



informa Unione

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



Rapporto "Milano capitale europea" METROPOLI PIU' COMPETITIVA



UNA SCOSSA ALLA TUA BOLLETTA

Affronta con l'Unione il caro-energia
Compila e invia il coupon di pagina 15



● Gruppo Terziario Donna Unione
Conferma di Maria Antonia Rossini



● Renato Borghi rieletto presidente
di Federazione Moda Italia



“Milano per lo sviluppo” spinta alla competitività

Nonostante una situazione economica difficile, a Milano, per il nono anno consecutivo, aumentano le imprese attive di quasi il 2%: un tasso superiore, quindi, sia a quello lombardo che nazionale. Le imprese milanesi creano oltre 700.000 posti di lavoro in Italia e all'estero, con le proprie filiali e partecipazioni.

Una dinamica positiva che sta influenzando sulla capacità di proiezione internazionale di Milano. Aumentano anche le imprese a partecipazione estera con sede in provincia di Milano, raggiungendo il 42% del totale nazionale e impiegando 340.000 addetti.

Milano è, dunque, non solo una “città europea”, ma è anche una città globale.

E nel rapporto “Milano capitale europea” (di Camera di commercio e CERTeT Università Bocconi – vedi pagine successive n.d.r.) Milano è al quinto posto in competitività.

Prima di Milano solo Francoforte, Stoccolma, Amsterdam e Zurigo. Milano guadagna quattro posizioni rispetto al 2001, quando era al nono posto.

Quindi il bicchiere non è solo mezzo pieno, direi che è pieno per tre quarti.

La ricerca individua come indicatori di stato competitivo di una città: l'apertura verso l'esterno, la capacità innovativa, l'ambiente economico e la qualità della vita. Le criticità sono note: dal traffico all'inquinamento, ma l'indice di capacità innovativa è il nostro fiore all'occhiello: prima posizione. Ci seguono città all'avanguardia come Stoccolma, Amsterdam, Francoforte e Zurigo.

Io credo che in questo periodo sia molto importante difendere e promuovere le ragioni dell'economia reale. Dobbiamo dare una spinta alla competitività diffusa, aperta ad istituzioni ed associazioni, rivolta alle piccole e medie imprese. La Camera di commercio avvierà il progetto “Milano per lo sviluppo” che prevede un importante sostegno alle imprese in quattro settori: innovazione, accesso al credito, formazione, internazionalizzazione. Con il progetto “Milano per lo sviluppo” vogliamo raddoppiare le imprese raggiunte, attraverso una collaborazione forte con il mondo associativo.

Promuovere le ragioni dell'economia reale significa più fiducia, tenuta sociale, competitività di sistema. Non vogliamo certo mettere la testa sotto la sabbia per non vedere le difficoltà, ma proprio perché le conosciamo bene guardiamo a tutto ciò – ed è tanto - che va bene. E a Milano aumentano le imprese, l'occupazione, si incrementa l'export, aumentano le grandi infrastrutture, cresce – come ci dice questo rapporto di “Milano capitale europea” – anche la competitività internazionale.

E' da questa base solida che occorre costruire il futuro.



CARLO SANGALLI
Presidente dell'Unione di Milano



ATTUALITA'

2
RAPPORTO “MILANO CAPITALE EUROPEA”: METROPOLI PIÙ COMPETITIVA MA DEVE MIGLIORARE SU TRAFFICO E INQUINAMENTO

Unioneinforma è stato ultimato il 6 giugno.

TI INTERESSA PAGARE DI MENO L'ENERGIA ELETTRICA?

STACCA E INVIA

il coupon a pagina 15

Federazione
Moda Italia
Renato Borghi
confermato
presidente

Conferma di Renato Borghi (vicepresidente dell'Unione di Milano e dell'Unione regionale lombarda) alla presidenza di Federazione Moda Italia, la Federazione nazionale del dettaglio tessile abbigliamento.

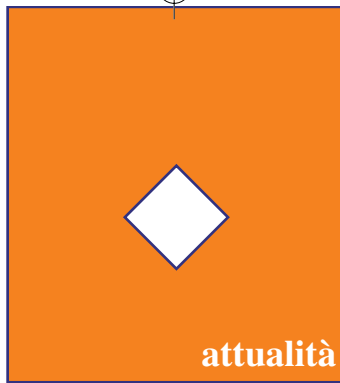


Renato Borghi

L'assemblea elettiva si è svolta a Genova.

Unioneinforma
giugno 2005





Milano? Più competitiva Prima in capacità innovativa

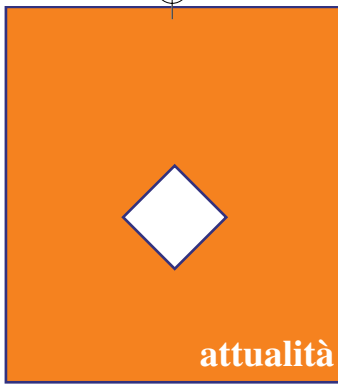
Milano sulla buona strada come "capitale europea". Nel giro di tre anni (2001-2004) ha guadagnato quattro posizioni nella classifica della competitività collocandosi al quinto posto tra le 12 città europee con le quali è in concorrenza diretta. La battono solo Francoforte, Stoccolma, Amsterdam e Zurigo. Le altre (Madrid, Vienna, Lione, Barcellona, Bruxelles, Birmingham e Atene) appaiono staccate. E così si spiega anche la popolarità di Milano presso la stampa

Il confronto con le altre città europee nel rapporto della Camera di commercio in collaborazione con il CERTeT dell'Università Bocconi

europea: risulta la quarta città più citata negli articoli preceduta solo da due capitali (Vienna al primo posto e Madrid al terzo) e

da Francoforte (al secondo posto). E quando si parla di Milano, lo si fa soprattutto per fatti politici, economici, per la moda e la cultura. Il guadagno di competitività di Milano è legato in particolare alla sua capacità innovativa (primo posto), ma anche alla fiera (prima), al valore aggiunto prodotto (prima), al numero di teatri (seconda), alle ferrovie (terza), all'accessibilità aeroportuale (quarta). Non mancano certamente gli aspetti critici sui quali occorre lavorare: così Milano è ultima per

Unioneinforma
giugno 2005



il traffico, penultima per numero di incidenti stradali, nona per l'ambiente. Se si considerano gli indici riassuntivi, Milano è quindi prima per capacità innovativa, settima per l'ambiente economico, ottava per l'apertura verso l'esterno, dodicesima per qualità della vita (decima se si esclude il traffico).

Sono questi alcuni dati che emergono dal secondo rapporto "Milano capitale europea" della Camera di commercio di Milano, realizzato in collaborazione con il CERTeT (Centro di Economia Regionale, dei Trasporti e del Turismo dell'Università Bocconi di Milano).

