

informa Unione

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

Campagna comunicazione
Unione più vicina all'impresa

I 50 anni dell'Ente Mutuo

La prevenzione delle frodi nei sistemi di pagamento elettronico
DISPENSA AL CENTRO DEL GIORNALE





PRIMO PIANO **2**
 LA NUOVA CAMPAGNA
 ISTITUZIONALE UNIONE
 ENTE MUTUO: PREMIATI
 GLI ISCRITTI DAL 1955
 ANNO DI FONDAZIONE

**La prevenzione
 delle frodi
 nei servizi
 di pagamento
 elettronico**

*dispensa
 al centro
 del giornale*

Unioneinforma è stato ultimato
 il 5 dicembre.

**Il
 commercio
 "racconta"
 Milano**

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

nel giornale

Ente Mutuo: 50 anni vicino ai soci

Aver avuto, martedì 29 novembre giorno dell'assemblea Unione, la presenza degli iscritti dell'Ente Mutuo dalla fondazione per celebrare il 50° anniversario dell'Ente è stato per me un motivo di grande gratificazione ed orgoglio.

Quando nel 1955 il presidente Giuseppe Orlando ebbe l'intuizione che gli operatori del commercio e del turismo non fossero adeguatamente tutelati sul piano dell'assistenza sanitaria e gli allora organi dirigenti diedero il via alla costituzione del nostro Ente Mutuo, nessuno si nascondeva che soltanto la base associativa avrebbe potuto decretarne il successo e che questo traguardo sarebbe stato raggiunto solo se l'Ente Mutuo avesse offerto ai soci un servizio di alto valore qualitativo, che tenesse conto delle loro necessità e peculiarità.

La presenza, alla celebrazione, di molti iscritti dell'Ente dalla fondazione, è stata la prova di come l'intuizione del presidente Orlando (e dei suoi successori) di promuovere enti e società per offrire agli associati assistenza e servizi nei vari campi - economico/finanziario, amministrativo, assicurativo e sanitario - abbia ottenuto il pieno appoggio dei soci che hanno individuato in queste strutture un punto di riferimento per lo sviluppo della propria attività e una migliore qualità della loro vita.

In particolare l'Ente Mutuo ha riscosso un ampio consenso, come dimostrano i suoi 28.000 iscritti e il numero delle prestazioni erogate, nonché l'alto grado di fidelizzazione dei soci. L'Ente Mutuo è una struttura valida, che negli anni si è adeguata allo sviluppo dell'assistenza medica, per fornire servizi sempre più qualificati.

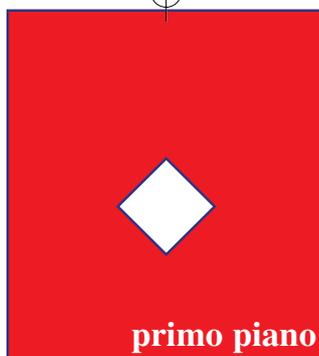
Nell'Ente Mutuo gli iscritti hanno trovato una vicinanza alle loro esigenze di assistenza sanitaria; vicinanza che scaturisce dall'attività di persone che ben conoscono le aspettative degli associati, sono ad esse umanamente vicine e agiscono per consentire loro di potersi valere delle migliori strutture e dei più avanzati strumenti di cura. E' su questa strada che l'Ente Mutuo continuerà ad operare con l'appoggio dell'Unione che sarà sempre a fianco dell'Ente per il raggiungimento di servizi in sintonia con il progresso medico e tecnologico.



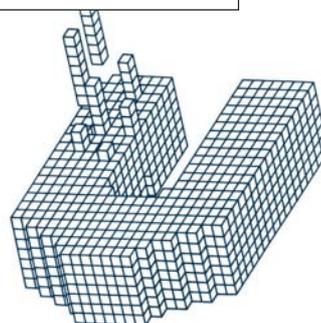
CARLO SANGALLI
 Presidente dell'Unione di Milano

Unioneinforma
 dicembre 2005





Nuova campagna istituzionale



IMPRESA AMA UNIONE



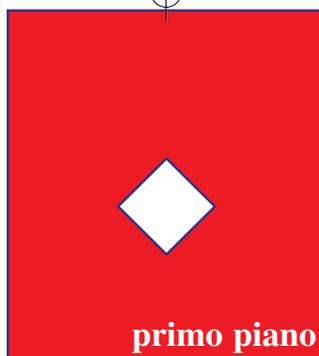
Impresa ama Unione” Unione ama Milano. Nasce all’insegna di un rapporto più stretto con l’impresa e il territorio la campagna di comunicazione istituzionale lanciata dall’Unione. “Sebbene il momento sia certamente non facile per le nostre imprese, la campagna – afferma il presidente Unione Carlo Sangalli – vuol essere un segnale concreto di ottimismo che, come Unione, sosteniamo e incoraggiamo stando vicino tutti i giorni alle aziende del commercio, del turismo, dei servizi e delle professioni. La nostra realtà economica è oggi sempre più im-

Il presidente Carlo Sangalli: “segnale di fiducia e legame stretto con il territorio”

portante per la competitività del territorio, ma anche per la qualità della vita. Siamo consapevoli di questa responsabilità aggiuntiva nel coniugare lo sviluppo con l’attenzione ai consumatori e al territorio. E intendiamo farlo anche attraverso un’immagine coordinata completamente nuova e positiva”. “I love U” (“love” rappresen-

tato dal cuore) è la scelta che l’Unione ha compiuto (con il supporto dell’agenzia “ecomunicare”) rivisitando una simbologia già sperimentata per sottolineare proprio il rapporto più stretto che dev’esserci fra l’imprenditore del terziario e l’Unione con il suo sistema associativo. La nuova campagna – che vede un modo più giovane di presentare l’immagine Unione – raggiungerà gli imprenditori con molteplici strumenti: folder informativi, pubblicazioni, manifesti, locandine e anche attraverso i tram di alcune fra le principali linee milanesi (in accordo con Atm).

Unioneinforma
dicembre 2005



La celebrazione con il presidente Carlo Sangalli nel giorno dell'assemblea ordinaria Unione, presenti gli iscritti all'Ente dall'anno di fondazione (1955)

I 50 anni dell'Ente Mutuo

In 50 anni l'Ente Mutuo ha dovuto procedere ad un continuo aggiornamento organizzativo. Alcuni di voi ricorderanno che, al momento della costituzione dell'Ente, gli iscritti erano per lo più giovani commercianti, quindi prevalentemente operatori in attività, che cercavano nella nostra istituzione una migliore assistenza sanitaria e quindi maggiore tranquillità per se stessi e per le loro famiglie. Con il passare del tempo, data l'alta fedeltà mostrata nei confronti dell'Ente, molti di quelli che, negli anni, hanno pensato di dare alla propria vita un diverso indirizzo, hanno

L'intervento di Iliano Maldini vicepresidente delegato dell'Ente

zio Sanitario Nazionale ha subito una profonda e sostanziale evoluzione - anche da un punto di vista normativo - che ha portato come conseguenza l'annullamento delle casse mutue. Il ruolo, quindi, del nostro Ente diveniva sempre più di supporto al Servizio Sanitario Nazionale. Dagli anni '80, poi, abbiamo assistito in Italia ad un aumento, con costante e preoccupante



comunque richiesto di restare iscritti e così la base sociale si è andata differenziando accogliendo persone di età diversa, con modi di vita estremamente differenti. Nel contempo anche il Servi-

zioso aumento della spesa sanitaria spinta verso l'alto da molteplici fattori tra i quali i principali possono identificarsi:

- ✓ in un invecchiamento evidente della popolazione, che ha prodotto un aumento delle necessità di assistenza sanitaria e con caratteristiche diverse dalla precedente;
- ✓ nell'introduzione di apparecchiature sempre più sofisticate e costose per la diagnostica e le cure (risultato di una ricerca avanzata e di una tecnologia all'avanguardia);
- ✓ nella migliore informazione della popolazione, che esprime nei confronti dei sistemi sanitari aspettative forti di benessere psicofisico;

Sempre dagli anni 80, a fronte dell'aumento della spesa sanitaria pubblica, anche quella

L'assemblea Unione



Martedì 29 novembre si è svolta l'assemblea ordinaria dell'Unione di Milano incentrata sulla relazione del presidente Carlo Sangalli e l'approvazione del conto preventivo 2006.

segue a pag. 5

Unioneinforma
dicembre 2005



privata, ha iniziato a crescere. La scelta da parte del Consiglio dell'Ente è stata, perciò, quella di garantire che la copertura dell'assistenza sanitaria fosse effettuata da strutture sia private che pubbliche. Infatti si era appurato, e si può dire che questo fenomeno è ancora verificabile, che per gravi patologie il cittadino preferiva avvalersi di strutture ospedaliere affidabili, richiedendo, però, un trattamento come solvente puro.

Il ricorso a prestazioni private all'interno di ospedali pubblici è stato effettuato negli anni 90 dal 31% dei pazienti. Le ragioni fondamentali, che hanno spinto a questa scelta, sono da ricercarsi, nel 72,1% dei casi, nella necessità di ottenere le prestazioni in tempi brevi e nel 15,5% dei casi nella volontà di potersi rivolgere ad un medico di fiducia.

E' in questo contesto che l'Ente Mutuo ha svolto una prima ed importante funzione; quella di mettere alla portata di tutti l'assistenza privata, calmierandone i costi e selezionando strutture qualificate ed affidabili. Inoltre l'Ente è sempre stato particolarmente attento ai risultati della ricerca medica e al progresso tecnologico delle apparecchiature, utilizzate per la cura delle diverse patologie.

Nella selezione dei servizi di assistenza e delle strutture convenzionate l'Ente privilegia chi offre le migliori garanzie di ricorrere a metodologie

I 50 anni dell'Ente Mutuo

segue da pag. 3

meno invasive, ma più sicure per la cura delle patologie e il recupero fisico del paziente. Vorrei spiegare questo concetto con un esempio relativo all'operazione della cataratta. Alla fine degli anni 60 l'o-

A partire dagli anni 90 queste operazioni si sono effettuate senza necessità di ricovero in meno di 20 minuti, con un'incidenza molto ridotta delle complicanze post-operatorie. Il recupero della capacità visiva è inoltre notevolmente migliorato.

