub, un importante gruppo d'acquisto francese (attivo dal 1950 con più di 350 affiliati) cui la nostra imprenditrice ha scelto di aderire nel 2006, come capofila italiana. A convincerla è stato il fatto che, a rotazione, tutti i proprietari dei negozi vanno a comprare la merce; si tratta quindi di un vero “gruppo” di acquisto, mentre la sua impressione è che in Italia strutture analoghe si adeguino sostanzialmente alla volontà di singoli importatori forti.

L'impresa (Fortura srl dal 1980, cui si affianca Fortura giocattoli srl nel 1997) è testimone non solo delle trasformazioni avvenute nel centro di Milano, ma anche di quelle, più recenti, intorno a via Pietrasanta. Nel 1980 vi era localizzato

uno scalo ferroviario, e accanto al negozio all'ingrosso dei nostri giocattolai insistevano numerosi magazzini alimentari, trasportatori (mentre gli stabilimenti Om erano già dismessi e abbandonati) e la distilleria Orbat: i dintorni erano vivi e affascinanti. Tranne un negozio di prodotti sardi, tutti gli altri sono scomparsi in questi anni. Si è costruito molto e i processi di valorizzazione immobiliare hanno portato i loft ed il vertiginoso aumento dei prezzi, il che complica anche la permanenza di Fortura. Come osservano i nostri testimoni, il costo degli affitti per gli immobili di cui è proprietaria la fondazione Gaslini è incompatibile con i modesti margini del commercio dei giocattoli.

L'impressione dei nostri interlocutori è che la zona sia destinata ad assumere un profilo centrato sulla moda, la comunicazione e gli eventi (Magazzini Generali, Gucci, Tiscali) più che sul commercio al dettaglio, del resto già oggi drasticamente ridimensionato. Maria Teresa e i figli – che abbiamo visto essere la quarta generazione, intenzionata a proseguire la storia dell'impresa – non si scoraggiano. Martina stessa spiega che probabilmente un giovane, senza una base di partenza paragonabile alla loro, forti del passaparola e della tradizione di via Olmetto (riconosciuta dalla Regione “Bottega Storica”), non investirebbe oggi nel settore giocattoli, dove la concorrenza è forte e strutturata. L'impresa non ha comunque conosciuto grandi variazioni nell'andamento economico, fatta salva una contrazione del periodo in cui si realizza il grosso del fatturato ai soli novembre e dicembre (mentre Enrica diceva sempre, negli anni Sessanta, che i mesi di forte attività erano tre, a partire da ottobre).

In sintesi, alla conoscenza del prodotto Fortura ha unito alcune innovazioni organizzative – l'adesione al gruppo di acquisto francese, l'orario continuato in via Pietrasanta per venire incontro alle esigenze degli ambulanti, la comunicazione web – e promette di introdurre altre, magari “importate” dall'esperienza inglese di Martina.

A colloquio concluso sfogliamo le pagine del catalogo conservato per tanti anni dall'anziano cliente. Pensando a quanti bambini abbiano passato i loro pomeriggi accanto alla “Locomotiva 900” o alla “Scimmia di latta arrampicante”, davvero non è difficile comprendere la passione dei nostri testimoni per l'impresa che dirigono.

Francesco Samorè
(con la collaborazione
di Andrea Strambio de Castillia)

Valore aggiunto per le imprese associate

Sul sito Unione la rassegna stampa Istruzioni per l'uso

Per le imprese associate un'opportunità in più: l'accesso alla rassegna stampa attraverso il sito internet dell'Unione di Milano. La rassegna stampa Unione (realizzata con il supporto della società Selfpress) può costituire, infatti, uno strumento quotidiano utile per le imprese.

Consultare la rassegna stampa è semplice e i pochi

- 2) Appare una schermata con la richiesta di login e password: digitare, per entrambe le voci, "unione" (in minuscolo, senza virgolette)

2

Accesso area riservata

Login

Password

Gli associati al sistema Unione interessati a consultare la rassegna stampa possono richiedere login e password alla propria associazione o telefonando allo 027750222



e cliccare su ok.

- 3) Si entra nell'indice della rassegna

FEDERAZIONI E ASSOCIAZIONI NAZIONALI				
☐	Corsera	Ve 30/09/2005	10	Monza, scatta l'emergenza casa (Alloggi vuoti e presi in sal).
☒	Corsera	Ve 30/09/2005	6	Patto Comune-privati, via al marchio Milano. 3
☐	Il Giornale	Ve 30/09/2005	41	Marchio cercasi per Milano.
☐	Il Mondo	Ve 07/10/2005	28	Giovani Confindustria. La prossima sfida Berlusconi-Casini? Nell'arena di Colaninno junior.
☐	Il Mondo	Ve 07/10/2005	18	Giulio Secondo sotto la lente di Luca.
☐	IlGiornoMilano	Ve 30/09/2005	4	Milano come New York. In arrivo il "marchio".
☐	PrealpinaMilano	Ve 30/09/2005	13	Milano cerca il suo simbolo.
☐	UnioneInforma	Ve 30/09/2005	28	Fimaa Milano: sulle nuove costruzioni tutelare il compratore ma senza "pesare" sul mercato immobiliare.
ASCOM				
☐	IlGiornoLegnano	Ve 30/09/2005	11	L'affido cambia strada Insegnera' un mestiere.
SISTEMA CAMERALE				
☐	Sole 24 Ore	Ve 30/09/2005	18	Unioncamere: per il caro-greggio inflazione al 2,5%.
COMMERCIO E DISTRIBUZIONE				
☐	Sole 24 Ore	Ve 30/09/2005	21	Gnutti' apre in Puglia l'outlet della moda.

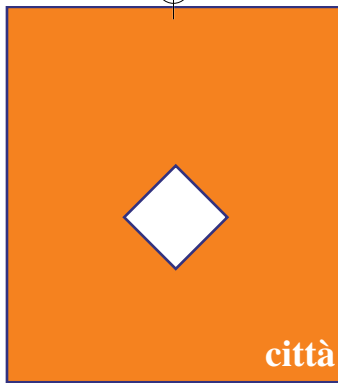
gna stampa: in alto, in un apposito menu a tendina - qualora occorresse ricercare articoli di giornate precedenti - è possibile modificare la data. Nell'immagine si riporta l'esempio di un articolo selezionato. Cliccare sul titolo per accedere all'articolo.

- 4) L'articolo è visibile in formato pdf: si può stampare e salvare sul proprio pc.

passaggi vengono spiegati in questa pagina attraverso le immagini.

- 1) Accedere al sito internet dell'Unione collegandosi alla pagina: www.unione-milano.it/home. Cliccare, sulla destra (sotto: in evidenza) su: rassegna stampa.





Bistecca più grande del mondo: in via Spallanzani nuovo record con 24,80 metri quadrati



Battuto il record precedente: la bistecca più grande del mondo è ora dei maestri macellai milanesi con 24,80 metri quadrati. La nuova bistecca da Guinness è stata realizzata nella 4ª edizione, in via Spallanzani, di "Butchers for children", il "Percorso dei macellai tra tradizione, artigianato e innovazione". Per preparare la bistecca si è utilizzato un bovino adulto piemontese di 8 quintali (comprato e offerto da Scotbeef Itat).

La manifestazione di via Spallanzani e piazza Santa Francesca Romana è stata organizzata a Milano da Ascospallanzani con Unione e Promo.Ter, l'Associazione macellai con i maestri macellai degli "Amici dell'arte della carne", la collaborazione dell'Associazione panificatori, del Sindacato detta-

**Quarta edizione
di "Butchers for children",
il "Percorso dei macellai
fra tradizione artigianato
e innovazione" con
Ascospallanzani, Unione,
Promo.Ter, l'Associazione
macellai e la collaborazione
di Sindacato
dettaglianti ortofrutta,
Associazione panificatori
ed Epam (pubblici esercizi)**

glianti ortofrutta (presenti con appositi stand di prodotti) e di Epam (Associazione milanese pubblici esercizi - con gli chef di ristoranti milanesi di prestigio che hanno collaborato con i macellai), il patrocinio e sostegno del Comune di Milano (Assessorato alle Attività produttive) e del Consiglio di Zona 3. Al "taglio del nastro" della manifestazione è intervenuto il vicesindaco Riccardo De Corato. Coinvolti a "Butchers for children" 150 macellai, provenienti da Lombardia, Friuli, Veneto, Lazio, Umbria (anche dall'Inghilterra) che nei 55 stand hanno messo a disposizione le preparazioni tipiche della loro tradizione. Degustazioni per il

pubblico (possibili con la consegna di un braccialetto) a fronte di un'offerta minima di 8 euro (bambini fino a 10 anni gratis). Il ricavato sarà interamente devoluto alla "Fondazione De Marchi" che si occupa del sostegno alla ricerca sulle emopatie e i tumori dell'infanzia. A chi ha fatto l'offerta è stato donato un calice di vetro, con relativa custodia, utilizzabile per la degustazione dei vini. Presente in piazza Santa Francesca Romana la fondazione "Un Cuore per Milano" che per l'occasione ha effettuato un check up gratuito con personale medico specializzato. Tra gli sponsor della manifestazione di via Spallanzani i forni Rational e le Cantine di vini Custoza.