"La competitività di un territorio - ha commentato Carlo Sangalli, presidente della Camera di commercio e dell'Unione di Milano - in un'epoca in cui la competizione assume veste davvero globale, diventa sempre più complessa. A partire dalla dotazione infrastrutturale su cui una città può fare affidamento, come strade, aeroporti, mezzi pubblici. A questo riguardo a Milano si è fatto molto e bene: basti pensare alla Fiera e a Malpensa, e i buoni risultati di questa ricerca lo dimostrano. Ma non possiamo né dobbiamo dimenticare l'importanza delle risorse



Carlo Sangalli

immateriali di cui è ricca una comunità. A partire dallo spirito imprenditoriale, dalla cultura civica diffusa di Milano. Alcuni nodi rimangono tuttavia aperti, a partire dal traffico e dall'ambiente. Questi sono tutti aspetti caratteristici di una città europea, quale è Milano, che punta a migliorare nel confronto internazionale. Bisogna affrontare questa sfida, insieme, a partire dalle

dopo Francoforte (indice: 17,9); Stoccolma (indice: 16), Amsterdam (indice 16); Zurigo (indice: 15,9). Mentre precede Madrid, Vienna, Lione, Barcellona, Bruxelles, Birmingham e Atene. In particolare, Milano va decisamente bene per

La Camera di commercio sta attivando il progetto "Milano per lo Sviluppo": "un'iniziativa straordinaria - afferma il presidente Carlo Sangalli - aperta a istituzioni e associazioni, rivolta alle piccole e medie imprese, a sostegno della competitività diffusa". L'iniziativa prevede un sostegno alle imprese in quattro settori: innovazione, accesso al credito, formazione e internazionalizzazione. Obiettivo: raddoppiare le aziende a cui ogni anno la Camera di commercio offre direttamente servizi e contributi.

"Milano per lo sviluppo" Dalla Camera di commercio più sostegno alle imprese

La Camera di commercio sta attivando

il progetto "Milano per lo Sviluppo": "un'iniziativa straordinaria - afferma il presidente Carlo Sangalli - aperta a istituzioni e associazioni, rivolta alle piccole e medie imprese, a sostegno della competitività diffusa". L'iniziativa prevede un sostegno alle imprese in quattro settori: innovazione, accesso al credito, formazione e internazionalizzazione. Obiettivo: raddoppiare le aziende a cui ogni anno la Camera di commercio offre direttamente servizi e contributi.

istituzioni legate al territorio, per rendere

Milano un posto in cui lavorare, e vivere, sempre meglio".

Milano e la competitività.

Milano è al quinto posto (+ 4 posizioni rispetto al 2001) tra le città europee con cui è in competizione diretta (indice pari a 15,2 tra un minimo di 0 e un massimo di 20): viene

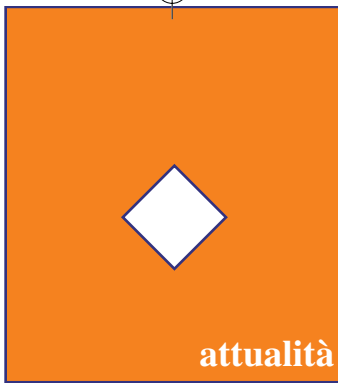


La sede della Camera di commercio milanese

quanto riguarda i suoi vantaggi "relazionali" cioè legati alla capacità di sviluppo, all'innovazione, alla sostenibilità urbana e all'ambiente sociale: in questo caso il capoluogo lombardo sale al quarto posto (+ 2 posizioni rispetto al 2001), preceduto solo da Amsterdam, Zurigo e Stoccolma.

Più in dettaglio Milano presenta diversi punti di forza: in

segue a pag. 4



attualità

Milano? Più ...

segue da pag. 3

particolare in relazione alla sua capacità innovativa (prima per numero di studenti universitari; seconda per addetti nel settore high tech; quinta per brevetti high tech), ma anche per la fiera (prima), per il valore aggiunto prodotto (prima), per i teatri (seconda), per le ferrovie (terza), per l'accessibilità aeroportuale (quarta).

Traffico e sale convegno: punti deboli.

Migliori, rispetto a Milano, le altre città europee considerate su altri fronti: in particolare, tra gli altri, su traffico (ultima posizione), sulla capacità delle sale convegno (ultima posizione), sul numero di incidenti stradali (penultima), sull'ambiente (nona). La ricerca analizza l'apertura verso l'esterno dell'intero

"sistema città", in particolare la capacità delle infrastrutture per la mobilità (aeroporti, ferrovie, autostrade e strade) e la disponibilità di servizi idonei ad accogliere flussi turistici, in particolare il turismo d'affari. In una scala



da 0 a 5 (dove 0 è il minimo), Milano ottiene 2,47 (era il 2,28 tre anni fa) - all'ottavo posto tra le 12 principali

città europee in competizione con lei (+1 rispetto al 2001). Al primo posto in questo indice Francoforte, seguita da Amsterdam, Madrid, Bruxelles, Lione, Zurigo e Barcellona. Se si scompone l'indice e si considerano le sue componenti, la situazione in parte cambia: per quanto riguarda l'accessibilità aeroportuale, Milano si situa al quarto posto (immutata rispetto a tre anni fa), dietro ancora una volta a Francoforte, Amsterdam e Zurigo. Per quanto riguarda la dotazione

infrastrutturale è al settimo posto per dotazione di strade e autostrade (-2 posti) mentre migliora la situazione ▶

EMVA

PER GLI ASSOCIATI DELL'UNIONE

SICUREZZA DEL PRESENTE E GARANZIA PER IL FUTURO

CHIAMA OGGI IL NUMERO

Numero Verde
800-119270

Unioneinforma
giugno 2005

della rete ferroviaria (al terzo posto: +6 posizioni), preceduta solo da Madrid e Barcellona. Per finire, per

è seconda per numero di addetti in settori high tech (superata solo da Francoforte). Milano raggiunge la

(4 rispetto a 3,65). E' preceduta da Francoforte, Zurigo, Stoccolma, Madrid, Bruxelles e Amsterdam.

Più in dettaglio, Milano è al settimo posto per quanto riguarda il valore del Pil pro capite (-1 rispetto al 2001; al primo posto Francoforte, seguita da Bruxelles), al primo per il valore aggiunto ai prezzi di base, al quarto posto per il tasso di disoccupazione (+1 posizione), al settimo posto sia per tasso di attività (+2 posizioni) che per numero di nuove imprese registrate. E infine all'ottavo posto sia per numero di imprese nel settore servizi alle imprese (-7 posizioni) che per numero di addetti in questo settore (-4 posizioni). Migliora invece rispetto a tre anni fa la situazione di Milano per quanto riguarda il numero di imprese quotate in Borsa (dal 10° posto al 6°) mentre risulta stabile per quanto riguarda



Il nuovo polo fieristico a Rho Pero

quanto riguarda la vocazione al turismo d'affari, Milano sale al quinto posto (+4 posizioni), superata da Francoforte, Madrid, Bruxelles e Amsterdam. Se per sale convegno è all'ultimo posto, per manifestazioni fieristiche Milano risulta in vetta (era seconda nel 2001).