Dal punto di vista economico, nonostante l'incremento delle

Ente Mutuo: premiati gli iscritti dall'anno di fondazione Ecco i nomi

Rossana Alderighi; Maria Andreoli; Amelia Annoni; Luigi Bernabè; Caterina Bianchi; Franco Bibini; Eugenio Bolgiani; Bruna Maria Bonazzi; Franco Boniardi; Delfino Boselli; Gabriella Brioschi; Renato Brunelli; Annamaria Caterina Caimi; Sandra Capellini; Gabriele Cappelletti; Umberto Cattaneo; Giulia Ciserani; Carlo Clerici; Ambrogio Colombo; Cesare Corneo; Annunciata Crespiatico; Rosa Crippa; Bambina Cristiani; Elio Defranchis; Tosca Della Chiostra; Dante Elli; Maddalena Faraldi; Luciano Faruffini; Claudio Fiori; Concetta Frassica; Angelo Galli; Luisa Galvani; Agnese Gandini; Luigi Garavaglia; Giovanni Garro; Annunciata Gazzola; Cesare Gnocchi; Delia Grimaldi; Mirrella Guerziotti; Federico Hausler; Bianca Kesler; Francesco Lattuada; Agostino Locatelli; Giovanni Luigi Longoni; Regina Longoni; Mario Mantegazza; Fausta Mazzola; Eugenio Medagliani; Gigi Monforti Ferrario; Tiziana Monforti Ferrario; Ernestina Montecchi; Vittoria Morganti; Adriano Moro; Nicola Muciaccia Teresa Nava; Pieran-

gelo Nicora; Maurizio Orlandi; Leonia Paga; Armando Papa; Lorenzo Parisotto; Domenico Pedol; Vittorio Pedol; Mario Pellegrini; Paolino Perduca; Osvaldo Polloni Livia Porcellini; Gianfilippo Rebuscini; Adriano Rossi; Mariangela Rossi; Ammeris Rusin; Emilio Schettini; Giuseppina Servidati; Florida Spadoni; Giovanna Stiatti; Oreste Suigo; Assuntina Teglia; Luciana Toffolatti; Liliana Tonni; Enrico Uboldi; Virginia Vaghi; Umberto Vergani; Sandro Vertuè Sonia Volpati; Teresa Zanardi.

foto di Massimo Garriboli



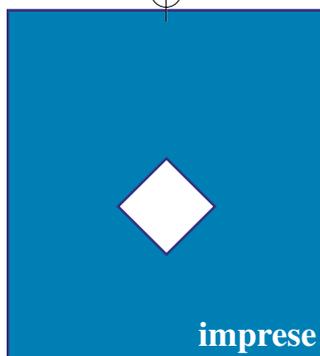
Al centro il presidente Carlo Sangalli con gli iscritti "storici" dell'Ente Mutuo

perazione della cataratta era un intervento complesso, che richiedeva una degenza ospedaliera di tre giorni e l'impiego di rilevanti risorse umane e materiali, con frequenti complicanze post-operatorie.

remunerazioni del personale medico e gli investimenti richiesti dalle moderne tecniche, il costo totale di questo intervento è rimasto sostanzialmente immutato in termini reali.

Unioneinforma

dicembre 2005



*Promossi dal Club della Sicurezza Ambiente & Qualità
di Promoter Unione*

Alimentare: prenotarsi per i corsi 2006

Sono trascorsi due anni dall'avvio dei corsi di formazione per gli operatori del settore alimentare organizzati dal Club della Sicurezza Ambiente & Qualità di Promoter Unione in seguito all'entrata in vigore della legge regionale 4 agosto 2003. Legge che – lo ricordiamo – ha abolito l'obbligo di rilascio/rinnovo del libretto di idoneità sanitaria introducendo, però, precisi obblighi di formazione igienico-sanitaria con un aggiornamento formativo biennale. Sono oltre 17.800 gli operatori che nel 2004/2005 hanno preso parte ai corsi promossi dal Club per un totale di 673 sessioni.

Gli operatori delle aziende che hanno partecipato ai corsi di formazione nel 2004 devono, il prossimo anno, adempiere all'aggiornamento formativo. Il Club della Sicurezza Ambiente & Qualità organizza per il 2006 corsi di aggiornamento formativo della durata di quattro ore che prevedono la verifica dell'apprendimento dei partecipanti attraverso un apposito

**Gli operatori
delle aziende che
hanno partecipato
ai corsi di formazione
2004 devono,
il prossimo anno,
adempiere
agli obblighi
di aggiornamento
formativo biennale
secondo la legge
della Regione
Lombardia
4 agosto 2003
(abolizione libretto
idoneità
sanitaria
e introduzione
obblighi
di formazione)**

test.

Nei nuovi corsi verranno in particolare approfonditi tutti gli aspetti legati alla gestione e attuazione delle procedure previste per il piano di autocontrollo (Haccp).

Il costo del corso è di 25 euro+iva per partecipante. La scheda per l'aggiornamento formativo biennale, compilata e sottoscritta, va consegnata (unitamente al pagamento dell'importo dei corsi) alla propria associazione di categoria o territoriale. Contattare l'associazione o il Club (tel. 0276006396) per ogni ulteriore chiarimento.



Unioneinforma
dicembre 2005



Servizi linguistici: "decalogo" di Federcentri Milano per le imprese

Traduzioni: la prima lingua richiesta è sempre l'inglese (60%), seguita da francese, tedesco e spagnolo (30%). Il 10%, ma siamo appena agli inizi e già si intravede una forte crescita - è invece appannaggio delle lingue "emergenti": in particolare l'Est europeo (russo, estone, polacco, ungherese), ma anche il cinese e l'arabo. Con la competizione globale l'imprenditoria milanese e italiana scopre la sempre maggiore necessità

di poter usufruire di un servizio professionale per le traduzioni. Sono oltre 180.000 le aziende italiane che esportano: 166 mila con meno di 50 dipendenti. Sono più di 50.000 solo in Lombardia. "Ora le imprese - spiega Carla Agostini, presidente di Federcentri Milano, l'Associazione aderente all'Unione del Commercio che riunisce le società specializzate in traduzione e in-

terpretariato - hanno ad esempio bisogno di avere una presenza multilingue sul web ed è aumentata la richiesta di traduzioni da parte delle grandi aziende". Per la prima volta Federcentri Milano ha promosso, all'Unione, un confronto con le imprese

potenziali clienti nel convegno "La comunicazione multilingue come fattore chiave di successo per le aziende nel mercato globale". "Nel

corso dell'incontro - afferma Carla Agostini - abbiamo fornito



**Carla Agostini,
presidente
di Federcentri Milano**

Come selezionare un fornitore di servizi linguistici

Federcentri Milano ha individuato una serie di parametri di valutazione per selezionare le società di servizi linguistici, basati sulla norma UNI 10574, il Codice deontologico sulla qualità dei servizi linguistici, l'applicazione delle Norme UNI EN ISO 9001:2000 al settore dei servizi linguistici.

Struttura organizzativa

- La società di servizi linguistici ha una sede operativa con uno staff minimo permanente?
- Rispetta orari di ufficio e assicura una reperibilità continua?
- Impiega al suo interno traduttori e revisori linguistici?
- Dispone di adeguate risorse tecnologiche? (hardware, software, "CAT tools", dizionari e glossari, ecc.)

Esperienza e "core business"

- Da quanti anni opera la società?
- I servizi linguistici sono effettivamente il suo core business?
- Può fornire referenze documentate e contattabili?

Qualità del servizio

- La società adotta la Norma UNI 10574 (traduzioni e interpretariato) o è certificata a norme ISO 9001:2000?
- Utilizza traduttori madrelingua con titolo di studio ed esperienza adeguati? Come li seleziona?
- La società dispone anche di traduttori e revisori interni?
- Esegue controlli qualità prima della consegna? Quali?
- Quale livello di servizio garantisce? (% max errori, ritardi ecc.)

Deontologia

- Conosce e applica il Codice deontologico per la qualità dei servizi linguistici?
- Garantisce la massima riservatezza dei dati trattati sia dai dipendenti che dai collaboratori?
- Indica con chiarezza le tariffe e le condizioni di fornitura applicate?

i criteri per selezionare al meglio i fornitori di servizi linguistici" (vedi scheda).

A Milano sono cinquanta (trecento in tutta Italia) le aziende strutturate in maniera organizzata per fornire servizi di traduzione e interpretariato (quindi con anche un supporto che può comprendere la fase di lay out e presentazione dei documenti elaborati). I professionisti italiani della traduzione sono circa 2.000 anche se il "popolo" delle

partite Iva che si richiama a questo settore supera le 15.000 unità.

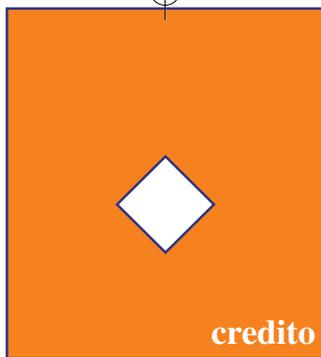
Quanto costa una traduzione? E' difficile generalizzare perché dipende dalla lingua e dalla tecnicità-complessità del documento da tradurre: dai 20 ai 30 euro per cartella dall'inglese, francese, tedesco e spagnolo e anche oltre 50 euro per il cinese.

A chi rivolgersi:

Federcentri Milano
Tel. + 39/02/7750386
fax + 39/02/794372
e-mail: federcentri@unione.milano.it
www.federcentri.it

Unioneinforma

dicembre 2005



Accordo con il Banco di Sicilia (Gruppo Capitalia)

Milano: con Fidicomet finanziamenti agevolati per i commercianti di corso Buenos Aires e corso Vercelli



corso Buenos Aires

Accordo a Milano tra Fidicomet (la cooperativa fidi dell'Unione) e Banco di Sicilia (Gruppo Capitalia) per finanziamenti (destinati alla liquidità aziendale per il rifornimento di scorte-merci) indirizzati alle imprese commerciali di corso Buenos Aires e corso Vercelli (e vie limitrofe). Qui sotto le condizioni previste.



corso Vercelli

Per maggiori informazioni:
Fidicomet 02/76.300.21
[www.fidicomet.it/sezione "news"](http://www.fidicomet.it/sezione/news)

Le condizioni

Tasso: Euribor tre mesi + 0,65%
(nel momento in cui si scrive pari al 2,85% circa).

Durata massima operazione: 36 mesi più la possibilità di preammortamento sino a 6 mesi (a tasso Euribor tre mesi + 0,50%). La durata totale dell'operazione può dunque arrivare sino a 42 mesi.



Importo massimo operazione: 40.000 euro (salvo deroga).

Spese istruttoria-banca: 30 euro per importi di finanziamento fino a 10.000 euro; 50 euro oltre.



Garanzia Fidicomet: 50% dell'importo finanziato

Installazione pos: obbligatoria

Unioneinforma
dicembre 2005



Il commercio "racconta" Milano

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



Lo zio Umberto (a sinistra) e il papà di Isidoro, Carlo

Pellicceria Primerose

La pellicceria Primerose (via San Prospero - zona Broletto) apre nel 1950, ma l'arte e il mestiere dei pellicciai della famiglia di Isidoro Calegari va ricercata in tempi molto più lontani. Possiamo parlare di arte perché ascoltando il nostro testimone, classe 1922 ma spirito e portamento ben più giovani, abbiamo capito che quella del pellicciaio non è solo una professione commerciale, ma è soprattutto una professione artigianale che si basa su una profonda conoscenza delle pelli, del modo con cui trattarle e della capacità di valorizzarle. La nostra impressione è confermata dal fatto che nel racconto di Isidoro Calegari il

negozio è sempre abbinato al laboratorio che garantisce la qualità della realizzazione del prodotto finito.