Macellai "in erba"

I bambini presenti alla festa di via Spallanzani sono stati serviti da macellai "in erba": i ragazzi, vestiti di tutto punto con grembiule e cappellino, hanno aiutato i propri coetanei dopo aver imparato a manipolare e conoscere le proprietà della carne. I "piccoli" che hanno partecipato alla manifestazione hanno inoltre potuto fare disegni a tema; il migliore sarà giudicato e premiato da Giorgio Forattini e utilizzato come locandina della manifestazione del prossimo anno.



(foto Santa Santacesaria)

Unioneinforma
ottobre 2008

Bene MilanoVendeModa ma si guarda a un futuro più integrato delle fiere di settore

Circa 7.000 i compratori che hanno visitato MilanoVendeModa, il salo-

ne del prêt-à-porter femminile per la prossima estate 2009 svoltosi a Fieramilanocity ed organizzato da Fiera Milano Expects (partecipata dall'Unione di Milano). E' stato registrato un lieve calo tra i buyer europei, compensato, però, dall'aumento di compratori provenienti dall'Est Europa. Elevata anche la qualità del prodotto esposto - rilevano gli organizzatori - grazie ad un'attenta selezione all'ingresso.

Bene i nomi nuovi in The Street, con un + 35% di espositori rispetto alla passata edizione e di grande interesse le collezioni in Container, spazio sperimentale destinato a ripetersi, dedicato ai lavori degli studenti delle scuole di moda lombarde.

"Il fine primario della manifestazione non deve più tradursi nel mero business di chi la organizza - ha commentato Corrado Peraboni amministratore delegato di Fiera Milano Expects - ma nel sostegno all'intero comparto.

**Circa 7.000 i buyer
all'edizione di settembre:
aumentano i compratori
dall'Est Europa**

Nonostante il momento difficile del nostro settore, le manifestazioni di

Milano registrano una sostanziale tenuta, ma ciò non è più sufficiente. Il lancio del marchio 'Made in Milano' è stato il primo importante passo verso la creazione di un sistema fieristico della moda integrato, ma le aziende ci chiedono di andare oltre e di pensare ad un colpo d'ala che può essere rappresentato solo da un progetto condiviso da tutti gli organizzatori che operano a Milano. In questo senso il gruppo Fiera Milano è pronto a fare la sua parte in coerenza con il ruolo di piattaforma di business che ha scelto di darsi anche con riferimento al sistema moda.

Continuare a pensare a strategie di sviluppo non coordinate a livello almeno milanese non aiuterà certo le imprese del Made in Italy a superare le difficoltà dell'attuale momento di mercato".

L'esempio da seguire - per Fiera Milano Expects - è quello di Milano Unica, la fiera che



ha riunito, sotto un unico cappello ed in un unico luogo, le cinque principali manifestazioni tessili e che, fin dalla prima edizione, ha fatto registrare un incremento tangibile del giro d'affari dell'intero settore.

B.B.



MATERA A MILANO ALL'INSEGNA DEL GUSTO - Una trentina di imprenditori commerciali milanesi dell'agroalimentare coordinati da Assofood (il polo del dettaglio alimentare Unione) prende parte al workshop promosso allo Iat di piazza del Duomo a Milano con una selezione di aziende di prodotti alimentari di eccellenza della provincia di Matera. L'iniziativa è denominata "Matera una provincia da gustare". In una selezione di punti vendita del dettaglio alimentare milanesi sarà poi possibile trovare i prodotti presentati in occasione del workshop.

Commercio materiali per l'edilizia L'8 novembre il Giubileo Federcomated

Giubileo per i 25 anni di Federcomated (la Federazione nazionale dei rivenditori di materiali edili) sabato 8 novembre a Milano a Palazzo Mezzanotte (piazza degli Affari 6 a partire dalle 16). In apertura dei lavori del Giubileo (patrocinato da Confcommercio) è previsto l'intervento del presidente confederale (e dell'Unione) Carlo Sangalli e sono stati invitati esponenti delle istituzioni pubbliche governative (il ministro allo Sviluppo Economico Claudio Scajola) e locali (il presidente della Regione Lom-

A Milano, a Palazzo Mezzanotte. Presentazione della ricerca su "Economia dei servizi di distribuzione"

bardia Roberto Formigoni, il presidente della Provincia di Milano Filippo Penati; l'assessore alle Infrastrutture e lavori pubblici del Comune di Milano Bruno Simini) unitamente al presidente di Ufemat Géraud Spire (Ufemat è l'organismo europeo che riunisce le federazioni nazionali dei distributori di materiali per l'edilizia). Dopo la relazione introduttiva di Giuseppe Freri, presidente Federcomated (ed Ascomed Milano) verrà illustrata dal professor Edoardo Sabbadin (Università di Parma) la ricerca



Palazzo Mezzanotte, dove è in programma il Giubileo Federcomated

sull' "Economia dei servizi di distribuzione". Il successivo dibattito pubblico sarà coordinato dal segretario generale di Federcomated Mario Verduci e commentato dai professori Alberto Pastore (Università La Sapienza di Roma) e Sandro Castaldo (Università Bocconi). Cocktail, cena di gala e concerto del jazzista Mario Rosini concluderanno il Giubileo Federcomated (main sponsor Holcim e Mapel; sponsor: Basf, Fornace Laterizi Trezzo, Industrie Pica; sostenitori: Fantini Scianatico, Fibrotubi Alubel, Knauf, SanMarco).



**CONSULENTI SPECIALIZZATI
al SERVIZIO delle IMPRESE**

ALBERGO vicinanze MELZO, avviamento consolidato, compreso immobile, 8 camere, reception, bar, parcheggi privati. Possibilità ulteriori 5 camere.



Su strade principali provincia MI Est Vendonsi capannoni da 300 a 7000 mq con uffici e cortili.



FAINI PER L'IMPRESA: Via Verdi, 1 - Melzo (Mi)

Tel: 02 95712622 - Fax: 02 95711686

e-mail: impresa@faini.it

www.faini.it

Freri (presidente Federcomated): risalto ai valori dell'associazionismo

"Il Giubileo - spiega il presidente di Federcomated Giuseppe Freri - è un grande evento la cui finalità, a 25 anni dalla fondazione della Federazione, è quella di dare visibilità e risalto ai valori dell'associazionismo delle imprese della distribuzione edile rinsaldando i vincoli, nella moderna economia di mercato, fra i produttori che operano nella filiera. Il Giubileo vuol essere l'occasione per il rilancio e lo sviluppo dell'associazionismo, elemento attorno al quale ruotano le attività di Federcomated. Traceremo un bilancio, ma affronteremo anche tematiche e argomenti nuovi come quello della certificazione energetica".



Presentato da Assintel il Report 2008
(realizzato con Nextvalue)

Informativa e innovazione: si può fare di più

Il mercato dell'Information technology italiano nel 2008 conferma il trend di crescita in atto da un triennio, con un complessivo +2% e un fatturato vicino ai 22

milioni di euro. Il valore è in controtendenza rispetto ai segnali di incertezza economica, ma resta inferiore alla media europea (+3,9%): persistono condizioni strutturali ancora non risolte, che penalizzano il nostro sistema nel suo complesso. Questo, in estrema sintesi, è ciò

Il Report "fotografa" una crescita moderata, trainata dal comparto software. Seguono hardware e servizi It. Continua il ritardo rispetto all'Europa. Giorgio Rapari, presidente Assintel: mancano programmi a sostegno delle infrastrutture

che emerge dall'Assintel Report 2008 (anticipazioni sono state date su *Unioneinforma* di settembre a pagina 28 n.d.r.), la ricerca annuale sul mercato del software e servizi

in Italia che Assintel, l'Associazione nazionale delle imprese Ict, ha commissionato a Nextvalue, società di managing consulting e di ricerca di mercato applicata.

"Rintracciare le ragioni di questo ritardo significa renderci conto che il nostro Paese sconta l'assenza di una vera



Giorgio Rapari

politica della crescita - ha detto Giorgio Rapari, presidente di Assintel - il nostro sistema imprenditoriale ha una mentalità arretrata rispetto agli amici europei? Non è così. E' arretrato il sistema infrastrutturale entro il quale operiamo, è arretrato - e forse assente - un vero programma di sviluppo che supporti l'aggregazione virtuosa fra imprese, permettendo di superare il disvalore della frammentazione e della ridotta dimensione aziendale".