Milano e l'innovazione. La ricerca valuta 3 categorie: brevetti registrati nell'anno nel settore high tech; addetti nel settore high tech; numero di studenti universitari. Complessivamente Milano dimostra di avere ottime prospettive collocandosi al primo posto (+5 posizioni rispetto al 2001; punteggio: 5), superando Stoccolma, Amsterdam e Francoforte. In particolare, Milano è prima per numero di studenti universitari, che costituiscono il bacino della futura manodopera qualificata e del capitale umano;

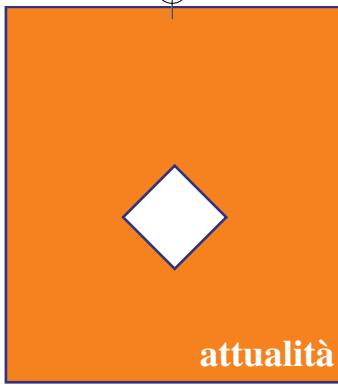
struttura produttiva dell'area e le implicazioni sul tenore di vita dei suoi abitanti, è stato costruito utilizzando le categorie: Pil pro capite; valore aggiunto ai prezzi di base; nuove imprese registrate; imprese del settore "business services"; addetti nel settore dei servizi alle imprese (intermediazione finanziaria; imprese di trasporti, logistica e telecomunicazioni); imprese quotate in Borsa; imprese quotate con sede in città; tasso di disoccupazione; tasso di attività. Complessivamente, Milano conquista la settima posizione (-2 rispetto al 2001), con un punteggio comunque superiore al 2001



L'ingresso dell'Università Bocconi

il numero di imprese con sede in città quotate alla Borsa Nazionale (4° posto assoluto).

segue a pag. 7



Milano? Più ...

segue da pag. 5

Milano e la qualità della

vita. Quest'indice della ricerca è composto dagli aggregati: servizi ricreativi e culturali (cinema, musei, teatri, biblioteche pubbliche); ambiente civico (posti letto in ospedale; posti negli asili nido; tasso di disoccupazione femminile; quota di votanti alle elezioni); traffico e trasporti (linee urbane; vetture in circolazione); sicurezza (incidenti stradali; crimini); ambiente (inquinamento



dell'aria; spazi verdi; rifiuti urbani raccolti).

Complessivamente Milano si colloca all'ultimo posto (- 2 posizioni), anche se con un punteggio superiore al 2001: da 2,2 a 3,3 (ai primi posti: Zurigo, Stoccolma, Vienna e Madrid). Se, però, escludiamo il già citato traffico e i trasporti (ultimo posto: -3 posizioni), l'indicatore qualità della vita sale al decimo posto. Se si vanno ad esaminare i singoli punteggi otte-

nuti nelle diverse categorie, Milano si colloca in buona posizione per quanto riguarda il suo ambiente civico (in sesta posizione: +2 posti. Al vertice: Zurigo; Francoforte e Stoccolma). In particolare: al secondo posto per la quota di votanti; al quarto posto per numero di posti negli asili nido; ottava per numero di

per minore livello di inquinamento dell'aria e all'ottavo posto per minore quantità di rifiuti urbani raccolti).

Nota positiva: il numero di teatri presenti nell'area metropolitana, dove Milano si classifica al secondo posto.

Milano vista dalla stampa.

Sulla base di una analisi svolta su alcune dei più importanti giornali europei (El Pais, The Economist, The Times, Le Monde, Frankfurter, Corsera, il Sole 24 Ore) nell'arco di un periodo di 12 mesi (marzo 2003 - febbraio 2004), Milano è risultata la quarta città più citata negli articoli tra le 12 città con cui è in competizione in Europa, preceduta solo da due capitali (Vienna al primo posto e Madrid al terzo) e da Francoforte (al secondo posto). Milano ha superato invece Stoccolma, Zurigo, Bruxelles, Atene, Amsterdam, Barcellona, Lione, Birmingham. Milano appare una città dove si fa politica (il 29,6% degli articoli su Milano trattano questo

tema) ed economia (11,6% del totale), ma anche moda e design (22,1%), cultura (10,2%). Il

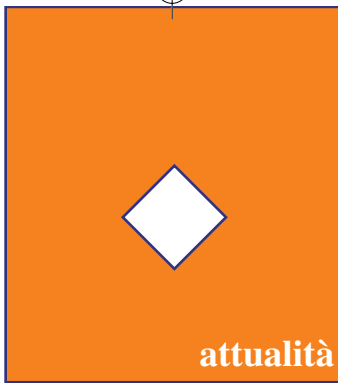
9,6% degli articoli è dedicato alla cronaca; il 4,1% alla Borsa; il 2,9% alla Fiera; il 2,6% alla ricerca; l'1,7% ai trasporti e alla tv-radio-stampa; l'1,5% agli aeroporti.



posti letto offerto dagli ospedali; sesta per tasso di disoccupazione femminile; e per la sicurezza (in sesta posizione: +4 posizioni; ai primi

posti: Madrid e Zurigo. In particolare: al quarto posto per minor numero di crimini registrati, superata solo da Barcellona, Vienna e Madrid; ma all'undicesimo posto per minor numero di incidenti stradali). Meno brillante la situazione per quanto riguarda l'ambiente (al nono posto: +3 posizioni rispetto al 2001. In particolare: al quinto posto per spazi verdi con accesso al pubblico; al settimo posto

Unioneinforma
giugno 2005



“Terziario Futuro” secondo i manager

E' stata presentata nella sede Unione dal Comitato provinciale servizi l'indagine “Terziario Futuro”, realizzata da Cfmt (Centro formazione management terziario). Un osservatorio con arco temporale fino al 2007 per individuare – sentendo un campione di manager d'azienda esperti dei vari settori - rischi e opportunità del comparto tenendo conto anche delle influenze di fattori istituzionali, politici, economici e sociali: dall'influenza che avrà l'Unione Europea sul territorio del nostro Paese, alle trasformazioni della struttura socioeconomica italiana, all'evoluzione dei valori, dei desideri e dei bisogni nella popolazione italiana, fino agli effetti che i processi di internazionalizzazione produrranno sulle strutture aziendali, alle nuove modalità di produzione e di gestione, alle tipologie professionali in crescita o in declino e all'impatto dell'innovazione tecnologica sul terziario. Economico, sociale e organiz-

zativo i tre scenari sui quali si è sviluppata la ricerca. Dal punto di vista dello scenario economico le maggiori opportunità vengono individuate nell'aumento della

Presentata dal Comitato provinciale servizi Unione l'indagine realizzata da Cfmt (Centro formazione management terziario). Ottimismo per i servizi alla persona e i servizi avanzati. Timori per la diminuita capacità di reddito e l'inadeguatezza della classe dirigente nel porre il comparto come fulcro dello sviluppo

domanda dei servizi alla persona e dei servizi avanzati,



nella tendenza ad innovare l'offerta e nell'allargamento dei mercati di sbocco (in particolare i cosiddetti Paesi emergenti). L'attuale debolezza economica e la diminuita capacità di reddito in una crescente fascia di popolazione, sono invece i fattori di maggior ostacolo. Il primo rischio che i manager d'azienda individuano nello “scenario organizzativo” è la sostanziale inadeguatezza della classe dirigente nel porre il terziario come fulcro dello sviluppo.