Partiamo dall'inizio del secolo scorso per ricostruire la storia professionale della famiglia Regazzoni, il ramo materno del signor Calegari. È lo zio Umberto ad aprire negli anni '20 un atelier con laboratorio di pellicceria in via dell'Orso 7. Alla nuova attività collaborerà fin da subito Maria, la nonna del nostro protagonista e Carlo, il padre di Isidoro, mentre la madre Emilia preferirà dedicarsi alla famiglia. L'attività nel corso del tempo si svilupperà positivamente, regalando a Umberto Regazzoni fama di eccellente pellicciaio, creatore di modelli di gran pregio e fattura.

Isidoro, figlio unico, nasce e cresce avvolto e circondato dall'arte di casa. Compie i suoi studi, seguendo un percorso lungo che lo porta prima a frequentare le scuole di Porta Nuova e nel 1940 ad iscriversi al corso di laurea in lingue e letteratura straniere all'università Ca' Foscari, a Venezia. La guerra interrompe gli studi di Isidoro che nel 1942, dopo aver frequentato il corso ufficiali, verrà inviato ad Ascoli Piceno come istruttore in aviazione. Con l'8 settembre tornerà verso Milano e rimarrà sfollato con la famiglia a Barzio, in Valsassina. Terminata la guerra, nel novembre del 1946, potrà finalmente concludere gli studi, questa volta alla Bocconi.

Una volta laureato, le strade professionali percorribili dal signor Calegari sono molte, come egli stesso racconta: "In quegli anni a Milano si poteva fare di tutto: c'era vitalità e fermento", ma Isidoro, in modo molto naturale

e spontaneo, segue il percorso avviato dalla famiglia: inizia aiutando lo zio, che apre nel frattempo la pellicceria Melegari&Costa, in corso Vittorio Emanuele angolo via Passarella, trasferita, nel 1951, in via Montenapoleone; apre anche un nuovo negozio a Sanremo - vicino al Casinò - nel 1953, e uno a Bologna in corso Indipendenza.

Nel 1950 Isidoro ha l'occasione di rilevare l'attività di via San Prospero: "In questo stesso negozio, dalla fine dell'800 fino al 1925 - ci racconta il nostro testimone, quasi a voler trovare un segno del destino in quella posizione - c'era la più grande pellicceria d'Italia che si chiamava Alla città di Mosca. Mandava i suoi cataloghi e i suoi modelli anche a tutte le più importanti corti d'Europa". Viene poi sostituita da un negozio di casseforti che rimane aperto fino all'inizio della Seconda guerra mondiale, dopodiché si trasforma in un negozio di abbigliamento per bambini, dal nome Primerose. "Quando nel 1950 rilevai l'attività perché la proprietaria decise di dedicarsi alla famiglia, non volli cambiare il nome: mi piaceva, era gradevole e poi le rose, soprattutto le prime, non fanno male a nessuno". Così aggiunte all'insegna solo il termine Pellicceria.

Isidoro non si ferma e nel 1951 apre un nuovo negozio in piazzale Oberdan e uno nel centro di Genova che rimane aperto fino al 1961 e che segue insieme al padre Carlo. Quest'ultimo, negli stessi anni, decide di aprire un laboratorio di confezioni di



Manifesto della pellicceria "Alla città di Mosca", attiva nei locali del negozio all'inizio del secolo scorso



Isidoro in negozio prima della ristrutturazione (inizio anni '60)





Diploma di benemerenda rilasciato da Aip, Associazione italiana pellicceria (1969)

pellicceria in piazza del Duomo.

Le attività dello zio e di Isidoro Calegari, d'ora in poi, sono nettamente distinte anche se ovviamente rimane molta collaborazione da parte di entrambi. Partecipano alle aste delle pelli in tutta Europa, soprattutto al nord: le più importanti erano quelle dei paesi scandinavi (Copenaghen, Stoccolma, Helsinki e Oslo) e di Leningrado: "Mio zio ci andò nel 1950. Dovette prendere l'aereo fino a Helsinki e poi raggiungere Leningrado con un treno blindato, non poteva neanche guardare fuori dal finestrino. A quei tempi la zona era ancora militarizzata". Il signor Calegari prosegue dicendo che fino agli anni '70/'80 era molto importante anche l'asta generale di Londra. Si svolgeva tre volte all'anno alla società di aste della Hudson Bay, in un bellissimo palazzo del 1700: "Lo ricordo ancora con piacere: le pareti erano affrescate con meravigliose scene di caccia degli indiani del Canada.

Nel 1965 fu invitata anche la principessa Margaret – continua il nostro testimone – mi ricordo che il direttore dell'asta era impazzito dall'eccitazione, era molto buffo vedere lui, che era un omone, accompagnare la principessa di corporatura minuta e piccola".

Alle aste partecipano i maggiori allevatori e produttori del mondo, arrivano le pelli dall'Afghanistan, dalla Cina, dal Sud Africa, dalla Russia, dal Sud America e dal Canada. Sono pelli già scuoiate che vengono divise in lotti per animali o per pelli simili e battute al miglior offerente. Per gli operatori del settore le aste sono un'ottima occasione per

conoscere l'offerta ed approvvigionarsi della materia prima direttamente alla fonte.

Anche le fiere, per Isidoro e gli artigiani come lui, sono molto preziose: "Una volta quella di Francoforte era la più importante per quantità di pelli offerte, ma oggi la Fiera di Milano è considerata qualitativamente la migliore. Anche perché in questo settore gli italiani sono molto quotati. I nostri artigiani sono i più bravi nella realizzazione del capo, nella fattura e nel disegno". In queste occasioni espongono non solo i produttori, ma anche i conciatori, gli allevatori e i confezionisti: "Ci sono i venditori di pellicce, di coperte, di pelli sciolte o pelli a mazzi; vengono presentate nuove tecniche per la concia, nuove tinture, nuove lavorazioni, e così via".

Una volta acquistata la pelle grezza il signor Calegari si affida all'abile professionalità dei conciatori milanesi: "Anche in questo campo siamo stati e siamo all'avanguardia,



La sfilata organizzata negli anni '80 da Aip alla Villa Reale di Monza per finanziare una parte della ristrutturazione del complesso. La pellicceria Primerose partecipò con un giaccone in castoreo color polvere (al centro, anni '80)

sia per le pelli da pelliccia che da pelletteria". La pelle lavorata e trattata è quindi pronta per essere confezionata nel laboratorio del primo piano della Pellicceria Primerose. Dagli anni '50 fino ai '70 le signore richiedono per la maggior parte il capo su misura. Per questo motivo il signor Calegari realizza un laboratorio dove lavorano dieci, dodici persone tra modelliste, montatrici e sarte. A questo proposito è molto interessante il racconto riguardo alla creazione del capo finito: per prima cosa si propongono alla

LA PREVENZIONE DELLE FRODI NEI SISTEMI DI PAGAMENTO ELETTRONICO

*Dispensa informativa sugli standard
di sicurezza
presso gli operatori commerciali*



*Compartimento Polizia Postale e delle Comunicazioni
per la Lombardia - Milano*



PERCHE' QUESTO "MANUALE"

L'introduzione della moneta elettronica ha segnato un fondamentale passo avanti nella gestione delle transazioni economiche, consentendo di effettuare pagamenti senza denaro contante.

Tale novità ha però reso di importanza fondamentale la questione della sicurezza dei pagamenti.

Già oggi sono operativi diversi validi accorgimenti di sicurezza presso gli operatori che ricevono transazioni in moneta elettronica, ma nell'attuale contesto di continuo sviluppo tecnologico diventa di prioritaria importanza il costante aggiornamento e controllo degli strumenti in dotazione, apportando tutti gli accorgimenti necessari a limitare sempre più il fenomeno delle clonazioni, delle truffe via etere e degli attacchi dei sistemi informatici.

Una gestione corretta da parte degli operatori, consentirebbe difatti di limitare i fenomeni fraudolenti con conseguente minor danno per i consumatori e per gli operatori economici; interventi decisi in questo senso consentirebbero contestualmente di porre un argine alle attività della criminalità organizzata che da tempo si muove su questo fronte con crescenti investimenti in attività malavitose frutto dei proventi derivanti da attacchi ai sistemi di pagamento elettronico.

*È per questi motivi che **l'Unione del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni della Provincia di Milano e Federdistribuzione**, con la collaborazione e il supporto tecnico della **Polizia Postale e delle Comunicazioni per la Lombardia**, hanno deciso di produrre il presente "manuale" ad uso degli operatori economici: l'obiettivo è quello di supportare le aziende di distribuzione di piccola e grande dimensione nella prevenzione delle frodi legate ai sistemi di pagamento elettronico attraverso l'individuazione di buone pratiche di gestione e controllo e di standard adeguati di sicurezza informatica.*

LE FRODI CON CARTE DI CREDITO NEGLI ESERCIZI COMMERCIALI

Le tecniche a disposizione per produrre carte di credito clonate sono molte e di diverso tipo, ma tutte hanno il medesimo scopo: impossessarsi illegalmente dei dati contenuti nella banda magnetica della carta.

L'acquisizione illecita di tali dati da parte dei truffatori può avvenire con differenti modalità e in diverse occasioni: all'atto dell'esecuzione di operazioni presso gli sportelli bancomat, nel corso delle transazioni commerciali via internet, sottraendo in fase di spedizione l'estratto conto o la carta stessa inviata dalle banche al titolare, utilizzando carte di credito rubate o smarrite, recuperando dati tramite gli scontrini di carte di credito gettati via incautamente dopo un acquisto, ecc..

Essendo il presente manuale destinato agli operatori economici, in questa prima parte ci soffermeremo principalmente su quegli aspetti che più direttamente coinvolgono e interessano chi opera all'interno di un esercizio commerciale.

ALCUNI CONSIGLI PRATICI PER L'ESERCENTE DOTATO DI TERMINALE POS

Benché, come accennato, siano molteplici le modalità attraverso le quali una frode può essere compiuta, il furto dei dati avviene molto spesso presso esercizi commerciali e, in particolare, presso quelli con alto traffico di carte di credito.

Nella maggioranza dei casi, per clonare le carte di credito viene utilizzata la tecnica dello skimming, un processo nel quale i dati contenuti nella banda magnetica di una carta originale sono copiati in quella falsa, senza che il legittimo proprietario ne venga a conoscenza; ciò avviene per mezzo di uno skimmer ovvero un lettore che, all'atto di un pagamento effettua-

to tramite terminale POS, cattura i dati della banda magnetica con la semplice "strisciata" della carta di credito all'interno della feritoia in esso presente.

Questi dispositivi non sono altro che piccoli registratori in grado di carpire illecitamente e immagazzinare diverse centinaia di dati dalle bande magnetiche: i dati copiati vengono in un secondo tempo trasferiti

su un supporto plastico idoneo, che riproduce l'aspetto di una carta di credito poi utilizzata dal truffatore per effettuare transazioni fraudolente.