Il Report Assintel in pillole

Dati generali. Nel triennio 2006-2008 si è consolidato il trend positivo di crescita, che si conferma ora con un +2% complessivo, per un fatturato di 21.855 milioni di euro. La spesa per il software conta per 4.210 milioni di euro e cresce del 3,8% (rispetto al 3,4% dello scorso anno e al +2,6% del 2006). Si conferma anche la lenta ripresa del mercato dei servizi It, che rimane in valore assoluto quello più consistente (10.010 milioni di euro) e che segna una crescita dell'1,6% (era dell'1,5% lo scorso anno e +0,6% nel 2006). In leggera frenata la crescita dell'hardware: +1,7% (la percentuale torna ai valori del 2004), con un volume di 7.635 milioni di euro. Le grandi imprese coprono il 54% del mercato It ed i loro investimenti crescono nel 2008 dell'1,8%. Le medie imprese coprono il 24% del mercato con un tasso di crescita del 2%. Le micro e piccole aziende coprono solo il 16% dell'intero mercato It e i loro investimenti tecnologici crescono dello 0,9% (microimprese) e dell'1,4% (piccole imprese).

Notizie positive dal settore consumer. Il consumatore italiano mantiene una buona propensione all'acquisto high-tech segnando un +8,3% rispetto allo scorso anno, che costituisce il 5,6% dell'intera spesa It complessiva.

Servizi It. Ripresa del mercato dei servizi It, che rimane in valore assoluto quello più consistente (10.010 milioni di euro) e che segna una crescita dell'1,6% (era +1,5% lo scorso anno). Le migliori performance sono relative ai servizi di consulenza (+3,5%), all'application management (+3,5%) e ai servizi di system integration (+2,3%). I fattori negativi restano un clima più incerto per i servizi commodity, una generale depressione delle tariffe professionali e le difficoltà dei servizi di formazione (-0,3%).

Domanda di software e servizi. Il 75,2% dei responsabili delle imprese utenti intervistate per il Report pone al vertice delle proprie priorità l'ottimizzazione dei costi, con un trend addirittura in crescita rispetto all'anno scorso (67,7%). Questo è il dato più significativo che emerge dalle interviste condotte su un panel di 500 aziende utenti (che rappresenta l'universo medio dei clienti business di informatica), effettuate nel periodo maggio-giugno 2008 e rivolte ai responsabili It. Non ci sono variazioni di budget. E' confermato buono il livello di soddisfazione relativo al proprio fornitore Ict abituale: è pari a 7,6, in una scala da 1 a 10 (lo scorso anno era 7,2).

Segmenti di mercato. Le banche continuano ad essere il maggior spender It, con una spesa di 4.965 milioni di euro e un tasso di crescita del 2,7% sull'anno precedente. Al secondo posto l'industria, con 4.566 milioni di euro e una crescita sostanzialmente identica allo scorso anno (+1,5%). Fra i primi posti, per volume, anche telecomunicazioni e media con 2.585 milioni di euro (+0,9%) e commercio/gdo/servizi, con 2.452 milioni di euro (+1,5%). Continua invece la stagnazione nella Pubblica amministrazione centrale, con 1.660 milioni di euro e una crescita bassa (+0,5%).

Software. Il comparto software evidenzia la crescita maggiore, confermando un trend che dura ormai da 4 anni e raggiungendo nel 2008 un valore di 4.210 milioni di Euro (+3,8%). Ne sono interessate tutte le componenti.

Hardware. In frenata rispetto allo scorso anno, ma comunque positivo (+1,7%) l'hardware. E' trainato dalla vendita di personal computer che da sola costituisce il 57% del comparto.

Unioneinforma
ottobre 2008



Un "Galateo dell'azienda" (sottotitolo: "Guida alla valorizzazione del capitale umano"): è la pubblicazione realizzata da Asseprim, l'Associazione dei servizi professionali alle imprese, che viene presentata in Unione in una modalità non "tradizionale": attraverso una performance di Andrea Brambilla, conosciuto dal grande pubblico come "Zuzzurro". Il "Galateo dell'azienda" è stato "il frutto di un lavoro

In Unione presentazione con Zuzzurro

Da Asseprim il "Galateo dell'azienda"

appassionato di un gruppo di esperti (Gruppo piano operativo etica Asseprim n.d.r.)" spiega il presidente di Asseprim Umberto Bellini. Ma perché il "Galateo" con le indicazioni

Indicazioni comportamentali sui rapporti impresa-collaboratori. Pubblicazione in 1.500 copie liberamente distribuibile e riproducibile

comportamentali sui rapporti fra azienda e collaboratori quando già ci sono strumenti come leggi, contratti, statuti e codici deontologici? "Asseprim - risponde Bellini - è un'associazione di imprenditori dalla quale aderiscono imprese che, nel loro complesso, annoverano decine di migliaia di dipendenti e questo ci ha dato la convinzione che si dovesse porre

una doverosa attenzione ai rapporti fra le parti approfondendo proprio l'atteggiamento etico dell'imprenditore che è per noi, innanzitutto, un modo di essere e di agire con-

cretamente nella quotidianità. Quei piccoli gesti quotidiani che traducono in pratica i grandi principi teorici. Ed è anche - da qui il nome 'Galateo' - una questione di stile perché noi crediamo che le buone maniere influenzino positivamente l'accettazione delle regole". Il "Galateo dell'azienda" affronta in modo rapido e leggibile - per ogni questione ►

Il 27 a Milano in Unione

Con Federsalute il "Forum sanità"

Promosso da Federsalute-Confindustria (con il supporto organizzativo Unione e Confindustria Lombardia) il 27 ottobre si svolge all'Unione di Milano - corso Venezia 49, sala Commercio, dalle 9.15 - il "Forum Sanità" con un indirizzo di saluto del presidente di Confindustria Carlo Sangalli e le sessioni di lavoro introdotte e coordinate da Giuseppe Scrofina (presidente di Federsalute). Al Forum - che affronterà nu-

merose tematiche legate ai fondi e all'assistenza sanitaria e protesica - è prevista la partecipazione di esponenti di numerose regioni ed è attesa la presenza, fra gli altri, di Ferruccio Fazio, sottosegretario al Lavoro, salute e politiche sociali; Antonio Tomassini (presidente della Commissione igiene e sanità del Senato) e degli



Giuseppe Scrofina,
presidente Federsalute

assessori Giulio Boscagli (Regione Lombardia: Famiglia e solidarietà sociale) e Mariolina Moioli (Comune di Milano: Famiglia, scuola e politiche sociali).



c'è un breve decalogo seguito da una domanda ed una risposta di pratica comportamentale – quattro



Umberto Bellini,
presidente Asseprim

grandi filoni: i principi etici nei quali si riconoscono le imprese associate (ricordiamo che Asseprim, vedi a pagina 11, è fra le associazioni del sistema Unione-Concommer-

cio con un proprio codice deontologico); i rapporti delle imprese con il proprio personale; i rapporti dei collaboratori con l'impresa e fra di loro; i rapporti del personale con i terzi.

In questa pagina, corredate delle vignette – pubblicate sul "Galateo" – di Gaia Malberti, riportiamo alcuni esempi tratti dalla pubblicazione stampata in 1.500 copie e che Asseprim (per informazioni 027750426) rende liberamente utilizzabile e riproducibile.

Protezione della salute e sicurezza

L'Impresa garantisce ai propri collaboratori un ambiente di lavoro salubre ed adotta tutte le misure necessarie a garantire la loro sicurezza, nel pieno rispetto sia di quanto prescritto dalle normative, sia della dignità individuale di ciascuno.

La violenza (che si manifesti in atti, in minacce, atteggiamenti, gesti, parole o simboli), da chiunque perpetrata, è assolutamente bandita dalla sfera aziendale – senza eccezioni di alcun tipo – quale manifestazione contraria alla civile convivenza ed all'interesse dell'Impresa, che ha come assunto irrinunciabile la piena sicurezza del proprio personale.



D – Se la tensione tra due dipendenti dovesse sfociare, all'interno degli spazi aziendali, in una lite con aggressioni e minacce, è corretto che l'Impresa si astenga dall'intervenire?

R – No, se l'Impresa viene portata a conoscenza di avvenute violenze fisiche e/o verbali, è opportuno che intervenga con l'adozione di misure disciplinari, in conformità a quanto previsto dalle norme applicabili alla situazione.

Pari opportunità

L'Impresa riconosce la effettiva parità in azienda tra donne e uomini e si impegna a non attuare alcun tipo di discriminazione in ordine a possibilità di carriera, ruolo, retribuzione, mansioni.



D – È giusto prendere in considerazione indifferentemente uomini e donne per l'affidamento di ruoli determinanti in azienda?

R – Non soltanto è giusto, ma è anche un previsto obbligo di legge.