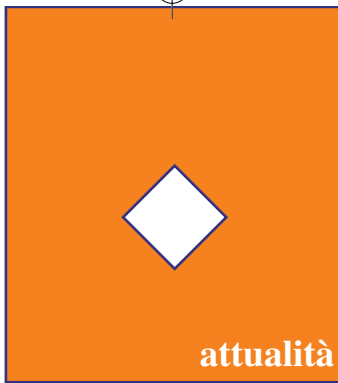
EMVA
PER GLI ASSOCIATI DELL'UNIONE

**RISPARMIO A RENDIMENTO
MINIMO GARANTITO**

CHIAMA OGGI IL NUMERO

Numero Verde
800-119270

Unioneinforma
giugno 2005



I risultati della ricerca che Confcommercio ha commissionato al Censis

Terziario, da gregario a maglia rosa

Il terziario è la struttura portante dell'economia italiana. Un dato confermato dalla ricerca "Più terziario, più sviluppo" che Confcommercio ha commissionato al Censis. Le attività nel terziario contribuiscono alla formazione di oltre il 60% del valore aggiunto nazionale, assorbono più del 50% del totale degli occupati, crescono in termini sia di unità produttive che di addetti a ritmi più che doppi di quanto è possibile registrare nell'agricoltura e nell'industria.

Il terziario "si sostanzia oggi in oltre 3 milioni di unità locali delle imprese, un'agorà talmente vasta e ricca di professionalità, in grado di operare su fronti e con modalità spesso molto diverse" per le imprese, per le famiglie. Complessivamente il settore raccoglie in sé "circa il 60% delle imprese totali operanti in Italia e anche escludendo il vasto sistema del commercio, le imprese di servizi (servizi alle imprese e alle persone, esclusi quelli della Pubblica amministrazione) rappresentano il 37% del totale del nostro sistema produttivo, superando il 40% se si aggiungono le attività terziarie legate al turismo, oggi in forte espansione". Inoltre, è "il tessuto connettivo dell'economia e della società italiana, ed è per questo che nessun cambiamento che interessi il Paese può avvenire senza transitare dai processi e dalle innovazioni che riguardano tale comparto". Il settore "possiede al

Raccoglie il 60% delle imprese e rappresenta i due terzi del valore aggiunto nazionale

suo interno il vero differenziale di sviluppo, vale a dire le conoscenze e le capacità di applicarle, che rappresentano l'unica risorsa attraverso la quale far recuperare terreno alla nostra economia sempre



più non solo minacciata, ma dipendente dai Paesi emergenti, un tempo l'Est Europa ed oggi l'Asia".

Il sistema produttivo italiano, continua la ricerca, "da anni non si incardina più nello schema 'terziario-industria', bensì in quello 'industria-terziario', ossia un rapporto in cui l'occupazione, gli investimenti, la creatività e le risorse si trasferiscono dalla prima al secondo, con processi moltiplicativi della crescita".

Le attività terziarie legate al sistema del commercio, ma soprattutto quelle avanzate, rappresentano "il 63,5% del valore aggiunto nazionale". Le potenzialità di crescita "non si sono ancora esaurite posto

che, dagli anni Novanta, la quota del terziario sul valore aggiunto nazionale aumenta ad un tasso medio annuale superiore all'1%". Inoltre, negli ultimi 30 anni, gli occupati nei servizi, al netto della Pubblica amministrazione, "sono quasi raddoppiati, passando da 4 milioni 679 mila (pari al 28,4% del totale degli occupati) a 9 milioni 410 mila (pari al 53,6% del totale degli occupati)".

"Sono cresciute - si prosegue nella ricerca - non solo le imprese operanti in molti segmenti tradizionali, ma anche e soprattutto quelle attive nell'intermediazione finanziaria e monetaria (+194,8% di nuove imprese, +148,3% di unità locali e +33,7 addetti per unità locale), nelle attività immobiliari, di ricerca professionali e nell'informatica (+905,2% imprese, +317,3% unità locali, +254,2% addetti alle unità locali delle imprese)".

Guardando ai dati relativi all'evoluzione del settore 'alberghi e ristoranti' che nei censimenti rappresenta il cuore del settore turistico italiano, si osserva un andamento che ripropone altre dinamiche di crescita: "dal 1991 al 2001 sono cresciuti infatti sia le imprese che gli addetti dei settori, quali i villaggi turistici, i ristoranti e i bar che offrono anche forme di spettacolo. I ristoranti con annesso intrattenimento sono cresciuti del 191,5%, i bar con lo stesso servizio il 148,1%, i villaggi turistici del 96%".

Unioneinforma
giugno 2005

E' in programma dal 21 al 25 ottobre, nel polo fieristico di Rho Pero, Host, la più qualificata esposizione mondiale dedicata all'ospitalità professionale: prima grande manifestazione ad occupare uno spazio significativo nei nuovi padiglioni di Fiera Milano. Organizzata da EXPOcts, alla manifestazione



Dal 21 al 25 ottobre in Fiera Milano a Rho Pero

sono collegati anche i saloni Sic (Salone internazionale del caffè - *in questa pagina*) e Hotel Emotion (innovazione nell'industria alberghiera - *vedi la pagina di fronte*) che si rivolge ai principali settori della ristorazione: equipment, ecology, services, food, technology & safety, contractor, furnishing, hotellerie, wellness, buildware e open air.

Di rilievo i risultati commerciali e quindi le prospettive di Host: su uno spazio espositivo di 100.000 metri quadrati netti opereranno 1.500 aziende, di cui 350 estere. Dati ancora più significativi se calati in un momento economico non facile. La ristorazione in Italia vanta la presenza di aziende leader e negli ultimi anni sta registrando un incremento di nuove realtà appartenenti al mercato estero. Il mondo

della ristorazione professionale trova ad Host il luogo ideale dove poter esprimere

l'offerta globale del settore. Gli operatori della ristorazione collettiva e commerciale, del catering, delle collettività, del turismo e della progettazione hanno in Host un vero e proprio riferimento per il food-service, il meglio della produzione nazionale ed

Tutto il mondo del caffè in 7000 metri quadrati netti: con i principali produttori, importatori e torrefattori e le più qualificate aziende industriali che producono macchine per la lavorazione del caffè ed il suo confezionamento. A

Sic si danno appuntamento anche le associazioni e le aziende di servizi per il trasporto e la pro-

mozione del prodotto. Nel Salone viene rappresentato l'intero ciclo produttivo del prodotto: dal caffè verde alla degustazione. Già ora gli espositori (110) sono molto più numerosi dell'edizione precedente, su una superficie raddoppiata.





fiere - expo cts

estera, i prodotti più innovativi, le linee di tendenza che contrassegneranno l'evoluzione futura della ristorazione professionale. Host, infatti, è uno spazio espositivo comprendente arredamenti e tecnologie per alberghi, ristoranti, complessi turistici e sociali, residence e ogni altra struttura ricettiva, complementi d'arredo per bar, gelaterie e pasticcerie. Ma anche attrezzature per bar e macchinari per la produzione, conservazione e distribuzione del gelato artigianale. Host è una manifestazione che nella sua rinnovata formula espositiva consente un'ampia interazione tra



aziende e operatori del settore.