E' stato riscontrato come, in molte occasioni, la manomissione di un terminale POS sia avvenuta in concomitanza di un furto, reale o simulato, presso un punto vendita.



Violazione del sigillo di sicurezza di un POS

Controlli a cura del commerciante

Oltre a garantire l'inviolabilità delle strumentazioni di pagamento presenti presso il proprio punto di vendita, il negoziante dovrebbe sempre prestare attenzione ad un eventuale comportamento sospetto del titolare ed effettuare dei

controlli nel momento in cui gli viene consegnata una carta di credito per il pagamento di un acquisto; in particolare l'esercente deve assicurarsi della genuinità della carta attraverso l'esame degli elementi di sicurezza e delle caratteristiche

della carta, quali:

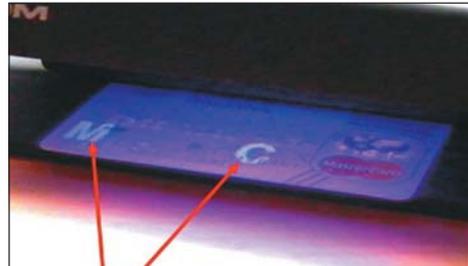
- ✓ specifiche sul logo e sul design
- ✓ data di scadenza
- ✓ presenza della firma sul retro
- ✓ sospetta contraffazione.

Con l'ausilio di alcune immagini, riferendoci alle principali carte di credito in circolazione, di seguito vengono forniti alcuni suggerimenti per scoprire la genuinità o la falsità della carta.



La carta Visa è genuina se compare una colomba uguale all'ologramma

Si segnala che alcune carte Visa Electron possono non contenere elementi di sicurezza fluorescenti



La carta Mastercard è genuina se compare una "M" e una "C"

Controlli di fluorescenza

E' bene eseguire il controllo di fluorescenza a raggi ultravioletti (lampada di Wood) assicurandosi che siano presenti i segni distintivi.



La carta American Express è genuina se compare la scritta AMEX



La carta Diners Club è genuina se compare l'immagine del logo posto sulla sinistra della carta stessa

Ulteriori controlli

Oltre alle specifiche su logo e design, è possibile effettuare altri controlli per verificare la falsità o meno di una carta.

I primi quattro numeri stampati in piccolo sopra o sotto quelli in rilievo, devono coincidere.

Nelle carte Visa o Mastercard le prime quattro cifre in rilievo devono coincidere con quelle stampate in piccolo sotto: qualora questo non avvenga la carta può considerarsi falsa. Nelle carte American Express bisogna controllare l'esistenza del codice sicurezza stampato a caratteri piccoli sopra i nu-

meri in rilievo (in questo caso non dovrà coincidere con le prime quattro cifre).

Le cifre in rilievo devono essere chiare e in linea; anche il nome e

le date di emissione e scadenza devono essere in rilievo.

E' bene, inoltre, controllare la firma sul retro della carta.



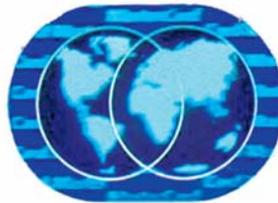
E' utile anche controllare che il numero in rilievo sulla carta coincida con quello stampato sullo scontrino del POS: i truffatori spesso utilizzano carte emesse regolarmente, alterando solo il contenuto della banda magnetica.



Nelle carte Visa regolari, l'ologramma posto sul fronte rappresenta una colomba che sembra volare quando si muove la carta.



Nelle carte Visa falsificate, il margine esterno può apparire irregolare e l'immagine della colomba visibilmente contraffatto.



Nelle carte Mastercard regolari, l'ologramma posto sul fronte rappresenta due mondi che si intersecano dai quali, muovendo la carta, appare la mappa dei continenti.



Nelle carte Mastercard falsificate, l'ologramma può non aderire perfettamente alla carta, ma tendere a staccarsi.

Semplici controlli visivi

Altri controlli possono essere eseguiti semplicemente maneggiando la carta e prestando attenzione all'ologramma e ai segni distintivi.



Nelle carte Visa regolari, il simbolo in rilievo V di Visa è inclinato verso destra.



Nelle carte Visa falsificate, il simbolo V in rilievo può avere un font classico come rappresentato in questa immagine e non i caratteri speciali che in realtà dovrebbe avere.



Nelle carte Mastercard regolari, il simbolo di Mastercard in rilievo è una M e una C sovrapposte come una K.



Nelle carte Mastercard falsificate, il simbolo MC in rilievo può utilizzare font classici come rappresentato in questa immagine e non i caratteri speciali che in realtà dovrebbe avere.

SICUREZZA INFORMATICA DEI SISTEMI DI PAGAMENTO ELETTRONICO NELLA DISTRIBUZIONE MODERNA SECONDO GLI STANDARD INTERNAZIONALI

Le frodi

Come abbiamo visto, le tipologie di frodi, pur essendo fra loro molto diverse, hanno tutte un elemento in comune: l'ottenimento delle "cardholder information", le informazioni sensibili che consentono di effettuare transazioni di pagamento e prelievo in assenza del titolare.

Nella definizione di informazioni sensibili rientrano:

- la *traccia magnetica ed i suoi elementi costitutivi* (PAN, data scadenza, service code, ecc);
- il *codice PIN*;
- il *codice di sicurezza CVV2 stampato sulla carta*.

Punti sensibili

o di compromissione

Affinchè l'azione di prevenzione legata alle frodi derivanti dall'utilizzo di carte di credito sia il più possibile efficace, è opportuno che prioritariamente un'azienda della distribuzione avvii un'analisi finalizzata all'individuazione dei possibili punti sensibili o di compromissione; nello specifico:

- a) i lettori nascosti di carte magnetiche;**
- b) i dispositivi di pagamento EFT non sicuri;**
- c) i server e le reti che partecipano alle transazioni di pagamento elettronico;**
- d) gli scontrini.**

Natura degli attacchi

La natura degli attacchi possibili agli elementi citati può essere di carattere:

- *fisico*. Interventi di natura fisica sono possibili nei punti sensibili **a) b) c) d)** (vedi sopra);
- *di rete*. Attacchi di rete sono ipotizzabili con riferimento ai punti sensibili **b) c) d)** (vedi sopra);
- *su software applicativo*. Gli attacchi su software applicativo possono riguardare i punti **b) e c)** (vedi sopra).

Punti di rischio

Tra i possibili punti di rischio identificabili troviamo:

- ✓ il **PIN**: deve sempre essere cifrato - TriploDES con chiave ABI;
- ✓ la **traccia 2**: come richiesto dallo standard "PCI data security standard" (sistemi Visa, Mastercard, Amex, Diners' ecc.), deve essere gestita in modo cifrato almeno all'esterno dell'organizzazione che gestisce i POS e non deve essere registrata sui sistemi del retailer (vedi in appendice le 12 regole "PCI data security standard");
- ✓ la **traccia 3**: significatività nulla per frodi in assenza di PIN o AP.SIA.

Possibili attacchi sui punti sensibili e di compromissione e azioni di contrasto applicabili

Individuati i principali punti sensibili o di compromissione possiamo ora a segnalare, per ciascuno di essi, i possibili attacchi perpetrabili e le misure di contrasto attuabili:

- 1) lettori nascosti di carte magnetiche**
Attacchi: duplicazione traccia 2
Azioni di contrasto: applicazione 12 regole "PCI data security standard"
- 2) dispositivi di pagamento EFT non sicuri**
Attacchi: cattura PIN prima della cifratura
Azioni di contrasto:
 - *fisiche*. Applicazione 12 regole "PCI data security standard";
 - *di rete*. Applicazione 12 regole "PCI data security standard";
 - *su software applicativo*. Procedura di certificazione fornitori hardware e software
- 3) server e reti che partecipano alle transazioni di pagamento elettronico**
Attacchi: se il PIN è cifrato

non può essere catturato

Azioni di contrasto: il PIN non può essere catturato se avviene un semplice trasferimento del PIN già cifrato dal dispositivo EFT; in questo caso il rischio è nullo.

4) scontrini

Attacchi:

- Pagobancomat: nessun rischio (non vengono trasferiti dati sensibili);
- Carte di credito: utilizzo PAN e data scadenza per acquisti su internet.

Azioni di contrasto:

- mascheratura di parte del PAN su tutte le copie degli scontrini e nei giornali di fondo dei registratori di cassa;
- registrazione cifrata di PAN e data di scadenza delle carte di credito sui LOG storici del server (12 regole "PCI data security standard"), salvo quanto necessario per l'indirizzamento selettivo verso gli acquirer delle transazioni elettroniche.

Altri accorgimenti adottabili

Vi sono poi ulteriori accorgimenti che sarebbe utile adottare e che, per tale ragione, di seguito evidenziamo.

- E' fondamentale che gli accessi ad Internet e le interconnessioni con le reti di altre organizzazioni siano protetti da firewall e monitorati.
- I computer devono essere dotati di antivirus costantemente aggiornati.
- La gestione della sicurezza deve prevedere l'utilizzo di password sicure e il loro cambio periodico.
- L'accesso ai sistemi (fisicamente e via rete) ed ai dati in essi contenuti deve essere ristretto il più possibile alle sole persone che vi devono accedere per lo svolgimento del proprio lavoro.
- Chi accede ai sistemi informatici dovrebbe, ove possibile, utilizzare un proprio login; le azioni compiute dovrebbero essere tracciate.

PCI DATA SECURITY STANDARD

Visa e Mastercard, in risposta alla forte richiesta di una maggior sicurezza nella gestione delle transazioni di pagamento elettronico hanno definito un approccio comune alla problematica che è stato accolto anche dagli altri marchi (Amex, Diners', JCB,...).

Le prescrizioni del programma PCI Data Security Standard devono essere rispettate da chiunque sia coinvolto nella gestione delle transazioni di pagamento elettronico:

- Merchant
- Centri servizi bancari
- Servizi di pagamento su web
- Società di servizi che mantengono i sistemi o che li gestiscono in hosting

A seconda del numero di transazioni gestite e della criticità dell'ambiente, è richiesta una certificazione formale effettuata da una entità autorizzata oppure è sufficiente effettuare delle autocertificazioni periodiche.