Momentanee sospensioni del lavoro

Eventuali momenti di sospensione dell'attività, all'interno dell'orario lavorativo (incluse eventuali conversazioni private con il proprio telefono portatile privato), devono essere ragionevolmente contenuti e limitati a brevissime pause, non essendo tollerabile che si trasformino in occasioni di relax o di intermezzo salottiero.

D – Si può cogliere l'occasione di una momentanea sospensione pausa di lavoro, dovuta a

necessità personali, per occuparsi di una questione privata?

R – Occorre comunque tenere presente che - effettive necessità a parte - non è consentito e non è in ogni caso corretto impiegare il tempo lavorativo per dedicarsi ad altro.

D – Se un collega ha dimenticato di spegnere il computer, ci si può introdurre nei suoi file per guardare cosa ha scritto o quali "siti" ha visitato, ovvero leggere la posta da lui ricevuta?

R – No, ciò rappresenta sempre e comunque un illecito, a prescindere dal modo in cui si attua la violazione.

Riservatezza

Ciascun Collaboratore ha una propria sfera privata che esige in ogni circostanza la massima tutela. A parte la previsione costituzionale che concerne l'inviolabilità della corrispondenza privata, nessuno deve mai permettersi intrusioni

non autorizzate in altrui atti, documenti, siti, archivi, caselle vocali nonché comunicazioni telefoniche, informatiche o di altra natura.



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:

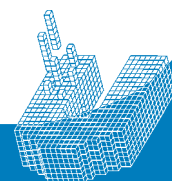
SALARI E STIPENDI
COMPENSI COLLABORATORI COORDINATI E CONTINUATIVI
TABULATI VARI PER LA GESTIONE DEL PERSONALE
MODELLI 770
MODELLI CUD
TRATTAMENTO DI FINE RAPPORTO
IRPEF
CONTRIBUTI INPS
AUTOLIQUIDAZIONE PREMI INAIL
RIEPILOGO CONTABILE
COSTO DEL LAVORO
IRAP
TRASMISSIONE TELEMATICA
PREMI INAIL PER SOCI 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



Intervista a Gianluigi Mazzolari, presidente dell'Associazione cerai d'Italia

Candela? Sicura e certificata



La candela: prodotto sicuro" è il titolo di un seminario organizzato nella sede Unione in corso Venezia dall'Associazione cerai d'Italia (Assocera) - che all'Unione aderisce. Incontro incentrato sulla presentazione delle tre norme

tecniche per la certificazione di sicurezza elaborate in sede europea e pubblicate in Italia come norme Uni En 15493, Uni En 15494 e Uni En 15426 nonché sulle implicazioni, per il settore, del decreto legge di attuazione del regolamento Reach. A illustrarci i risultati del seminario è il presidente di Assocera, Gianluigi Mazzolari.

Perché un convegno sulla "candela prodotto sicuro"?

"Il nostro obiettivo come associazione è promuovere la candela di qualità. E la sicurezza del prodotto che immettiamo sul mercato è senz'altro il punto di partenza imprescindibile della qualità. Sempre più i produttori italiani di candele si adeguano alle norme Uni, che sono volontarie, anche perché sono consapevoli che la competizione con i prodotti provenienti dall'estero non può basarsi solo sul prezzo. Ma il seminario si rivolgeva non tanto agli operatori del settore quanto alla distri-

In Unione il seminario di Assocera rivolto soprattutto alla distribuzione

buzione e, attraverso di essa, al consumatore finale: devono sapere che è possibile riconoscere la candela di qualità, garantita in fatto di sicurezza dalla certificazione Uni".

Qual è il contenuto delle tre norme che riguardano il settore?

"Riguardano tutte e tre le candele utilizzate in locali chiusi. La prima norma - Uni En 15493 - specifica i requisiti e i metodi di prova per la sicurezza antincendio. La seconda - Uni En 15494 - è forse la più interessante per il consumatore perché stabilisce forma e contenuti delle etichette di sicurezza da applicare alle candele. La terza - Uni En 15426 - definisce i requisiti e i metodi di prova per la valutazione dell'indice di fuliggine".

Qual è la situazione del mercato delle candele in Italia?

"In realtà, manca un quadro affidabile del mercato per il nostro settore, sia a monte sia a valle. Per quanto riguarda i produttori, facciamo i conti con un'indagine Istat che è universale solo per le imprese sopra i 10 dipendenti e campionaria per le altre. E il nostro è, per l'appunto, un settore formato per lo più da piccole aziende, distribuite geograficamente nel Nord Italia, zona di Bergamo in particolare. Ma non va dimenticato l'altro distretto nella zona di Napoli. Anche a valle manca un'in-

dagine specifica su chi utilizza le candele e su quando e come lo fa. Questo vuoto statistico costituisce, ovviamente, un problema serio, con ripercussioni anche sulla definizione e sul rispetto delle norme di sicurezza, volontarie od obbligatorie. Basti pensare alla questione delle esalazioni nocive: una cosa è accendere una candela nel salotto di casa, un'altra è accenderne mille in una cattedrale.

Comunque, in Italia si producono candele per circa 30mila tonnellate l'anno. L'import incide per altre 15mila tonnellate, ma anche le esportazioni dei nostri produttori si aggirano sulle 15mila tonnellate l'anno. Il prezzo medio del prodotto italiano è basso, circa 2 euro al chilogrammo. Ma se questo è, a grandi linee, il quadro d'insieme, bisogna tener conto che il settore è polverizzato, con posizionamenti sul mercato molto differenziati. Si va dal prodotto di base al superlusso, dove anche la confezione è curata nei minimi dettagli".

La crisi dei consumi tocca anche le candele?

"A soffrire di più per la riduzione dei consumi è, come in molti altri settori, il prodotto di base, anche perché risente maggiormente dei rincari della materia prima, la paraffina. Una volta si acquistava la paraffina in Cina, ora i cinesi la utilizzano in proprio e siamo costretti ad acquistarla sul mercato europeo, dove oltretutto è scarsa, o in Russia".

S.B.



La manifestazione
"Milano e la sua
tradizione orafa":
foto di repertorio



In Galleria con l'Associazione Orafa Lombarda

Settimo sigillo per "Milano e la sua tradizione orafa"

dal grande pubblico che ama l'arte orafa, e vuol vedere dal vivo come si realizzano i gioielli,

come si esegue un cesello o si sbalza l'argento, come si smonta e rimonta un orologio prezioso fino a ... "far annusare il profumo dell'oro quando fonde". Con le dimostrazioni dei maestri orafi si sono svolti anche incontri con esperti che hanno risposto alle domande del pubblico, laboratori a "cielo aperto", una ricca esposizione di splendidi gioielli ed orologi, la pre-

sentazione al pubblico della brochure "Se la natura fa la... preziosa" con informazioni e curiosità sul mondo dei diamanti e delle perle. Inoltre, una sfilata con la presentazione delle nuove tendenze del mondo dei preziosi e degli orologi. L'Associazione Orafa Lombarda è stata costituita nel 1945 e raggruppa oltre cinquecento aziende del settore orafa/argentiera/orologiaio lombardo che, ancora oggi, sono forti di una tradizione nata con le corporazioni più di cinquecento anni fa.

**LA SICUREZZA E' UN VALORE IMPORTANTE PER L'AZIENDA ED I SUOI COLLABORATORI
..... NOI VI AIUTIAMO A NON DIMENTICARLO MAI !**

CLUB DELLA SICUREZZA

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	DIVISIONE IGIENE DEGLI ALIMENTI (H.A.C.C.P. D.Lgs 193/07) Tel. 02-7750.590/591 club.haccp@unione.milano.it	DIVISIONE PRIVACY (Trattamento dati D.Lgs. 196/03) Tel. 02-76.02.80.42/15 club.privacy@unione.milano.it
---	--	---

CLUB SERVIZI INNOVATIVI

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

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

Fnaarc fa un 48 (di medaglie d'oro) per gli agenti di commercio

All'Unione di Milano si è svolta la 58° Giornata nazionale della Fnaarc (la Federazione nazionale degli agenti e rappresentanti di commercio con la premiazione (con medaglia d'oro e diploma di benemerenzza) di 48 operatori - il 40% lombardi - che vantano la maggiore anzianità professionale e sindacale. E' stato inoltre presentato il premio "Ugo Volpi" (per molti anni presidente della Fnaarc) per tesi di laurea che riguardano l'evoluzione professionale dell'attività di agente e rappresentante. Con il presidente Fnaarc Adalberto Corsi presenti, fra gli altri, Andrea Mascaretti, (assessore a Politiche del lavoro e dell'occupazione del Comune di Milano. "Fnaarc a Milano - ha dichiarato - ha attivato il maggior numero di corsi mirati proprio al