Il Salone dedicato all'innovazione del sistema alberghiero, è uno dei protagonisti di Host. Su uno spazio espositivo di 17.000 metri quadrati netti opereranno 300 operatori nazionali ed internazionali. Hotel Emotion è l'area espositiva di qualità che rappresenta il mondo dell'hotellerie con contract, furnishing, technology, wellness, services, buildware, open air, ecology. Un salone dove albergatori, operatori, gestori di ristoranti, bar, fast food e mense, progettisti e designer, contractor, società di engineering, gestori di collettività e comunità potranno trovare innovative proposte per il loro business ed



interessanti opportunità di aggiornamento grazie anche ad importanti momenti di incontro e confronto sui temi di più attuale interesse per il visitatore professionale

Il mondo dell'hotellerie e dell'hotellerie sta vivendo un momento di fermento e vivacità grazie anche al fenomeno dei design hotel e alle nuove opportunità di crescita provenienti da paesi emergenti come Cina, India, Russia o dai paesi mediorientali. Così il Salone, confermando il suo ruolo di "osservatorio di tendenze", in questa edizione ha attiva-

to nuovi strumenti di marketing: un'intensa attività di comunicazione mirata con media partner internazionali e un "buyer team" che opera con i più qualificati operatori italiani ed internazionali attraverso un database di 60.000 contatti. Uno strumento che comunica costantemente e direttamente con le più prestigiose catene alberghiere, con gli hotel a 4 e 5 stelle, ma anche con le building company, con i contractor, con architetti e designer; oltre, naturalmente, che con gli operatori del settore. Un nuovo ed utile strumento, per incrementare l'interazione tra domanda e offerta.

Hotel Emotion – che nell'ospitalità professionale identifica un comparto nel quale le aziende italiane detengono una forte leadership – rappresenta un appuntamento internazionale unico ed un'occasione per l'industria alberghiera di essere protagonista dell'innovazione del sistema.

I molteplici aspetti del matrimonio - abiti ed accessori per la sposa, alta moda maschile e per la cerimonia - sono i protagonisti della 28° edizione di "Si Sposaitalia Collezioni". La manifestazione, organizzata da EXPOcts, si svolge dal 24 al 27 giugno nei padiglioni 18 e 19 di Fiera

tendenze del settore. Tra i nomi previsti, quest'anno per



sciuti a livello internazionale, ha l'obiettivo di potenziare e agevolare la presenza al Salone di nuovi buyer. A conferma dell'attività intrapresa, da segnalare la partecipazione di delegazioni provenienti da mercati emergenti come Russia, Polonia, Ungheria, Ucraina, Repubblica Ceca e Lituania: paesi in crescita ritenuti un bacino di estremo interesse per lo sviluppo di questo comparto. Infine ci sarà spazio a workshop ed eventi, tra cui una sfi-

Si SPOSAITALIA
COLLEZIONI

Milano City (con ingresso da Porta Carlo Magno). Il salone si sviluppa su uno spazio espositivo di 14.000 metri quadrati e si prevede - con una presenza di 122 aziende espositrici di cui il 20% estere - un incremento del 10% rispetto alla precedente edizione. Una crescita significativa che, vista la diminuzione del numero dei matrimoni registrata in questi ultimi anni, rappresenta un risultato certamente importante. Risultato raggiunto anche puntando sull'elevato standard qualitativo di un'offerta nazionale ed internazionale ed attraverso un mirato lavoro

*Dal 24 al 27
giugno
nei padiglioni
18 e 19 di Fiera
Milano City*

di "scouting". Elementi che consentono sempre di più alla manifestazione di rappresentare nella sua globalità lo scenario e le la prima volta Christian Lacroix e Floranna, Soprani uomo e Pastore, Facis uomo e Rosa Clarà, ma anche Imec intimo e Rosy Garbo e marchi di nicchia come Soleil de Minuit o Martine Dayan, produttori di particolarissimi accessori. Tra le novità di questa edizione figura, inoltre, il rinnovato layout espositivo. Nasce un nuovo percorso, figurato da diversi colori - verde per gli accessori, blu per l'uomo, rosa shocking per la sposa e la cerimonia - per una maggiore funzionalità alla visita della mostra. Cuore della manifestazione è l'area designer collocata al centro di questo percorso. Molte, poi, le iniziative promozionali a supporto del Salone, come il potenziamento della struttura di un "buyers team" dedicato che, operando attraverso un selezionato database di operatori ricono-



lata di Barbie che esprimerà le idee più creative e le tendenze emerse in questa edizione. Eccezionale testimonial di Si Sposaitalia Collezioni 2005, Barbie indosserà 20 modelli da sposa appositamente ideati dagli espositori e selezionati da una commissione composta dalla direzione artistica di Mattel Italia.



Unioneinforma
giugno 2005

E' in programma nel nuovo polo di Fiera a Rho Pero, dal 21 al 24 ottobre, Expotrade: la manifestazione, organizzata da EXPOcts, dedicata al retail e in particolare al franchising. Expotrade si svolge in contemporanea con Host (Salone internazionale dell'ospitalità professionale) con il quale condivide, oltre allo spazio espositivo, la forte presenza di operatori commerciali qualificati. Anche quest'anno gli organizzatori stimano un incremento per la manifestazione (allestita su una superficie di 9.000 metri quadrati netti).

Expotrade è il riferimento europeo per tutte quelle aziende che hanno come clienti negozi, reti di vendita e centri commerciali. Al Salone, infatti, è possibile incontrare tutti gli attori del sistema distributivo. E' inoltre un'occasione per presentare idee e progetti innovativi per gli operatori del commercio interessati alla ricerca di partner distributivi e di nuovi format di franchising. Cuore di Expotrade è Franchising & Partnership, (il Salone internazionale del franchising, licensing e partnership distributive) che quest'anno è giunto alla sua 20° edizione. In questi vent'anni il sistema dell'affiliazione commerciale ha naturalmente subito profondi cambiamenti. Sono nati nuovi format distributivi che hanno una propria "mission", un mercato e un target precisi e uno specifico posizionamento di prodotto e prezzo in linea con la propria immagine. Sono inoltre comparsi sul mercato nuovi

marchi, creati appositamente per essere distribuiti con la formula in franchising. Si è passati da modelli di franchising puro - che hanno contraddistinto la formula distributiva degli anni '80 - a nuove realtà dalle molteplici caratteristiche con la profonda modifica del mondo del retail. E' questo lo scenario che ha portato Expotrade a riunire in un unico concept le varie identità (Franchising & Partnership, Shop Project, Tecno Trade, BiCom, Trade Visions) che coinvolgono il

progettazione di negozi e spazi commerciali). E' un'area espositiva specializzata nella quale i fornitori di allestimenti per negozi, visual merchandising, progettazione di punti vendita, presentano la loro offerta.