MERCHANT VALIDATION REQUIREMENTS			
Level	Selection Criteria	Validation Action	Validated By
1	Any merchant - regardless of acceptance channel - processing over 6,000,000 transactions per year with the Acquirer. Any merchant that has suffered a hack or an attack that resulted in an account data compromise. Any merchant that the Acquirer, at its sole	Annual Onsite Security Audit Quarterly Network Scan	Independent Security Assessor or Internal Audit if signed by Officer of the company Qualified Independent Scan Vendor
2	Any e-commerce merchant processing 150,000 to 6,000,000 transactions per year with the Acquirer.	Annual PCI Self-Assessment Questionnaire Quarterly Network Scan	Merchant Qualified Independent Scan Vendor
3	Any e-commerce merchant processing 20,000 to 150,000 transactions per year with the Acquirer.	Recommended Annual PCI Self-Assessment Questionnaire	Merchant
4	All other merchants, regardless of acceptance channel	Recommended Annual PCI Self-Assessment Questionnaire Recommended Annual Network Scan	Merchant Qualified Independent Scan Vendor <i>Whilst compliance is mandatory for Level 4 merchants, validation is not mandatory but strongly recommended.</i>

BUILD AND MAINTAIN A SECURE NETWORK

- **Requirement 1: Install and maintain a firewall configuration to protect data**
 - Firewalls are computer devices that control computer traffic allowed into a company's network from outside, as well as traffic into more sensitive areas within a company's internal network.
 - All systems need to be protected from unauthorised access from the Internet, whether for e-commerce, employees' Internet-based access via desktop browsers, or employees' email access.
 - Often, seemingly insignificant paths to and from the Internet can provide unprotected pathways into key systems.
 - Firewalls are a key protection mechanism for any computer network.
- **Requirement 2: Do not use vendor-supplied defaults for system passwords and other security parameters**
 - Hackers (external and internal to a company) often use vendor default passwords and other vendor default settings to compromise systems. These passwords and settings are well known in hacker communities and easily determined via public information.

PROTECT CARDHOLDER DATA

- **Requirement 3: Protect stored data**
 - Encryption is the ultimate protection mechanism because even if someone breaks through all other protection mechanisms and gains access to encrypted data, they will not be able to read the data without further breaking the encryption. This is an illustration of the defense in depth principle.

- **Requirement 4: Encrypt transmission of cardholder data and sensitive information across public networks**
 - Sensitive information must be encrypted during transmission over the Internet, because it is easy and common for a hacker to intercept and/or divert data while in transit.

MAINTAIN A VULNERABILITY MANAGEMENT PROGRAM

- **Requirement 5: Use and regularly update anti-virus software**
 - Many vulnerabilities and malicious viruses enter the network via employees' email activities.
 - Anti-virus software must be used on all email systems and desktops to protect systems from malicious software.
- **Requirement 6: Develop and maintain secure systems and applications**
 - Unscrupulous individuals use security vulnerabilities to gain privileged access to systems.

- Many of these vulnerabilities are fixed via vendor security patches, and all systems should have current software patches to protect against exploitation by employees, external hackers, and viruses.
- For in-house developed applications, numerous vulnerabilities can be avoided by using standard system development processes and secure coding techniques.

IMPLEMENT STRONG ACCESS CONTROL MEASURES

- **Requirement 7: Restrict access to data by business need-to-know**
 - This ensures critical data can only be accessed in an authorised manner.
- **Requirement 8: Assign a unique ID to each person with computer access**
 - This ensures that actions taken on critical

data and systems are performed by, and can be traced to, known and authorised users.

- **Requirement 9: Restrict physical access to cardholder data**
 - Any physical access to data or systems that house cardholder data allows the opportunity to access devices or data, and remove systems or hardcopies, and should be appropriately restricted.

REGULARLY MONITOR AND TEST NETWORKS

- **Requirement 10: Track and monitor all access to network resources and cardholder data**
 - Logging mechanisms and the ability to track user activities are critical.
 - The presence of logs in all environments allows thorough tracking and analysis when something does go wrong.
 - Determining the cause of a compromise is very difficult without system activity logs.
- **Requirement 11: Regularly test security systems and processes**
 - Vulnerabilities are continually being discovered by hackers/researchers and introduced by new software.
 - Systems, processes, and custom software should be tested frequently to ensure security is maintained over time and through changes.

MAINTAIN AN INFORMATION SECURITY POLICY

- **Requirement 12: Maintain a policy that addresses information security**
 - A strong security policy sets the security tone for the whole company, and lets employees know what is expected of them.
 - All employees should be aware of the sensitivity of data and their responsibilities for protecting it.

Polizia di Stato

Compartimento Polizia Postale e delle Comunicazioni - Lombardia

Via Mosè Loria, 74

20144 Milano

Tel. 02 433331

Fax 02 43333066-7

E-mail: poltel.mi@poliziadistato.it

Sito internet: www.poliziadistato.it/pds/informatica/index.htm

**Unione del Commercio
del Turismo dei Servizi e delle Professioni
della Provincia di Milano**

Corso Venezia, 47/49

20121 Milano

Tel. 02 7750.1

Fax 02 7750.480

E-mail: unione@unione.milano.it

Sito internet: www.unione.milano.it

Federdistribuzione

Viale Majno, 42

20129 Milano

Tel. 02 89075150

Fax 02 6551169

E-mail: info@federdistribuzione.it

Sito internet: www.federdistribuzione.it



Il commercio "racconta" Milano

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



Isidoro con la moglie (alla sua sinistra) e le collaboratrici in negozio (anni '90)

cliente le pelli. Le varietà sono moltissime: persiani, castori, visoni, scoiattoli, volpi o ermellino, solo per citarne alcune. Poi si presentano dei modelli in tela bianca disegnati dalle modelliste e creati dalle sarte. Una volta compiuta la scelta, la tela viene riportata sulla carta. Le pelli, insieme ai cartamodelli, vengono consegnate ai tagliatori: "Ci siamo sempre appoggiati a esterni perché per tagliare le pelli sono necessari spazi e tavoli molto ampi", ci confida il signor Calegari. In seguito il lavoro continua con il prezioso contributo delle montatrici e delle sarte che realizzano il capo pronto, arricchito dalla fodera interna e da particolari preziosi: "Ho sempre avuto ottime collaboratrici che hanno lavorato con me per anni", ci tiene a sottolineare il nostro testimone.

Nel 1961 Isidoro sposa Maria Amelia Giontoni che ha conosciuto al circolo della Meneghina a cui è associato. Sceglieranno di vivere non troppo lontano dal negozio, in via Legnano. L'anno successivo nascerà la prima figlia Elisabetta e due anni dopo Carlo. Maria Amelia è maestra d'arte, ma, alla nascita dei figli, preferisce dedicarsi alla famiglia. Successivamente, quando l'impegno con i figli sarà meno oneroso, affiancherà saltuariamente il marito in negozio.

Nel 1963 il signor Isidoro ha l'occasione di ingrandire il negozio e di rinnovarlo con l'aiuto dell'architetto Zacchetti che sceglie la foglia del Brasile per rivestire gli ampi armadi che contengono le pellicce. Le vetrine vengono mantenute molto profonde per presentare i capi sdraiati o appoggiati a basse strutture: "Oggi i modelli sono esposti su manichini, ma io preferisco mantenere la tradizione del capo appoggiato per valorizzare maggiormente la qualità della fattura del prodotto". Attraverso queste parole possiamo ancora una volta intuire l'importanza che il nostro testimone attribuisce alla realizzazione del capo e al valore del lavoro artigianale. "D'altronde io sono qui da cinquantacinque anni e un motivo ci sarà. Sono molto attento alla qualità del prodotto e alla fiducia che la cliente può riporre nel mio lavoro. Milano non è poi così grande ed è importante avere una buona reputazione".

Questi sono gli anni anche dell'impegno in associazione di Isidoro Calegari. Per diverso tempo sarà consigliere dell'Aip, Associazione italiana pellicceria, e nel 1969 verrà insignito della medaglia d'oro per la sua attività.

Nel corso degli anni successivi la domanda si modifica e sempre più viene richiesto il capo pronto: "E' giusto. Per la cliente è molto più comodo. Io sono stato uno dei primi a intuire la trasformazione del mercato e sono stato contento di averla assecondata". Il signor Calegari, perciò, cambia via via i suoi fornitori, rivolgendosi sempre più spesso a confezionisti di ottima levatura: "Rimane sempre la produzione interna, ma per necessità di mercato e strutturali ci siamo appoggiati anche ad artigiani esterni". Nel 1990, infatti, la banca proprietaria dei muri del negozio richiede di tornare in possesso dei locali del primo piano. Il signor Calegari è costretto a ridimensionarsi e a spostare il laboratorio in uno spazio più piccolo, nel seminterrato che oggi si dedica, oltre che alla vendita, anche alle ri-messe a modello di capi passati di moda: "È un'operazione piuttosto complessa, che richiede molta abilità se si vuole fare un buon prodotto e non una fatura dell'omett, cioè una finta riparazione!". La pellicceria offre anche un importante servizio di custodia estiva, ritirando i capi ad aprile e restituendoli a novembre. Durante questo periodo, si svolgono operazioni accurate di piccola riparazione e di pulitura, soffiatura e coloritura del capo che viene successivamente riposto in caveau, a una temperatura adeguata.



Particolare di alcune pellicce





Il commercio "racconta" Milano

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



Isidoro Calegari con due collaboratrici che indossano alcuni capi della pellicceria

Parlando più approfonditamente delle variazioni del mercato e della clientela, Isidoro Calegari ci racconta che negli anni '50 le signore si accontentavano di rinnovare vecchie pellicce o di scegliere pelli più umili come il coniglio, le zampe di persiano o l'agnello. Negli anni successivi la clientela cambia e si presentano grandi clienti come banchieri e uomini d'affari che offrono alle proprie signore pellicce più raffinate come lo zibellino, la martora, il cincillà o il visone: "Abbiamo avuto anche clienti importanti come la signora Wallman, direttrice artistica della Scala, alcune cantanti liriche, Strehler, il poeta Quasimodo, che abitava qui vicino e passava ogni tanto a scambiare due chiacchiere, o ancora Lin Piao, la figlia di Deng Xiaoping".

Negli anni della "Milano da bere" il visone è stato certamente il principe di tutte le pellicce: "Andavano di moda le maxipellicce con modelli molto ampi e lunghi". Si creavano, inoltre, capi particolarmente preziosi in occasione della prima della Scala.

Successivamente il gusto è cambiato, così come è cambiata anche la temperatura: "Io mi ricordo gli anni in cui si soffriva veramente il freddo e nevicava da dicembre a febbraio. Oggi non è più così!" La moda ha portato alla grande diffusione dei piumini e di capi più sportivi: "Abbiamo avuto anche molti attacchi da parte del movimento animalista, che poco sa del mondo della pelliccia – ci racconta il nostro testimone con tono deciso - hanno tanto pubblicizzato la pelliccia ecologica. Ma di ecologico, nel senso reale del termine, c'è solo la vera pelliccia!".

Oggi si può parlare di un certo ritorno del capo in pelo: sono molto richiesti, soprattutto, i modelli con l'interno in pelliccia o i capi impreziositi da importanti guarnizioni: "I colli, le bordure o i revers, nei pelli più preziosi come lo zibellino russo, la martora canadese o il visone, per esempio, sono molto desiderati".