All'Unione di Milano la 58° Giornata nazionale della Federazione. Lombardo il 40% dei premiati Adalberto Corsi, presidente Fnaarc: serve più attenzione, nei nostri confronti, nelle politiche fiscali

miglioramento professionale. E' la strada giusta") e Stefano Maullu (assessore della Regione Lombardia a Protezione

civile, prevenzione e polizia locale "Stimo questa categoria. L'agente di commercio - ha affermato - è un attore fondamentale del mercato"). Sono 200mila gli agenti di commercio in tutta Italia (20.000 nella sola Lombardia) capaci di spendere 2 miliardi di euro per l'acquisto di auto e 800 milioni di euro per il carburante. "Un contributo essenziale - rimarca Adalberto Corsi, presidente di Fnaarc (e vicepresidente vicario Unione) - per far girare l'economia del nostro Paese. Contributo che deve trovare maggiore attenzione nelle politiche fiscali a partire dall'esclusione dell'Irap per gli agenti privi di organizzazione e dal ripristino della piena deducibilità del costo di acquisto dell'auto-



Il presidente Fnaarc (e vicepresidente vicario Unione) Adalberto Corsi tra gli assessori Stefano Maullu della Regione Lombardia (a sinistra) e Andrea Mascaretti del Comune di Milano (a destra)

vettura, strumento indispensabile per la professione". Negli ultimi anni si è registrato un incremento del numero delle donne agenti, che operano in particolare nei settori della moda/abbigliamento, cosmetica, pubblicità e servizi, fino ad arrivare oggi a rappresentare il 15% della categoria. Ma la professione piace anche agli stranieri, in particolare dell'Europa dell'Est. Una quota rilevante di tali operatori agisce nei settori moda/abbigliamento. Infine, anche la quota di giovani agenti è in crescita (gli operatori di età inferiore a 35 anni sono il 10 %, mentre erano l'8% fino a pochi anni fa).



Delia Volpi (vedova di Ugo Volpi, presidente Fnaarc per molti anni, al quale è stato intitolato il premio Fnaarc per le migliori tesi di laurea sulla professione d'agente) al centro fra Maria Antonia Rossini (a sinistra), presidente del Gruppo Terziario Donna Unione, e Maria Simonetta Maffizzoli (Giunta esecutiva Fnaarc)
(foto di Massimo Garriboli)

Gli agenti e rappresentanti di commercio lombardi premiati alla Giornata Fnaarc

Achille Airoldi (Inverigo - Como); Mario Bevilacqua (Milano); Giuseppe Bianchi (Cermenate - Como); Alessandro Boffino (Vigevano - Pavia); Renato Cenedella (Vigevano - Pavia); Aldo Di Renzo (Milano); Gianpietro Donzelli (associazione di Milano); alla memoria: Donato Galbiati (Paina di Giussano - Milano); Angelo Maconi (Giussano - Milano); Mario Marzari (Como); Marcello Ettore Mascheroni (Usmate Velate - Milano); Giuliano Motta (Milano); Giuseppe Sergio Pietrasanta (Milano); Aldo Pollini (Vigevano - Pavia); Luigi Soldi (Cremona); Gilberto Sole (Milano); Sergio Somaschini (Novate Milanese - Milano); Ermanno Tardivo (Milano); Tiziano Trinca Colonel (Como).



associazioni

Da Epam invio del materiale agli associati

Tabelle con i tassi alcolemici Esposizione obbligatoria per i locali dove si svolgono forme di spettacolo o intrattenimento

Ricordiamo che dal 23 settembre, nei pubblici esercizi dove si svolgono - a qualsiasi orario e in qualsiasi modalità - spettacoli o forme di intrattenimento, devono essere esposte le tabelle con i tassi alcolemici. Questo è quanto previsto dal comma 2, art. 6, della legge 160 del 2 ottobre 2007: "I titolari e i gestori dei locali nei quali si svolge (con qualsiasi modalità e in qualsiasi orario) spettacolo, o altre forme di intrattenimento, congiuntamente all'attività di vendita e di somministrazione di bevande alcoliche, devono: interrompere la somministrazione di bevande alcoliche dopo le 2 di notte; assicurarsi che all'uscita del locale il cliente possa effettuare in maniera volontaria una rilevazione del tasso alcolemico; esporre all'entrata, all'interno e all'uscita del locale apposite

tabelle che riproducano: A) la descrizione dei sintomi correlati ai diversi livelli di concentrazione alcolemica nel sangue; B) le quantità (esprese in centimetri cubici) delle bevande alcoliche più comuni che determinano il superamento del tasso alcolemico per la guida in stato di ebbrezza, da determinare anche sulla base del peso corporeo. L'inosservanza delle suddette disposizioni comporta la sanzione di chiusura del locale da 7 fino a 30 giorni". Epam, l'Associazione milanese dei pubblici esercizi (027750347) ha provveduto ad inviare alle imprese associate interessate le tabelle da esporre (scaricabili anche dal sito

TABELLA DESCRITTIVA DEI PRINCIPALI SINTOMI CORRELATI AI DIVERSI LIVELLI DI CONCENTRAZIONE ALCOLEMICA		
LIMITE LEGALE DEL TASSO ALCOLEMICO PER LA GUIDA: 0.5 grammi per litro		
Art. 6 del Decreto Legge 1 Agosto 2007 n. 117, convertito in Legge, con modificazioni, dell'art. 1 della Legge 2 Ottobre 2007 n. 160		
CONCENTRAZIONE DI ALCOLE NEL SANGUE (GRAMMI/LITRO)	SENSAZIONI PIÙ FREQUENTI (*)	EFFETTI PROGRESSIVI E ABILITÀ COMPROMESSE (*)
0	Nessuna	Nessuna
0.1 - 0.2	Iniziale sensazione di ebbrezza. Iniziale riduzione delle inhibizioni e del controllo.	Affievolimento della vigilanza, attenzione e controllo. Iniziale riduzione del coordinamento motorio. Iniziale riduzione della visione laterale. Nessuno.
0.3 - 0.4	Sensazione di ebbrezza. Riduzione delle inhibizioni, del controllo e della percezione del rischio.	Riduzione della capacità di vigilanza, attenzione e controllo. Riduzione del coordinamento motorio e dei riflessi. Riduzione della visione laterale. Vomito.
0.5 GRAMMI/LITRO : LIMITE LEGALE DEL TASSO ALCOLEMICO PER LA GUIDA		
0.5 - 0.8	Cambiamenti dell'umore. Nausea, sonnolenza. Stato di eccitazione emotiva.	Riduzione della capacità di giudizio. Riduzione della capacità di individuare oggetti in movimento e della visione laterale. Difficoltà alla guida. Alterazione delle capacità di reazione agli stimoli sonori e luminosi. Vomito.
0.9 - 1.5	Alterazione dell'umore. Rabbia, Tristezza. Confusione mentale, disorientamento.	Compromissione della capacità di giudizio e autocontrollo. Comportamenti inappropriati. Linguaggio mal articolato. Alterazione dell'equilibrio. Riduzione della visione, percezione di forme, colori, dimensioni. Vomito.
1.6 - 3.0	Sordimento. Aggressività. Stato depressivo. Apatia. Letargia.	Compromissione grave dello stato psicofisico. Comportamenti aggressivi e violenti. Difficoltà marcate a stare in piedi e camminare. Stato di incerta generale, ipotermia. Vomito.
3.1 - 4.0	Stato di incoscienza.	Alucinazioni. Coscienza dei riflessi. Incoscienza. Vomito. Come una possibilità di morte per soffocamento da vomito.
Oltre 4	Difficoltà di respiro, sensazione di soffocamento. Sensazione di morte.	Raffreddore cardiaco. Raffreddore. Fama d'arte. Come. Morte per arresto respiratorio.

SOURCE: ADATTATO DAL TESTO DELL'ADVISORY COMMITTEE AND NAAAS SCIENTISTS (2003)

(*) A parità di quantità di alcol assunto, sensazione ed effetti sono estremamente variabili da soggetto a soggetto, con possibilità di manifestazioni anche opposte tra di loro: in tabella sono riportati sintomi ed effetti più frequentemente rilevati.