Tecno Trade (tecnologie, impianti e servizi avanzati per la distribuzione). Un appuntamento di

*Fiera Milano,
polo di Rho
Pero, dal 21
al 24 ottobre*



rilevo in Italia per i fornitori di tec-

nologie, servizi e soluzioni tecniche per le aziende della distribuzione. Tecno Trade propone le innovazioni ed i prodotti necessari al commercio: software, sistemi di pagamento, etichette elettroniche, sistemi di sicurezza, impiantistica specializzata, servizi di logistica.

BiCom (immobili commerciali). Punto di riferimento sul mercato nazionale e internazionale per agenzie immobiliari e società di sviluppo nella distribuzione. Un momento di contatto tra la domanda e l'offerta di location qualificate.

Trade Visions (scenari sul futuro del retail). Uno spazio di ricerca dove si presentano le tendenze del trade del futuro, le modalità di come faremo shopping.. Un'autorevole vetrina per conoscere e vedere in anteprima le tendenze del commercio.



sistema del commercio moderno. Facendolo così diventare - rilevano gli organizzatori - il primo salone europeo del settore.

Franchising & Partnership. E' il Salone Internazionale di maggior rilevanza in ambito nazionale ed europeo per lo sviluppo delle reti in franchising, per l'affiliazione e i contratti di licensing. E' lo strumento migliore per lo sviluppo della rete: a fianco di catene leader, interessate ad accrescere la propria notorietà, sono presenti reti franchising giovani, per i quali il salone costituisce un adeguato trampolino di lancio.

Shop Project (allestimento e

stacca e invia



Manda il coupon: l'energia costerà meno

*Verifica i tuoi impianti
con un check-up gratuito*

Terziario Energia, la società costituita dall'Unione Regionale Lombarda del Commercio, del Turismo e dei Servizi e dalle 11 associazioni commercianti dei capoluoghi di provincia lombardi, ha siglato un accordo con la società **Energia e territorio spa** per offrire agli associati dell'Unione di Milano e provincia la concreta possibilità di ridurre i propri costi legati al consumo di energia elettrica. Stipulando uno specifico contratto l'associato ottiene un **risparmio sul costo dell'energia con la garanzia contrattuale di uno sconto minimo garantito**. Ed è anche possibi-

le verificare i propri impianti con un **check-up gratuito**. Come? Scoprillo contattando

la tua associazione o il Club della sicurezza.

Cosa bisogna fare per beneficiare degli sconti sulla fornitura di energia elettrica?



Occorre compilare e restituire il coupon pubblicato in questa pagina:

per posta (al Club della sicurezza, ambiente & qualità di Promo.Ter Unione - via Serbelloni 7, 20122 Milano)

per fax inviandolo allo 02/76.01.76.77

per e mail (riportando i dati inseriti nel coupon e facendo riferimento a questo numero di Unioneinforma) scrivendo a:

club.energia@unione.milano.it

consegnandolo alla tua associazione territoriale o di categoria

Spettabile
Club della sicurezza, ambiente & qualità
via Serbelloni 7 - 20122 Milano

Y
do

Sono interessato agli sconti sulla fornitura di energia elettrica e desidero quanto prima essere contattato per conoscere meglio i termini del risparmio energetico.

ragione sociale:

referente:

indirizzo:

città:

tel:.....

fax:.....

e-mail:.....

Autorizzo l'uso dei dati personali qui contenuti ai sensi del Dlgs 196/03.

Unioneinforma
giugno 2005

A colloquio con il presidente Marco Calderazzo

Assorecuperi: con l'Unione sull'ambiente unità d'intenti

“Delega al Governo per il riordino, il coordinamento e l'integrazione della legislazione in materia ambientale” è il tema del convegno promosso il 27 maggio in Unione da Assorecuperi. “Le finalità della nostra iniziativa – spiega il presidente di Assorecuperi Marco Calderazzo – sono state pienamente raggiunte attraverso un'analisi approfondita delle criticità dell'impianto normativo della Delega ambientale nel sistema normativo nazionale in materia di ambiente. Assorecuperi, in questo contesto normativo, trova slancio ed

Al convegno sulla “Delega al Governo per il riordino, il coordinamento e l'integrazione della legislazione in materia ambientale” l'intervento del segretario generale Unione Costante Persiani. In Unione entro la fine del 2005 un ciclo di convegni su temi dedicati alle concrete problematiche in materia ambientale

ra di un documento dell'euro-parlamentare Guido Sacconi, vicepresidente della Commissione Ambiente dell'Unione Europea. “Con la sua nota Sacconi ha voluto illustrare la posizione e gli indirizzi Ue in materia ambientale”. Dal suo intervento – rileva Calderazzo – si evince il giudizio severo della Commissione su taluni contenuti della legge delega. Aspetti critici – che la delega

richiamare l'attenzione e l'interesse concreto degli operatori del recupero con un programma di interventi mirati, e contestualmente a ottimizzare le prospettive di collaborazione con l'Unione di Milano, in completa sintonia con l'intervento di introduzione al convegno del 27 maggio di Costante Persiani, segretario generale Unione che ha tracciato, sui temi ambientali, una vera e propria ipotesi di collaborazione operativa tra Unione e Assorecuperi”.

“Anche per raggiungere quest'obiettivo Assorecuperi, nella propria sede naturale che è l'Unione, entro la fine del 2005 – annuncia Calderazzo – ha in programma un ciclo di almeno tre convegni su temi dedicati alle concrete problematiche in materia ambientale”.



Costante Persiani



Il convegno di Assorecuperi: Marco Calderazzo è il primo da destra

impegno a ricostituire l'impianto associativo su base sindacale dove la divisione in categorie sembra definitivamente superabile, a vantaggio di una larga piattaforma di operatori del recupero”. Al convegno – al quale è intervenuto anche il segretario generale dell'Unione di Milano Costante Persiani (foto a destra) – è stata data lettu-

ambientale porta nei 54 commi del suo unico articolo 1 – che Assorecuperi, nel convegno, non avrebbe potuto non rimarcare”. Calderazzo si sofferma sui prossimi impegni dell'Associazione: “Sono tutti finalizzati a rinvigorire la base associativa e ad abbandonare definitivamente l'inutile antagonismo tra categorie. Quindi a

News

Fiabci Italia Francesco Valletta presidente

In Unione l'assemblea elettiva di Fiabci Italia ha eletto all'unanimità Francesco Valletta presidente. Ecco il nuovo consiglio direttivo: con il presidente Francesco Valletta, il presidente onorario Giorgio Viganò e i consiglieri Herbert Arquín, Emanuele Barbera, Alexander Benedetti, Alessandro Berlincioni, Antonio Campagnoli, Roberto Furbatto, Nisso Gai, Davide Giuliano, Daniela Giussani, Natascha Jeuck, Lucio Monaca, Cristiano Nava, Sonja Pedoia, Maurizio Pezzetta, Adriana Sala Campagnoli, Fabio Sandrini, Umberto Soprani, Leonardo Violante.