Per tutto il racconto, sullo sfondo, è sempre presente, con forza, Milano: i suoi abitanti, le sue trasformazioni. Non solo quando ci dice, con orgoglio, che la sua famiglia è da dieci generazioni milanese. O quando descrive con amore le giocate ai Bastioni, con gli amici, sotto la neve. O ancora quando ci confessa, entusiasta, che: "Milano negli anni '50 e '60 era una grande città, con una vita favolosa. Anche di notte c'erano i portoni aperti, la gente per strada!". Ma soprattutto quando ci parla di via Broletto, della sua vivacità, di quanto era ricca di negozi di ogni genere: "E poi – ci confessa con un po' di malinconia - a poco a poco, una volta scaduti i contratti, i commercianti sono stati mandati via e oggi sono rimaste quasi solo le banche e i tram".

Subito dopo, però, ci tiene a sottolineare che è giusto che la città si trasformi secondo le nuove esigenze dei tempi, così come è stato importante che la zona fosse servita dalla metropolitana nonostante i forti disagi subiti: "Io avevo uno scavo di dieci metri di fronte al negozio!".

Per quanto riguarda il futuro dell'attività il signor Calegari ci ricorda che nonostante la Pellicceria Primerose sia una sas intestata a lui, alla moglie e ai figli, questi ultimi hanno scelto strade diverse: "È giusto così, sono ragazzi realizzati con delle bellissime famiglie. Io continuo ad andare avanti, come ho fatto da cinquantasei anni a questa parte".



Isidoro Calegari in laboratorio con una sua collaboratrice



Pellicceria Primerose: l'esterno del negozio

Intervista di **Sara Talli Nencioni**
(con la collaborazione di Sara Zanisi)



*Nel 2006 si andrà a votare per il nuovo sindaco:
raccogliamo le vostre proposte*

Un programma per Milano

**Che cosa chiedete al futuro nuovo sindaco di Milano?
Quali problemi e soluzioni volete segnalare?**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Inviare questa pagina con i vostri consigli e le vostre proposte:
per posta: ad Unioneinforma - Unione Commercio Turismo Servizi e Professioni della Provincia di Milano, corso Venezia 49, 20121 Milano - **per fax:** al numero 027750468
 Rispondete anche per **e mail** : unioneinforma@unione.milano.it



Ascom Binasco Pietro Montana rieletto presidente

Riconferma di Pietro Montana alla presidenza dell'Associazione territoriale di Binasco. Il nuovo Consiglio direttivo eletto dall'assemblea (svoltasi il 7 novembre - vedi *Unioneinforma* di ottobre a pagina 13 n.d.r.) è così composto: il presidente Pie-



Pietro Montana, confermato presidente dell'Ascom territoriale di Binasco

tro Montana, Franco Tronconi (vicepresidente vicario) e Massimiliano Sacchetti (vicepresidente); i consiglieri Giuseppe Alberga, Luigia Maria Cattaneo, Giuseppe Ceconello, Mario Ceribelli, Stefano Crugnola, Roberto Franzosi, Giorgio Greppi, Alessandro Maestroni, Piero Eraldo Orsi, Elvezia Panigatti, Graziella Passoni, Angelo Stringaro.

tro Montana, Franco Tronconi (vicepresidente vicario) e Massimiliano Sacchetti (vicepresidente); i consiglieri Giuseppe Alberga, Luigia Maria Cattaneo, Giuseppe Ceconello, Mario Ceribelli, Stefano Crugnola, Roberto Franzosi, Giorgio Greppi, Alessandro Maestroni, Piero Eraldo Orsi, Elvezia Panigatti, Graziella Passoni, Angelo Stringaro.



All'assemblea dell'Ascom territoriale di Binasco ha preso parte il presidente Unione Carlo Sangalli (in un momento del suo intervento)

I premiati all'assemblea dell'Ascom di Binasco

Maestri del commercio

Aquile d'argento. Giorgio Bissa (Binasco); Santa Antonietta Carini (Binasco); Luciano Luparelli (Rozzano). Giulio Tronconi (Rozzano).

Aquile d'oro. Vincenzo Camerino (Basiglio); Pierino Catenacci (Binasco); Antonio Dallù (Lacchiarella)

Donne nel commercio

Clementina Borghesani (Binasco); Carla Baraldi e Ida Caliani (Rozzano); Grazia Angela Cambieri (Rosate); Magda Cereda (Calvignasco); Angela Codiglioni (Binasco); Carolina Ferrario (Lacchiarella); Rita Marella (Rozzano); Laura Marzi (Zibido San Giacomo); Susanna e Simonetta Mortarini (Basiglio); Maria Rita Ortu (Vernate); Isaura Pastore (Rozzano); Benedetta e Barbara Pedersoli (Binasco); Francesca Sacchetti (Lacchiarella).

Negozi storici

con più di 50 anni di attività

Panificio Bargiggia (Lacchiarella); Macelleria Bolla (Zibido San Giacomo); Cattaneo Abbigliamento (Lacchiarella); Ferramenta Negri (Binasco); Bar Passoni (Basiglio); Salumeria Pezzoni (Binasco); Salumeria Temporiti (Lacchiarella).

Consiglieri uscenti

Valeria Ferrario, Giuliana Cervi, Angelo Gariboldi, Pierangelo Guglielmini (vicepresidente uscente).



GRUPPO FAINI

Melzo Via Verdi, 1
Tel. 02 95739809 www.faini.it

CHIAMATA GRATUITA
NUMERO VERDE
800-206320

soluzioni intelligenti per... IDEE in movimento

da



FAINI

per Vendere, Comperare, "CASA" Affittare, Amministrare, Progettare...

Filiali in
Melzo, Milano, Peschiera B., Cernusco S/N, Liscate, Basiano, Zelo Buon Persico

Unioneinforma

dicembre 2005



Dall'assemblea Apeca no al trasloco di viale Papiniano

Ambulanti: mercati milanesi più puliti e con più vigili per contrastare l'abusivismo



Giacomo Errico, presidente di Apeca

Milano: il mercato di viale Papiniano (235 posteggi il martedì e 255 il sabato) con la sua storia di 70 anni costituisce una ricchezza per la città e non deve traslocare, e gli ambulanti devono impegnarsi per renderlo più pulito. E' chiara la proposta che Giacomo Errico, presidente di Apeca (l'Associazione milanese del commercio ambulante) ha lanciato all'assemblea de-

gli operatori ambulanti del mercato di viale Papiniano svoltasi in Unione: "Dobbiamo fare della pulizia dei mercati una priorità. Con il Comune ed Amsa abbiamo cominciato in via Fauché la sperimentazione di una pulizia già durante il mercato. Dobbiamo farlo anche in viale Papiniano e dall'assessore al Commercio Roberto Predolin, presente alla nostra assemblea, è stato garantito che lo stesso esperimento fatto in via Fauché ver-

rà compiuto il sabato in viale Papiniano. Se no, siamo disposti ad autotassarci per pulire. Ma ci devono anche dire dove collocare provvisoriamente i rifiuti nell'attesa del ritiro da parte degli operatori Amsa". "Ci vogliamo autotassare - ha proseguito Errico - anche per avere più vigili. Sul mer-

Con Apeca il mercatino di Natale

E' ritornato in centro a Milano, nella Loggia dei Mercanti, il tradizionale mercatino di Natale proposto da Apeca, l'Associazione milanese degli ambulanti, realizzato per riproporre la magica atmosfera natalizia dei paesi nordici. Le bancarelle sono ricche di specialità altoatesine e di dolci regionali da tutta Italia. In uno speciale stand della Carinzia si dimostra ai bambini come si fanno le stelle di Natale e fino all'11 di dicembre un coro della Carinzia si esibisce con canti di Natale. Il mercatino, quest'anno, si arricchisce dell'iniziativa "Un Babbo Natale per la vita" proposta da Anpil, onlus che dal 1998 opera a livello internazionale per la difesa dei bambini del Sud del mondo unitamente alla Congregazione religiosa dei fratelli laici delle scuole cristiane. Nel gazebo di "Un Babbo Natale per la vita" si approfondisce il tema dell'adozione a distanza e vengono esposti prodotti di artigianato tipici della cultura caraibica e latinoamericana provenienti dalle missioni.

Milano: i commercianti raccontano

Via Solferino: Natale con luci e caldarroste

Un dicembre all'insegna della simpatia con Assomab, l'Associazione commercianti Solferino San Marco in Brera. Ai propri clienti i negozianti offrono il sabato le caldarroste doc provenienti da Imola e di taglia 50 (50 caldarroste in un chilo). Un castagnajo esperto gira per il quartiere con la tradizionale brace. E il quartiere è illuminato a festa con le luci natalizie progettate dal famoso light designer Fabio Carturan.

Via Tommaso Grossi e il fascino dei trenini

Trenini: un'esposizione da non perdere (pezzi d'epoca, antichi e rari) nelle vetrine dei negozi di via Tommaso Grossi. La manifestazione, che ha preso il via il 1° dicembre, prosegue fino al 6 gennaio ed è curata da Sergio Bano.



cato di viale Papiniano è innegabile che vi siano dei problemi. Il principale è l'abusivismo. Una piaga che deve essere combattuta dalle istituzioni. Con il trasferimento della Fiera di Sinigallia dalla Darsena a Porta Genova i 400 abusivi si sono riversati su viale Papiniano. Questo è un problema che riguarda tutti: perché l'abusivo occupa anche i passi carrai e gli spazi che gli ambulanti regolari lasciano liberi".

informa
Unione

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

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

DIRETTORE RESPONSABILE Gianroberto Costa

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

REDAZIONE Federico Sozzani corso Venezia 47/49 20121 Milano

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

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

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

Unioneinforma
dicembre 2005



Grossisti fiori A Pescia il primo meeting di Angroflora

Franco Cereda
presidente
della neocostituita
associazione nazionale

È stato un successo il primo meeting di Angroflora, la neocostituita associazione nazionale dei grossisti di fiori, tenutosi a Pescia domenica 27 novembre. La sala convegni del mercato dei fiori di Pescia era gremita, a dimostrazione dell'interesse che la nuova associazione riveste come organismo unitario rappresentativo della filiera floricola: produttori agricoli, grossisti indipendenti e dei mercati, dettaglianti, operatori da e per l'estero, consorzi, associazioni territoriali.

Lo statuto sociale di Angroflora, infatti, è stato "scritto" per favorire l'adesione, come soci aggregati e sostenitori, di tutti i componenti della filiera. La scelta di Pescia come sede del primo meeting di Angroflora, come ha ricordato il presidente di Angroflora Franco Cereda, non è stata certo casuale: l'importanza di questo territorio e di questo mercato floricolo è ben conosciuta e apprezzata, in Italia e all'estero. Nel-

la sua relazione programmatica - approvata dal meeting - Cereda ha sintetizzato progetti e obiettivi associativi.

L'assessore all'Agricoltura della Regione Liguria Giancarlo Cassini ha ricordato come il settore florovivaistico nel suo complesso rappresenti il 6/7% del Pil. Non è quindi certo un settore marginale. Ma tutti i componenti della filiera sono in sofferenza: i produttori agricoli per i prezzi e i commercianti per i margini ridotti. Di recente è stato costituito, un "Tavolo del florovivaismo" inizialmente non previsto dal ministro delle Politiche agricole.