ITALIA
Repubblica Italiana

ITALIA
Repubblica
Italiana

Unione
Italiana

TABELLA PER LA STIMA DELLE QUANTITÀ DI BEVANDE ALCOOLICHE

Che determinano l'espansione del Tasso Alcolemico Legale

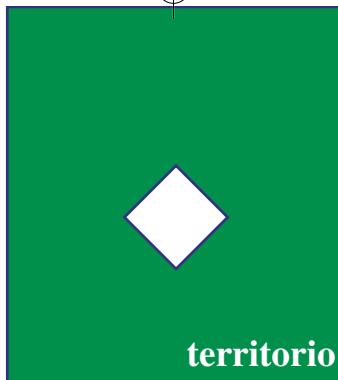
Per la guida in stato di ebbrezza

Per la guida in stato di ebbrezza

Per la guida in stato di ebbrezza

Art. 6 del Decreto Legge 1 Agosto 2007 n. 117, convertito in Legge, con modificazioni, dell'art. 1 della Legge 2 Ottobre 2007 n. 160

Quantità di bevanda alcolica (in litri)	Quantità di bevanda alcolica (in litri)	Quantità di bevanda alcolica (in litri)
0.1	0.1	0.1
0.2	0.2	0.2
0.3	0.3	0.3
0.4	0.4	0.4
0.5	0.5	0.5
0.6	0.6	0.6
0.7	0.7	0.7
0.8	0.8	0.8
0.9	0.9	0.9
1.0	1.0	1.0
1.1	1.1	1.1
1.2	1.2	1.2
1.3	1.3	1.3
1.4	1.4	1.4
1.5	1.5	1.5
1.6	1.6	1.6
1.7	1.7	1.7
1.8	1.8	1.8
1.9	1.9	1.9
2.0	2.0	2.0
2.1	2.1	2.1
2.2	2.2	2.2
2.3	2.3	2.3
2.4	2.4	2.4
2.5	2.5	2.5
2.6	2.6	2.6
2.7	2.7	2.7
2.8	2.8	2.8
2.9	2.9	2.9
3.0	3.0	3.0
3.1	3.1	3.1
3.2	3.2	3.2
3.3	3.3	3.3
3.4	3.4	3.4
3.5	3.5	3.5
3.6	3.6	3.6
3.7	3.7	3.7
3.8	3.8	3.8
3.9	3.9	3.9
4.0	4.0	4.0
4.1	4.1	4.1
4.2	4.2	4.2
4.3	4.3	4.3
4.4	4.4	4.4
4.5	4.5	4.5
4.6	4.6	4.6
4.7	4.7	4.7
4.8	4.8	4.8
4.9	4.9	4.9
5.0	5.0	5.0
5.1	5.1	5.1
5.2	5.2	5.2
5.3	5.3	5.3
5.4	5.4	5.4
5.5	5.5	5.5
5.6	5.6	5.6
5.7	5.7	5.7
5.8	5.8	5.8
5.9	5.9	5.9
6.0	6.0	6.0
6.1	6.1	6.1
6.2	6.2	6.2
6.3	6.3	6.3
6.4	6.4	6.4
6.5	6.5	6.5
6.6	6.6	6.6
6.7	6.7	6.7
6.8	6.8	6.8
6.9	6.9	6.9
7.0	7.0	7.0
7.1	7.1	7.1
7.2	7.2	7.2
7.3	7.3	7.3
7.4	7.4	7.4
7.5	7.5	7.5
7.6	7.6	7.6
7.7	7.7	7.7
7.8	7.8	7.8
7.9	7.9	7.9
8.0	8.0	8.0
8.1	8.1	8.1
8.2	8.2	8.2
8.3	8.3	8.3
8.4	8.4	8.4
8.5	8.5	8.5
8.6	8.6	8.6
8.7	8.7	8.7
8.8	8.8	8.8
8.9	8.9	8.9
9.0	9.0	9.0
9.1	9.1	9.1
9.2	9.2	9.2
9.3	9.3	9.3
9.4	9.4	9.4
9.5	9.5	9.5
9.6	9.6	9.6
9.7	9.7	9.7
9.8	9.8	9.8
9.9	9.9	9.9
10.0	10.0	10.0
10.1	10.1	10.1
10.2	10.2	10.2
10.3	10.3	10.3
10.4	10.4	10.4
10.5	10.5	10.5
10.6	10.6	10.6
10.7	10.7	10.7
10.8	10.8	10.8
10.9	10.9	10.9
11.0	11.0	11.0
11.1	11.1	11.1
11.2	11.2	11.2
11.3	11.3	11.3
11.4	11.4	11.4
11.5	11.5	11.5
11.6	11.6	11.6
11.7	11.7	11.7
11.8	11.8	11.8
11.9	11.9	11.9
12.0	12.0	12.0
12.1	12.1	12.1
12.2	12.2	12.2
12.3	12.3	12.3
12.4	12.4	12.4
12.5	12.5	12.5
12.6	12.6	12.6
12.7	12.7	12.7
12.8	12.8	12.8
12.9	12.9	12.9
13.0	13.0	13.0
13.1	13.1	13.1
13.2	13.2	13.2
13.3	13.3	13.3
13.4	13.4	13.4
13.5	13.5	13.5
13.6	13.6	13.6
13.7	13.7	13.7
13.8	13.8	13.8
13.9	13.9	13.9
14.0	14.0	14.0
14.1	14.1	14.1
14.2	14.2	14.2
14.3	14.3	14.3
14.4	14.4	14.4
14.5	14.5	14.5
14.6	14.6	14.6
14.7	14.7	14.7
14.8	14.8	14.8
14.9	14.9	14.9
15.0	15.0	15.0
15.1	15.1	15.1
15.2	15.2	15.2
15.3	15.3	15.3
15.4	15.4	15.4
15.5	15.5	15.5
15.6	15.6	15.6
15.7	15.7	15.7
15.8	15.8	15.8
15.9	15.9	15.9
16.0	16.0	16.0
16.1	16.1	16.1
16.2	16.2	16.2
16.3	16.3	16.3
16.4	16.4	16.4
16.5	16.5	16.5
16.6	16.6	16.6
16.7	16.7	16.7
16.8	16.8	16.8
16.9	16.9	16.9
17.0	17.0	17.0
17.1	17.1	17.1
17.2	17.2	17.2
17.3	17.3	17.3
17.4	17.4	17.4
17.5	17.5	17.5
17.6	17.6	17.6
17.7	17.7	17.7
17.8	17.8	17.8
17.9	17.9	17.9
18.0	18.0	18.0
18.1	18.1	18.1
18.2	18.2	18.2
18.3	18.3	18.3
18.4	18.4	18.4
18.5	18.5	18.5
18.6	18.6	18.6
18.7	18.7	18.7
18.8	18.8	18.8
18.9	18.9	18.9
19.0	19.0	19.0
19.1	19.1	19.1
19.2	19.2	19.2
19.3	19.3	19.3
19.4	19.4	19.4
19.5	19.5	19.5
19.6	19.6	19.6
19.7	19.7	19.7
19.8	19.8	19.8
19.9	19.9	19.9
20.0	20.0	20.0
20.1	20.1	20.1
20.2	20.2	20.2
20.3	20.3	20.3
20.4	20.4	20.4
20.5	20.5	20.5
20.6	20.6	20.6
20.7	20.7	20.7
20.8	20.8	20.8
20.9	20.9	20.9
21.0	21.0	21.0
21.1	21.1	21.1
21.2	21.2	21.2
21.3	21.3	21.3
21.4	21.4	21.4
21.5	21.5	21.5
21.6	21.6	21.6
21.7	21.7	21.7
21.8	21.8	21.8
21.9	21.9	21.9
22.0	22.0	22.0
22.1	22.1	22.1
22.2	22.2	22.2
22.3	22.3	22.3
22.4	22.4	22.4
22.5	22.5	22.5
22.6	22.6	22.6
22.7	22.7	22.7
22.8	22.8	22.8
22.9	22.9	22.9
23.0	23.0	23.0
23.1	23.1	23.1
23.2	23.2	23.2
23.3	23.3	23.3
23.4	23.4	23.4
23.5	23.5	23.5
23.6	23.6	23.6
23.7	23.7	23.7
23.8	23.8	23.8
23.9	23.9	23.9
24.0	24.0	24.0
24.1	24.1	24.1
24.2	24.2	24.2
24.3	24.3	24.3
24.4	24.4	24.4
24.5	24.5	24.5
24.6	24.6	24.6
24.7	24.7	24.7
24.8	24.8	24.8
24.9	24.9	24.9
25.0	25.0	25.0
25.1	25.1	25.1
25.2	25.2	25.2
25.3	25.3	25.3
25.4	25.4	25.4
25.5	25.5	25.5
25.6	25.6	25.6
25.7	25.7	25.7
25.8	25.8	25.8
25.9	25.9	25.9
26.0	26.0	26.0
26.1	26.1	26.1
26.2	26.2	26.2
26.3	26.3	26.3
26.4	26.4	26.4
26.5	26.5	26.5
26.6	26.6	26.6
26.7	26.7	26.7
26.8	26.8	26.8
26.9	26.9	26.9
27.0	27.0	27.0
27.1	27.1	27.1
27.2	27.2	27.2
27.3	27.3	27.3
27.4	27.4	27.4
27.5	27.5	27.5
27.6	27.6	27.6
27.7	27.7	27.7
27.8	27.8	27.8
27.9	27.9	27.9
28.0	28.0	28.0
28.1	28.1	28.1
28.2	28.2	28.2
28.3	28.3	28.3
28.4	28.4	28.4
28.5	28.5	28.5
28.6	28.6	28.6
28.7	28.7	28.7
28.8	28.8	28.8
28.9	28.9	28.9
29.0	29.0	29.0
29.1	29.1	29.1
29.2	29.2	29.2
29.3	29.3	29.3
29.4	29.4	29.4
29.5	29.5	29.5
29.6	29.6	29.6
29.7	29.7	29.7
29.8	29.8	29.8
29.9	29.9	29.9
30.0	30.0	30.0
30.1	30.1	30.1
30.2	30.2	30.2
30.3	30.3	30.3
30.4	30.4	30.4
30.5	30.5	30.5
30.6	30.6	30.6
30.7	30.7	30.7
30.8	30.8	30.8
30.9	30.9	30.9
31.0	31.0	31.0
31.1	31.1	31.1
31.2	31.2	31.2
31.3	31.3	31.3
31.4	31.4	31.4
31.5	31.5	31.5
31.6	31.6	31.6
31.7	31.7	31.7
31.8	31.8	31.8
31.9	31.9	31.9
32.0	32.0	32.0
32.1	32.1	32.1
32.2	32.2	32.2
32.3	32.3	32.3
32.4	32.4	32.4
32.5	32.5	32.5
32.6	32.6	32.6
32.7	32.7	32.7
32.8	32.8	32.8
32.9	32.9	32.9
33.0	33.0	33.0
33.1	33.1	33.1
33.2	33.2	33.2
33.3	33.3	33.3
33.4	33.4	33.4
33.5	33.5	33.5
33.6	33.6	33.6
33.7	33.7	33.7
33.8	33.8	33.8
33.9	33.9	33.9
34.0	34.0	34.0
34.1	34.1	34.1
34.2	34.2	34.2
34.3	34.3	34.3
34.4	34.4	34.4
34.5	34.5	34.5
34.6	34.6	34.6
34.7	34.7	34.7
34.8	34.8	34.8
34.9	34.9	34.9
35.0	35.0	35.0
35.1	35.1	35.1
35.2	35.2	35.2
35.3	35.3	35.3
35.4	35.4	35.4
35.5	35.5	35.5
35.6	35.6	35.6
35.7	35.7	35.7
35.8	35.8	35.8
35.9	35.9	35.9
36.0	36.0	36.0
36.1	36.1	36.1
36.2	36.2	36.2
36.3	36.3	36.3
36.4	36.4	36.4