“Il commercio ‘racconta’ Milano” gli imprenditori “storici” visti da vicino

“Un arrivederci” abbiamo titolato nello scorso numero del giornale informando della conclusione della prima fase delle interviste di “Il commercio ‘racconta’ Milano”, l’iniziativa promossa con il Centro per la cultura d’impresa. Una cinquantina le interviste a imprenditori commerciali milanesi finora realizzate: la prima intervista è stata pubblicata su *Unioneinforma* nell’aprile del 2001. Con Giuseppe Paletta, direttore del Centro per la cultura d’impresa, e Sara Talli Nencioni, la collaboratrice del Centro che ha seguito la maggior parte delle interviste, compiamo un bilancio del lavoro fin qui svolto. Lavoro che troverà un ulteriore sbocco nella pubblicazione, in preparazione da parte dei curatori con la Camera di commercio, di un

Una banca dati qualitativa

Giuseppe Paletta: “Penso sia stata realizzata una delle più significative banche dati sulla piccola impresa commerciale in Italia. Nell’analisi delle microimprese, solitamente, è il numero che prevale rispetto a tutto. Solo con i dati numerici di fatto è ‘riconoscibile’ la microimprenditoria. Ma dietro i numeri ci sono le persone. Con le interviste, la piccola impresa commerciale ha espresso volti, storie e problemi che nulla hanno da invidiare alla media e alla grande imprenditoria. E’ stata quindi creata una banca dati spic-

Abbiamo tracciato un bilancio con il Centro per la cultura d’impresa: il direttore Giuseppe Paletta e Sara Talli Nencioni (la collaboratrice del Centro che ha seguito il più alto numero d’interviste). E sono emersi spunti molto interessanti...



La storia della città attraverso le imprese più antiche che hanno saputo rinnovarsi assicurando ai nostri giorni senza perdere la propria identità.

catamente qualitativa: questo è il dato importante”.

L’identità dell’imprenditore commerciale

Giuseppe Paletta: “Dalle storie è emersa la qualità dei percorsi imprenditoriali. I piccoli commercianti sono una classe che non parla, di fatto una ‘maggioranza silenziosa’. Questo costituisce un grave squilibrio per il nostro sistema imprenditoriale rappresentato, nel tono e nel peso delle dichiarazioni, soltanto da una minoranza. Da ciò deriva

libro con una selezione delle storie pubblicate. “Quello che ora ci interessa – afferma Paletta – è allargare questo campione di imprenditori intervistati così da avere un quadro più completo. Ci preme molto, era già negli obiettivi iniziali, conoscere ad esempio le storie delle imprese commerciali dei centri della provincia milanese”. “Ci interessa molto – prosegue Paletta – anche tornare sui nostri passi e monitorare, a distanza di tempo, chi abbiamo intervistato. Ci sono aziende familiari che nel frattempo hanno chiuso. Altri – è il caso di Elda Chierichetti, (Ottica Chierichetti n.d.r.) – hanno, per tramandare e preservare la storia imprenditoriale di tanti anni, individuato invece interessanti forme di successione d’impresa con il coinvolgimento dei collaboratori”.

anche un abito mentale. I commercianti, quando li intervistavamo e si sentivano chiamati con l’appellativo di imprenditori, sembravano a disagio: erano più abituati a sentirsi chiamare negozianti. Le interviste hanno avuto quindi anche il merito di porre positivamente un problema di identità”.

Le radici storiche dell’impresa

Sara Talli Nencioni: “E’ emersa l’importanza di valorizzare le radici storiche dell’impresa, ma anche la difficoltà di questo compito. E’ stato abbastanza facile trovare fotogra- ▶

fiè: più difficile invece recuperare documentazione d'epoca sull'attività d'impresa. Con le interviste siamo riusciti in qualche modo a salvaguardare la storia delle famiglie d'imprenditori e a dar loro visibilità".

La valenza sociale del commercio milanese

Giuseppe Paletta. "Con tanti frammenti di memoria che ricostruiscono il percorso dell'impresa e della famiglia abbiamo complessivamente potuto ricostruire la memoria di un sistema. Ed è emersa la valenza sociale del commercio milanese. Nel raccontare, nel parlare dei colleghi competitori, gli intervistati si



Giuseppe Paletta

sono sentiti gruppo. Si è percepito nella maggioranza dei casi un orgoglio che nasce proprio dalla capacità e cura di sviluppare un'attività imprenditoriale. La 'molla' dell'orgoglio della propria storia è palese: sono imprenditori che lavorano ed operano non solo per ragioni di profitto. Anche le nuove generazioni hanno a cuore la storia della famiglia: Nell'ultima generazione si avverte la responsabilità del lascito di storia ed esperienza avuto da chi li ha preceduti e per i giovani vale la stessa motivazione dei padri e delle madri".

Il problema della successione

Sara Talli Nencioni. "Come è intensa la responsabilità nei

confronti della propria storia familiare, altrettanto drammatico può essere il contrasto che si crea quando arriva il momento di pensare alla suc-



cessione della conduzione d'azienda. Il rifiuto del figlio a seguire l'attività paterna e materna, lo abbiamo verificato, può essere vissuto come un 'tradimento'. Nella maggior parte dei casi i giovani della terza generazione hanno compiuto studi più lunghi. Questo li porta, poi, a non voler affrontare un'attività certamente faticosa qual è quella commerciale".

Come sono cambiati Milano e il commercio

Sara Talli Nencioni. "Un altro dato che è emerso preponderante nelle interviste effettuate è la percezione di come sia stato forte il cambiamento di Milano. Tutti, più o meno - bisogna ricordare che stiamo parlando d'impresе con una lunga tradizione - hanno detto che Milano, e il commercio, non sono più quelli di una volta. Si ha sempre meno tempo e quindi la relazione con il cliente è più superficiale mentre d'altra parte viene richiesto un prodotto sempre più personalizzato. Ci sono nuovi clienti, cambia la popolazione. Dal punto di vista storico i grandi spartiacque sul 'vissuto' che i protagonisti delle interviste hanno di Milano sono sostanzialmente due: la Seconda guerra mondiale con la temporanea interruzione dell'attività commerciale e, vent'anni dopo,

l'arrivo della metropolitana".

L'effetto metropolitana

Giuseppe Paletta. "La vicenda dell'avvento della metropolitana è molto interessante. Non stiamo parlando dei disagi sull'attività di vendita per il periodo di scavi e lavori, ma proprio dello sconvolgimento dei flussi di persone che transitano nelle strade. Improvvisamente le vetrine non vengono più viste perché la gente si muove sottoterra. Sembra, questa, una cosa ovvia, ma l'effetto per il commercio sulle zone interessate dal transito della linea rossa della metropolitana è stato rilevante. Ci sono imprenditori che hanno raccontato come alcune vie, per i rallentamenti al traffico che si creavano, erano 'eccezionali' dal punto di vista del richiamo commerciale delle vetrine. Tutto cambiato con la metropolitana".