**Recapito diretto della corrispondenza su Milano e provincia
in nome e per conto di Poste Italiane S.p.a.**

Lettere ordinarie, prioritarie, raccomandate, posta target

Tutti i servizi di stampa e preparazione della corrispondenza

Punti di accettazione in Milano:

Via S. Andrea 10 - Tel. 0276031

Via G. Govone 26 - Tel. 02312308

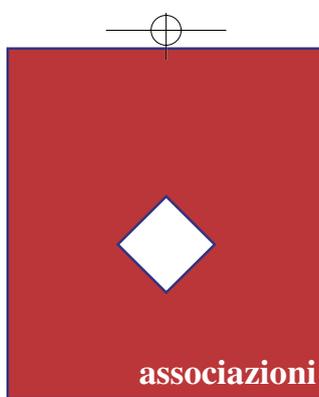
Via Rutilia 17 - Tel. 0257410200

Via Andrea Doria 30 - Tel. 0266715259



mail

Unioneinforma
dicembre 2005



Fiori dal Mercato di Terlizzi (Bari)

Con fioristi e pellicciai effetto inverno per la "prima" della Scala

Un "effetto inverno" per la Prima della Scala mercoledì 7 dicembre con "Idomeneo" di Wolfgang Amadeus Mozart: i fioristi milanesi addobbano i palchi del teatro con 12.000 rose color

avorio rese anche quest'anno disponibili, con il materiale verde, dal Mercato dei fiori di Terlizzi (Ba-

ri). Il lavoro preparatorio dei fioristi viene svolto nei magazzini del Teatro alla Scala di via Capo Rizzuto. "Un allestimento - spiega Anna Lucia Carbognin, presidente dell'Associazione fioristi milanesi - all'insegna dell'essenzialità che contraddistingue la scenografia dell'Idomeneo". Le rose (qualità Vendela) vengono combinate sui palchi con lauro nobilis: l'effetto è quello di eleganti cammei. Per il foyer i fioristi hanno pensato a cornucopie di verde di tuja su sostegni dorati. All'interno la gypsophila (o "velo da sposa"): ramo con piccolissimi

fiori bianchi che consente un effetto cascata di neve. Le cornucopie so-



12.000 rose color avorio per "Idomeneo" di Mozart. Gli operatori dell'Associazione milanese fioristi, come tradizione, prestano volontariamente la propria opera per addobbare gli interni del Teatro. Sui palchi eleganti "cammei" e nel foyer cornucopie con "fiocchi di neve" di volpe bianca (forniti dagli operatori dell'Associazione italiana pellicceria)

no ornate da un "fiocco di

neve": palle di volpe bianca fornite dagli operatori dell'Associazione italiana pellicciai.

Alla fine della rappresentazione, all'uscita dal teatro, rose color avorio vengono donate agli spettatori.

Dal 1985 i fioristi milanesi - salvo brevi interruzioni - hanno sempre curato l'allestimento floreale del Teatro alla Scala. "Vogliamo sentirci a pieno titolo partecipi di un progetto per noi di vasta portata e impegno - afferma Anna Lucia Carbognin - quale segno di riconoscenza e gratitudine nei confronti di uno simboli dell'eccellenza di Milano".

Unioneinforma
dicembre 2005



Contraffazione in Italia sequestri a + 300% Aice: "attenzione a cosa importiamo"

Un messaggio chiaro: quello di non cadere nella trappola di importare prodotti non soltanto contraffatti, ma anche con indicazioni false o fallaci o mancanti dei requisiti di sicurezza. Su questo tema si è incentrato l'incontro promosso mercoledì 23 novembre a Milano - presso l'Unione - da Aice,

Associazione italiana commercio estero. L'iniziativa è stata promossa in collaborazione con l'Agenzia delle Dogane (Direzione Regionale per la Lombardia: è intervenuto il direttore regionale Alessio Fiorillo). Sono stati illustrati ruoli e responsabilità di produttori, importatori, esportatori,

distributori, responsabili degli uffici acquisti, doganalisti. "La contraffazione è un grave danno per le imprese e i consumatori, un crimine - afferma Claudio Rotti, presidente Aice - che mina il funzionamento del merca-

All'Unione di Milano iniziativa dell'Associazione italiana commercio estero in collaborazione con l'Agenzia delle Dogane (Direzione regionale per la Lombardia)

Claudio Rotti, presidente Aice: "la contraffazione 'pesa' dal 5 al 9% del commercio mondiale".

Nel nostro Paese più di 22 milioni i prodotti sequestrati nel 2004. Settori più colpiti (primi 6 mesi del 2005):

informatica ed elettronica di consumo (con oltre il 50% del totale dei sequestri); abbigliamento/accessori (più del 20%) e giocattoli/giochi (10%)

to". I prodotti contraffatti sono quantificabili, secondo un'indagine Ue, in una quota che va dal 5 al 9% del commercio mondiale per un fatturato stimabile tra i 350 e i 550 miliardi di euro. Ed appaiono in costante aumento. Commercio contraffatto che causa la perdita di 200.000 posti di lavoro nei paesi Ue.

Nel 2004 l'attività di contrasto alla contraffazione ha portato, in Italia, al sequestro di più di 22 milioni di pezzi con un aumento, rispetto all'anno precedente, di quasi il 300%. Il settore merceologico più colpito dalla contraffazione è l'informatica/ elettronica da consumo

con oltre il 50% del totale dei sequestri registrati nei primi 6 mesi del 2005; seguono abbigliamento ed accessori (20,5%); giocattoli e giochi, compresi quelli elettronici (10%).



Claudio Rotti, presidente Aice



Alessio Fiorillo, direttore regionale Agenzia delle Dogane





L'assemblea rielegge Dario Bossi presidente

Ascofoto "casa comune" dell'imaging

Ascofoto si trasforma per creare una "casa comune" del mondo dell'imaging. Da associazione solo di fotonegozianti Ascofoto, con una modifica dello statuto, si apre anche ai fotografi e ai minilaboratori. Questa la maggiore novità emersa alla recente assemblea svoltasi a Palazzo Castiglioni ed alla quale ha partecipato il presidente Unione Carlo Sangalli. L'assemblea di Ascofoto ha rieletto per acclamazione Dario Bossi presidente ed eletto il nuovo consiglio direttivo. Consiglio che, successivamente, ha nominato i due vicepresidenti ed i componenti di giunta (cariche sociali: vedi box). Per i soci Ascofoto interessati ha preso il via (prossimi appuntamenti a gennaio, feb-

Modificato lo statuto: apertura a fotografi e minilaboratori

braio e marzo) un percorso formativo curato da Logotel: "bisogna fare formazione - sottolinea Bossi - se nel futuro si vuole sopravvivere sul mercato".



Assemblea Ascofoto: Dario Bossi (a sinistra) rieletto presidente dell'Associazione e il presidente Unione Carlo Sangalli

Ascofoto: le cariche sociali

Dario Bossi (Milano) presidente; Luigi Morello (Vicenza) vicepresidente vicario; Gianni Turco (Torino) vicepresidente; Mario Governa (Milano) giunta; Stefano Messina (Ancona) giunta; Roberto Vajani (Milano) giunta; Alessandro Zini (Russi - Ra) giunta; Pietro Bonanni (Roma) consiglio; Luciano Donadonibus (Barlassina - Milano) consiglio; Giuliana Ferrari (Ponte San Pietro - Bg) consiglio; Giuseppe Giovenzana (Milano) consiglio; Sergio Locatelli (Crema - Cre) consiglio; Manuela Paoletti (Bologna) consiglio; Carlo Pirola (Perugia) consiglio; Danilo Roccatagliata (Milano) consiglio; Giancarlo Torchio (Monza - Mi) consiglio.



Un sacchetto per il pane (foto) distribuito in 200 panifici e rivendite di pane di Milano. Sono 237.000 questi sacchetti con l'appello - e i riferimenti - dell'Associazione italiana studio malformazioni (Asm) per l'in-

Malattie congenite dei bambini Da un sacchetto di pane un aiuto alla prevenzione

cremento delle risorse destinate alla ricerca con l'obiettivo di prevenire le malattie congenite, "flagello" che ogni anno colpisce 28.000 bambini. Asm ha avuto la collaborazione dell'Associazione panifi-

Campagna dell'Associazione panificatori di Milano con Asm (Associazione italiana studio malformazioni)

catori di Milano: la campagna, che si è sviluppata per una quindicina di giorni, ha previsto anche la distribuzione - nei punti vendita coinvolti - di 21.000 pieghevoli per illustrare scopi ed attività di Asm.

Unioneinforma
dicembre 2005



La rassegna di EXPOcts anticipa i tempi della manifestazione con una novità: l'intimo di prestigio

Milanovendemoda cambia data: si svolgerà dal 10 al 13 febbraio

EXPOcts (la spa organizzatrice di fiere partecipata per il 51% da Fiera Milano e per il 49% da Unione di Milano e Confcommercio) anticipa dal 10 al 13 febbraio 2006 Milano-vendemoda: la rassegna si svolgerà come sempre in Fieramilanocity. "Il sistema della



moda e del tessile - afferma in una nota EXPOcts - ha bisogno di rinnovarsi. Ha bisogno di andare incontro alle nuove esigenze del mercato. Ha bisogno di sostenere le aziende strutturate che richiedono di poter produrre e consegnare nei tempi richiesti dai punti vendita. Lo dicono gli espositori dei saloni, ma la voce arriva anche dagli showroom degli stilisti, che ormai già da qualche tempo organizzano le sfilate a chiusura della loro campagna vendite".

"Ritengo che sia la fiera a dover tener conto delle esigenze dell'industria e non viceversa - dichiara Carlo Bassi, amministratore delegato di EXPOcts - il sistema deve sempre più tener conto del cambiamento che la moda ha

avuto negli ultimi anni, dimostrare di saper comprendere i nuovi scenari ed i nuovi modelli che avanzano. In particolare in questo momento economico bisogna dare risposte concrete". "Del resto - continua Carlo Bassi - è un fatto che per espositori ed organizzatori - guardando la realtà internazionale - sia diventato un problema di coerenza intervenire sul calendario. L'intero sistema deve avere il coraggio di voltare pagina, di pensare in modo innovativo al Made in Italy, come a quell'Italian style oggi sempre più importante per moltissimi brand. Che sia una sfida è chiaro, ma sono fortemente convinto che per tutti i radicali cambiamenti siano indispensabili solo i tempi di assestamento. Maturata la necessità, si va avanti".

Per Milanovendemoda EXPOcts mette in campo un chiaro programma ed una strategia. Considerando il successo di visitatori della scorsa edizione (+ 9%: a conferma del riacceso interesse dei compratori per la manifestazione) viene mantenuto il rinnovato layout espositivo di settembre. Per febbraio 2006 è previsto sia un aumento dell'area 1.1 - spazio dall'impronta underground che apre anche al mondo dello streetwear e della jeanseria donna - che del mondo LT, dedicato alle tendenze.