territorio

*Eventi organizzati a settembre dall'Ascom territoriale
con il Comune (e il patrocinio della Regione)*

Negozio sotto casa Binasco lo rilancia

Settembre ricco di iniziative a Binasco per celebrare la tradizionale sagra della Beata Veronica. L'Ascom territoriale di Binasco ha organizzato con il Comune (e con il patrocinio della Regione Lombardia) una serie di eventi per vivacizzare il centro storico cittadino e promuovere qualità e servizio del commercio di vicinato. Si è cominciato con una sfilata di moda che ha proposto in anteprima le collezioni invernali e gli accessori in vendita nei negozi di Binasco (non è mancata la proposta di abiti sportivi per giovani e meno giovani oltre all'abbigliamento per bambini). La serata - venerdì 19 - ha visto un'affluenza di oltre 1.000 persone e si è conclusa con una passerella di biancheria intima e di abiti da sposa (foto). Venerdì 26 settembre il centro di Binasco ha poi ospitato la manifestazione "Binasco in Vetrina" con musica dal vivo. Gli esercizi commerciali - che hanno addobbato le vetrine con creatività - sono rimasti aperti fino a tarda notte per accogliere i cittadini e mostra-

re i loro prodotti e servizi. Lungo le vie del centro, poi, i commercianti hanno allestito dei banchetti dove poter offrire i prodotti enogastronomici dei pubblici esercizi e delle salumerie presenti sul territorio. La serie di iniziative organizzate dall'Ascom territoriale di Binasco si è conclusa con la tradizionale "Risottata" che, dal 1970, viene organizzata dai commercianti di Binasco: sono state distribuite gratuitamente oltre 4.000 porzioni di risotto con altrettante salamelle e tanti generi alimentari offerti dall'Ascom di Binasco e dalle altre associazioni collegate al mondo Unione. Il presidente dell'Ascom territoriale di Binasco, Pietro Montana, insieme al proprio consiglio direttivo, ha seguito con grande attenzione le fasi preparatorie di questi eventi e



Pietro Montana,
presidente
dell'Ascom
territoriale
di Binasco
(a sinistra)
e il sindaco
di Binasco
Giovanni
Castoldi



la loro realizzazione ringraziando personalmente tutti gli operatori commerciali che hanno contribuito alla riuscita degli eventi e reso palese ai cittadini consumatori che alla qualità e professionalità dei negozi di vicinato nel territorio di Binasco si devono associare anche lo spirito di servizio e la disponibilità nel rendere i nostri comuni accoglienti e ricchi di momenti di svago.

informa
Unione

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

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

DIRETTORE RESPONSABILE
Gianroberto Costa

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

REDAZIONE
Federico Sozzani
corso Venezia 47/49
20121 Milano

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

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

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

Unioneinforma
ottobre 2008

Fino al 10 novembre

 **Capricorno**

 **Gemelli**



ARIETE - (21/3 - 20/4)

Prima decade: il lungo transito di Mercurio in opposizione potrebbe portare contrattempi. Ma, poi, con Venere positivo, inizia un periodo decisamente più armonioso e fortunato.
Seconda decade: Giove è in aspetto disarmonico al vostro Sole insieme a Mercurio. Evitate le troppe chiacchiere ed anche di fare il passo più lungo della gamba. Venere vi darà equilibrio facilitando i rapporti interpersonali.

Terza decade: Mercurio poco armonico crea qualche disagio, ma a novembre Venere raggiunge Plutone (planeta che da qualche tempo sta volgendo la vostra vita in positivo portando cambiamenti profondi).



TORO - (21/4 - 20/5)

Prima decade: Marte opposto porta un po' di stanchezza e irritabilità. Ma è solo un momento passeggero.
Seconda decade: Giove, Saturno e Urano continuano a sollecitare nuovi equilibri duraturi e positivi. I vostri progetti trovano concretezza anche se, con Venere e Marte disarmonici, avrete qualche lotta da affrontare.
Terza decade: intorno alla metà di ottobre ci sono problemi da risolvere con Nettuno e Venere, non in armonia, che tenderanno a confondervi le idee. Fino alla metà di novembre, con Marte anch'esso disarmonico, le vostre aspirazioni saranno ostacolate. Dovete ritrovare maggior sicurezza interiore.



GEMELLI - (21/5 - 21/6)

Prima decade: il lungo transito di Mercurio favorevole contribuisce a rendervi più attivi. Qualche giornata noiosa verso fine mese.
Seconda decade: rimane Mercurio in aspetto positivo mentre Saturno e Urano "martellano" richiamando responsabilità che la vostra natura spensierata vorrebbe evitare.
Terza decade: Mercurio, sempre in trigono con Nettuno, aiuta i nati intorno al 10-13 di giugno ad essere innovativi e trovare soluzioni creative. Favoriti i viaggi e le nuove attività d'impresa. I nati fra il 19 e 20 giugno, con la lunga opposizione di Plutone, devono stare attenti allo stress.



CANCRO - (22/6 - 22/7)

Prima decade: Marte favorevole porta a risoluzione i vostri problemi regalando energia. Avete una percezione più chiara di come muovervi e dei vostri reali bisogni.
Seconda decade: Marte, Venere e Saturno sono favorevoli e vi danno equilibrio esorcizzando la lunga opposizione di Giove che tende a farvi pretendere troppo.
Terza decade: Venere, Marte e Urano in trigono favoriscono cambiamenti creativi e positivi nella vostra vita. C'è

armonia nei rapporti e avete la capacità di costruire nuove relazioni.



LEONE - (23/7 - 22/8)

Prima decade: potrebbe infastidirvi Marte con imprevisti e nervosismo, ma poi un bellissimo Venere rasserenà l'atmosfera.
Seconda decade: la mente è lucida e l'umore è buono. Anche se Marte vi rende stressati a causa dei troppi impegni che si accavallano.
Terza decade: per i nati intorno al 14 e 15 agosto il momento è confuso a causa della lunga opposizione di Nettuno. Evitate i fraintendimenti. Per i nati intorno al 22 di agosto il periodo, invece, è migliore.