Spazio anche a Luxury - che si rivolge alle aziende più classiche - e nuova attenzione per gli Accessori, sempre più importanti per il guardaroba delle donne. Ma la grande novità della prima edizione 2006 è l'apertura di Milano-vendemoda all'intimo di prestigio.

A sostegno del progetto su Milanovendemoda sono varie le iniziative promozionali che si annunciano nei prossimi mesi. Fra tutte un importante investimento si rivolge all'attività di contatto svolta con i punti vendita italiani ed esteri, per meglio comprendere le loro esigenze all'interno dell'attuale scenario.

In particolare EXPOcts persegue l'obiettivo di consolidare le sue relazioni con i più importanti buying office di nuovi mercati come Russia,



paesi dell'Est, Cina, e paesi del Medio Oriente, oltre che con mercati consolidati come il Far East.

Unioneinforma
dicembre 2005



Accordo fra EXPOcts e il Club degli addetti commerciali delle ambasciate estere in Italia

Siglato a Roma un accordo di collaborazione tra EXPOcts (la spa partecipata al 51% da Fiera Milano e al 49% da Unione di Milano e Confcommercio) e il Club degli addetti commerciali delle ambasciate estere in Italia che raccoglie diplomatici in rappresentanza di oltre 80 ambasciate. L'accordo è finalizzato a rafforzare il network internazionale di EXPOcts, con l'obiettivo di creare occasioni di interscambio reciproco e di business, oltre a supportare la competitività degli espositori sui mercati esteri. L'intesa

Intesa finalizzata a rafforzare il network internazionale della spa fieristica

prevede, tra le altre iniziative per promuovere una più approfondita conoscenza delle manifestazioni di EXPOcts, visite di operatori commerciali alle varie manifestazioni e attività volte ad attrarre gli investimenti per creare nuove opportunità di business. In particolare, nell'ambito di Bit 2006, sarà organizzato un primo incontro operativo e ver-



Carlo Bassi, amministratore delegato di EXPOcts

rà allestita una lounge per il Club degli addetti commerciali delle ambasciate estere.

Le aziende informano

E' un mezzo semplice e geniale: il ciclomotore Moto Martin è omologato per trasportare 100 kg di carico, oltre al conducente. E' potente, scattante, bello ed essenziale. Cosa chiedere di più?

Geniale, nella sua semplicità. E' il mezzo realizzato e distribuito da Moto Martin, azienda milanese che si propone trasversalmente a moltissimi settori commerciali grazie ad una soluzione funzionale, accattivante e davvero "azzeccata". Si tratta di un ciclomotore, dalle linee essenziali, ma non per questo meno "attraenti", studiato appositamente per il trasporto di merce varia. Il dato straordinario è la portata utile di carico, omologata in sede europea per 100 kg. Il mezzo risponde completamente alle moderne esigenze di mobilità su due ruote, rispettando al massimo l'impatto ambientale sia in fatto di inquinamento acustico

che di emissioni di scarico. A renderlo scattante e potente ci pensa il motore AH50L aria di Franco Morini, un motore di derivazione scooteristica con miscelatore separato ed avviamento elettrico. Con un minimo ingombro (1690x1180x755 mm), si ottengono prestazioni super. Il peso in marcia è di 86 kg, e il peso massimo ammesso con conducente è di 265 kg. Il rispetto per l'ambiente, oltre che dalla



Per saperne di più: www.motomartin.it

Bello, scattante, potente Un mezzo universale

grande silenziosità del mezzo, è assicurato dalla marmitta catalitica compatibile con le normative europee Euro 1 ed Euro 2. La forcella anteriore idraulica a steli rovesciati garantisce la sicurezza nella guida, insieme con il freno a disco anteriore e le ruote integrali in lega di allu-

minio con pneumatici 130/70-12. Il carico può essere distribuito in modo ottimale, grazie al portapacco posteriore fisso e ad un portapacco anteriore rimovibile. Il mezzo è provvisto di due serbatoi carburante per complessivi 5,5 litri, e di un serbatoio dell'olio separato. Ampie le dotazioni di sicurezza, come il nuovo proiettore

anteriore di elevata luminosità e gli indicatori di direzione anteriore e posteriore.

Ma non finisce qui: tutto è sotto controllo, grazie al cruscotto integrato dotato di contachilometri e spie varie di sicurezza ed avviamento elettrico. Il mezzo, inoltre, è anche comodo: il comfort nei viaggi urbani ed extraurbani è al top, grazie alla sospensione posteriore con monoammortizzatore e portatarga integrato.

"Ma la vera caratteristica vincente di questo mezzo" commenta Walter Martin, "è la sua incredibile universalità, che lo rende compagno prezioso del lavoro di chi opera in moltissimi settori: chi infatti non ha bisogno di un mezzo agile e pratico che sia nello stesso tempo affidabile e capace di grandi prestazioni?". E come dargli torto?

Unioneinforma

dicembre 2005



oroscopo

Dal 10 dicembre al 10 gennaio

i più fortunati sono... i nati dal 28 giugno al 5 luglio
i meno fortunati sono... i nati dal 25 aprile al 5 maggio



ARIE
(21/3 - 20/4)
Uno stellium di pianeti positivi caratterizza questa fine

d'anno. Mercurio, Venere, Saturno e Plutone vi appoggiano e promettono vacanze divertenti e rilassanti per tutti. Mettete in preventivo un periodo di svago e "rimandate" i problemi a dopo le festività. E' un buon periodo per i vostri viaggi.



TORO
(21/4 - 20/5)
Soprattutto per i nati della prima decade ci sono ancora momenti di

stress e di tensione psicofisica. Saturno, Marte, Giove e Mercurio sono contrari. Cercate di non buttarvi in situazioni che poi non potrete sostenere. Il momento economico è complicato, accuserete anche stanchezza. Avrete bisogno di molta energia nel prossimo anno per affrontare un periodo che ancora non appare tutto rose e fiori. Migliore la situazione per i nati delle altre due decadi.



GEMELLI
(21/5 - 21/6)
Fine anno scintillante per i nati a maggio con Venere positivo, ma

anche per i nati della seconda decade con Nettuno favorevole. Potreste contare su un Capodanno romantico nonostante la dissonanza di Urano renda sempre tutto poco organizzato e deciso all'ultimo istante. Un po' di tensione nei rapporti per i nati della terza decade.



CANCRO
(22/6 - 22/7)
Giove, Marte e Urano positivi per i nati di giugno e di inizio luglio, pro-

mettono una fine d'anno con interessanti novità. Umore molto buono, ottima energia: avrete un'eccellente salute psicofisica. Per i nati a metà luglio Mercurio è, invece, poco positivo e può portare qualche contrattempo passeggero durante i viaggi.



LEONE
(23/7 - 22/8)
Considerando la posizione ostile di Marte, Giove, Saturno e Venere, il

consiglio ai nati della prima decade è quello di risparmiare le energie il più possibile in questo mese di dicembre

cercando di non mettere troppa carne al fuoco. Avete troppo bisogno di riposo: tutto è complicato e per il momento non vi sono vie di uscita. Migliore la situazione per i nati delle altre due decadi.



VERGINE
(23/8 - 22/9)
Marte e Giove positivi "esorcizzano" Urano e Mercurio collocati in posi-

zione più conflittuale per i nati della prima decade. Avrete una grande carica vitale e l'umore vi sosterrà per i piccoli contrattempo che potrebbero verificarsi in questo mese. I nati della terza decade devono cercare di non farsi trascinare dalle situazioni e dai risentimenti: la salute non ne gioverebbe.



BILANCIA
(23/9 - 22/10)
Bellissimi Venere e Mercurio che durante le feste vi sostengono

insieme a Saturno e a Nettuno. Prendetevi un periodo di riposo che sarà sicuramente più positivo e rilassante di quello dello scorso anno. Sono favoriti gli svaghi. Soprattutto per i nati a settembre l'ultima settimana dell'anno si presenterà all'insegna dell'allegria e del divertimento.



SCORPIONE
(23/10 - 21/11)
Marte, Saturno e Venere si pongono di traverso ai nati di ottobre. Il

cielo non brilla particolarmente in questo periodo nonostante l'appoggio di Giove: cercate di equilibrare le energie per evitare stress inutili. Urano continua a favorire i cambiamenti po-



SAGITTARIO
(22/11 - 20/12)
Mercurio nel segno favorisce i piccoli spostamenti, Saturno sostiene i vostri progetti mentre Urano continua a rendere un po' instabile la vita per i nati di novembre che dovrebbero apportare i cambiamenti necessari e cercare di lasciare situazioni che non hanno più ragione di essere mantenute. Può sembrare difficile, ma i pianeti vi sostengono e vi spingono in questa direzione.



CAPRICORNO
(21/12 - 19/1)
Marte, Giove e Urano sono in posizione molto favorevole per i nati a fine

anno. E' un momento certamente positivo sia per le vacanze, ma anche per l'energia che avete, per la risoluzione di problemi, per le questioni legali, per i miglioramenti professionali. Riceverete aiuti da chi vi sta vicino. Buono il rapporto con l'autorità e i colleghi. Per tutti è un periodo piacevole e sereno dopo un anno piuttosto difficile.



ACQUARIO
(20/1 - 19/2)
Giove, Marte e Saturno sono in posizione dissonante: non lasciano

in pace i nati a fine gennaio neanche in questa fine d'anno. Consigliamo di evitare il più possibile situazioni stressanti e compagnie sbagliate. Cercate di rilassarvi: la situazione è già pesante e dovrete sopportare ciò che vi circonda in questo periodo senza eccessive durezze e senza scoraggiarvi. Si consiglia riposo anche ai nati delle altre due decadi: evitate i troppi impegni, non è un momento di grande vitalità.



PESCI
(20/2 - 20/3)
Mercurio resta in posizione conflittuale: potreste accusare un po' di

stanchezza mentale o contrattampi durante gli spostamenti, ma si tratta di cose di poco conto perché Giove vi sostiene con la sua carica di entusiasmo. Ottima energia e vitalità per tutti. Urano invita sempre i nati a fine febbraio a prendere la vita alla giornata senza programmare troppo.

Il cielo del mese

Il Sole è nel Sagittario, entra in Capricorno il 21 dicembre. Mercurio è nello Scorpione, entra nel Sagittario il 12 dicembre e nel Capricorno il 3 gennaio. Venere è nel Capricorno, entra in Acquario il 15 dicembre e ritorna ancora nel Capricorno il 1° gennaio. Marte è nel Toro, Giove è nello Scorpione, Saturno è nel Leone (10°), Urano è nei Pesci (7°), Nettuno è nell'Acquario (15°). Plutone è nel Sagittario (24°). La Luna è piena nel Cancro il 16 dicembre. Il nodo lunare passa da 10 gradi a 8 gradi dell'Ariete.

(A cura di E.T.)