VERGINE - (23/8 - 22/9)

Prima decade: Marte regala finalmente energia e serenità. Venere non sarà favorevole, ma tutto sommato il periodo è tranquillo.
Seconda decade: nonostante il disturbo di Saturno e Urano, il lungo trigono di Giove sui vostri gradi con Marte positivo vi porta aiuti e la possibilità di superare le difficoltà. Cercate di trovare, entro la fine novembre, delle soluzioni ai problemi che vi assillano.
Terza decade: a novembre Marte vi rende energici, ma un po' indolenti. I nati il 22 di settembre devono superare tensioni e resistenze.



BILANCIA - (23/9 - 22/10)

Prima decade: con Mercurio sul Sole e Venere positivo si prospetta un momento sereno.
Seconda decade: Mercurio sul Sole è sollecitato dalla quadratura di Giove. Tenderete a parlare molto (e a spendere altrettanto). Attenzione a non sopravvalutare le proposte che vi vengono fatte.
Terza decade: Nettuno stimola la vostra creatività accentuando fantasia e sensibilità.



SCORPIONE - (23/10 - 21/11)

Prima decade: Marte sul Sole vi rende impazienti. Questo è un periodo nel quale potrete portare a termine una gran mole di lavoro.

Seconda decade: Giove, Saturno e Urano positivi. Sono mesi utili sia per le finanze che per le possibilità di lavoro e di cambiamenti, anche nel lungo termine.

Terza decade: Nettuno quadrato con Marte congiunto al vostro Sole potrebbe portare qualche delusione soprattutto ai nati intorno al 15 di novembre. Evitate di scoraggiarvi.



SAGITTARIO - (22/11 - 20/12)

Prima decade: bellissimo passaggio di Venere sul vostro Sole. Serenità e armonia ritrovate. Per qualche giorno, se potete, prendetevi una pausa.
Seconda decade: Saturno e Urano sono poco armonici, ma Venere vi aiuta con qualche momento di tranquillità. Approfittatene: le responsabilità nei prossimi mesi saranno gravose.
Terza decade: a novembre, con il passaggio di Venere sul vostro Sole, non avrete voglia di disciplina. Giornate brillanti: stimolata la creatività.



CAPRICORNO - (21/12 - 19/1)

Prima decade: si prospetta un periodo sereno ed equilibrato. Solo Mercurio di traverso potrebbe caricarvi di qualche giornata di intenso lavoro.
Seconda decade: con Urano, Saturno, Marte in bellissimo aspetto e Giove congiunto al vostro Sole avete energia, equilibrio e lungimiranza. Potrete realizzare molto nei prossimi mesi.
Terza decade: momento sereno e costruttivo con molta energia e rapporti armoniosi.



ACQUARIO - (20/1 - 19/2)

Prima decade: Mercurio e Venere sono positivi mentre Marte vi disturba con il suo passaggio nello Scorpione. Ma sarà un nervosismo passeggero.
Seconda decade: solo Marte rende il periodo un po' teso. Avrete più lavoro del previsto, cercate di non strafare. Mercurio vi sostiene.
Terza decade: Venere e Mercurio sono positivi mentre Marte nella prima decade di novembre vi darà un po' di stress. Non scoraggiatevi, il momento è passeggero.



PESCI - (20/2 - 20/3)

Prima decade: bellissimo trigono di Marte che vi fa ritrovare energia e buonumore. I rapporti migliorano e i problemi si risolvono.
Seconda decade: Marte positivo vi sostiene in un momento non favorevole. Cercate di risolvere le vostre emergenze entro fine novembre.
Terza decade: Venere quadrato insieme a Plutone preannuncia tensioni e vi ricorda di tenere sotto controllo la salute, soprattutto per i nati intorno al 20 di marzo. Per tutti, comunque, il trigono di Marte a novembre apporta energia.

Il cielo del mese

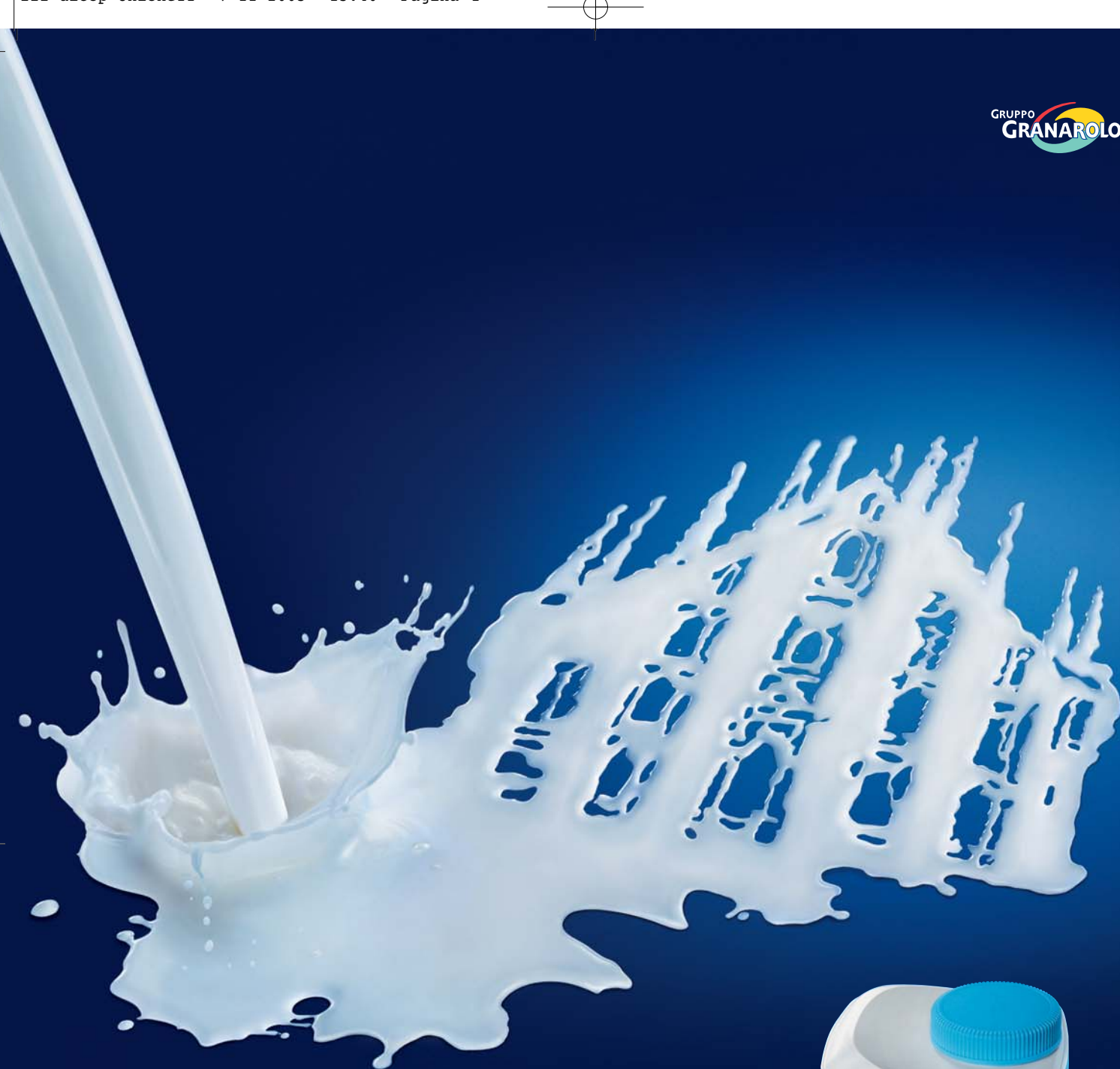


Il Sole è nella costellazione della Bilancia. Entra nello Scorpione il 23 di ottobre.

La Luna è piena a 22° dell'Ariete. E' favorevole per Ariete, Leone e Sagittario.



(A cura di E.T.)



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





ENTE MUTUO **LA TUA ASSISTENZA SANITARIA DEDICATA**

Ente Mutuo, per le sue caratteristiche, è la soluzione ottimale per tutti gli operatori del Commercio, Turismo, Servizi e Professioni regolarmente iscritti all'**UNIONE**, che desiderano accedere ad un'assistenza sanitaria integrativa e/o sostitutiva.

Ente Mutuo è

- *Esclusivo*
- *Affidabile*
- *Su misura*
- *Presenta vantaggi fiscali*

Prestazioni sanitarie erogate presso strutture altamente qualificate e di primaria importanza in Milano e Provincia:

- **ASSISTENZA OSPEDALIERA**
- **ASSISTENZA SPECIALISTICA AMBULATORIALE**
- **ALTRI CONTRIBUTI**

CHIAMACI.....!!

***E' a tua disposizione l'Ufficio Relazioni Esterne ai numeri
02 7750.359/474/405***

Corso Venezia, 49 – 20121 Milano
informazioni@entemutuomilano.it - www.entemutuomilano.it

Ente Mutuo, si preoccupa della tua salute da oltre 50 anni