Commercio più "ingabbiato"

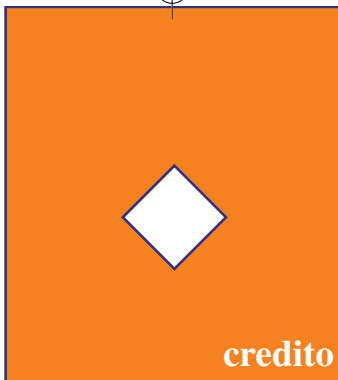
Sara Talli Nencioni.

"Un altro segno, più generale, del cambiamento che gli imprenditori avvertono è quello della maggior complessità delle regole da seguire nello svolgimento quotidiano della propria attività".



Sara Talli Nencioni

Giuseppe Paletta. "Regole oggettive, meno malleabili, quindi più rigide. Rigidità - e conseguente peso - che si avverte di più quando il momento economico, come ora, è difficile ed occorrerebbero invece tutte le energie per reggere una competizione sempre più agguerrita".



Con Fidicomet i contributi della Camera di commercio in conto abbattimento tassi

La Camera di commercio di Milano ha emesso il bando 2005 per gli incentivi agli investimenti delle piccole e medie imprese attraverso l'abbattimento dei tassi d'interesse. L'iniziativa è rivolta alle pmi che, alla presentazione della domanda di agevolazione devono aver ottenuto tramite Fidicomet (la cooperativa fidi

Unione) un finanziamento/leasing garantito, con durata minima di 36 mesi, regolato a un tasso di interesse non superiore a Euribor 6 mesi + 1,5% (lo "spread" è elevato al 2,5% per il leasing). L'abbattimento dei tassi di interesse è pari all'1,5% o al 2% per nuove imprese, imprese a prevalente composizione femminile e giovanile. In entrambi i casi l'importo agevolabile (calcolato sulla base delle spese d'investimento documentate e ammesse, Iva esclusa) non può essere infe-

riore a 13.000 euro. La domanda di ammissione al contributo, dopo aver ottenuto tramite Fidicomet l'erogazione del finanziamento, va presentata a Fidicomet entro il 15 febbraio 2006 (Fidicomet le trasmetterà alla Camera di commercio). Il contributo in abbattimento tassi verrà liquidato in un'unica rata dopo almeno 6 mesi dalla data di ricezione della domanda.

**Per informazioni rivolgersi
allo Sportello
delle agevolazioni e
del credito Unione presso
Fidicomet, tel. 027630021**



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

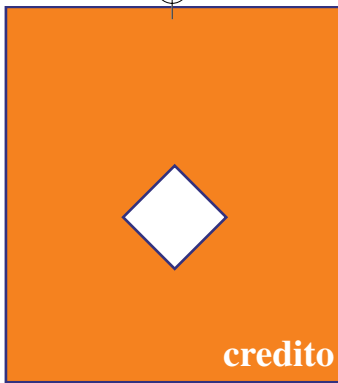
Lettere ordinarie, prioritarie, raccomandate, posta target

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



Unioneinforma
giugno 2005



credito

Finanziare il pagamento delle imposte Convenzione Fidicomet-Banca di Legnano

Fidicomet (la cooperativa fidi dell'Unione di Milano) ha stipulato un accordo con la Banca di Legnano. Obiettivo: finanziare il pagamento delle imposte (Irpef, Ires, Irap, Iva). Nell'ambito dell'accordo è stata concordata una procedura d'urgenza per accelerare i tempi di perfezionamento delle operazioni.

Per informazioni contattare

Fidicomet: 02/7630021.

fidicomet
Fondo di Garanzia per il Credito al Commercio e al Turismo

Bidielle

Ecco
le condizioni:

✓ tasso : euribor 3m + 1,375%;

✓ rate: mensili;

✓ garanzia Fidicomet: 50% dell'importo finanziato;

✓ durata massima dell'operazione: 12 mesi;

✓ importo massimo: 50.000 euro (importo massimo raggiungibile anche con più operazioni).

Finanziamenti per i brevetti

La Provincia di Milano ha emesso un bando per il sostegno ai processi di brevettazione europea ed internazionale da parte delle micro, piccole e medie imprese milanesi. Il contributo, in conto capitale, è pari al 50% dell'investimento ammissibile per impresa e fino a un massimo di 10.000 euro per la richiesta di un brevetto e 20.000 euro per la richiesta di due o più brevetti. La presentazione della domanda di contributo può avvenire a partire dall'11 luglio fino ad esaurimento dei fondi. Chi fosse interessato può contattare, per maggiori informazioni, lo Sportello delle agevolazioni e del credito Unione (presso Fidicomet) allo 027630021.

EMVA

PER GLI ASSOCIATI DELL'UNIONE

ASSISTENZA ASSICURATIVA

CHIAMA OGGI IL NUMERO

Numero Verde
800-119270

Unioneinforma
giugno 2005



città

Milano e gli "Incontri di mezza estate"

Shopping a Milano sull'asse di Porta Ticinese (da piazza XXIV Maggio a piazza Abbiategrasso) all'insegna degli sconti e delle occasioni: si è svolta a maggio, "Incontri di mezza estate", manifestazione promossa dalle associazioni dei commercianti di corso San Gottardo ("Le Cento Botteghe del Borgo"), via Montegani ("Baia del Re") e piazza Abbiategrasso-via Medeghino, in collaborazione con l'Unione.

"Incontri di mezza estate" ha dichiarato Renato Borghi, vicepresidente Unione del

Corso
San Gottardo,
via Meda, via Montegani,
piazza Abbiategrasso,
via Medeghino:
le associazioni di via
dell'asse di Porta Ticinese
(in collaborazione
con l'Unione) hanno
promosso un'iniziativa
all'insegna degli sconti

Commercio - è stata un'opportunità per riscoprire, non solo in centro città, lo shopping di quartiere con la cortesia e la professionalità degli



operatori commerciali".

Gli esercizi commerciali che hanno esposto l'apposita locandina (dai negozi di abbigliamento, pelletteria, agli ottici, alle profumerie, ai giochi, al tessile per la casa, alle librerie, ma ci sono anche punti vendita alimentari) hanno propongono ai consumatori sconti e omaggi. Gli sconti variavano dal 5 fino al 50%.

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**

La Giornata di fraternità della strada

Unione di Milano tra i sostenitori della Giornata di fraternità della strada svoltasi a maggio sul sagrato antistante la basilica di Sant'Angelo con i veicoli di Polizia stradale e municipale, Carabinieri, Guardia di Finanza, Vigili del fuoco e operatori delle associazioni di soccorso e delle ambulanze. La manifestazione è stata promossa e organizzata da Mondo X, con la collaborazione, fra gli altri, di Comune di Milano e Regione Lombardia e con l'apporto organizzativo di Unione e Atm. Giunta alla 20^a edizione, la Giornata è stata istituita per manifestare la stima e la gratitudine delle autorità e della cittadinanza a quanti, spesso in condizioni di grave disagio e di rischio personale, difendono la vita dei cittadini - automobilisti e pedoni - sulle strade. Nel corso della manifestazione sono state consegnate le benemerenze ad agenti e ad operatori del soccorso che si sono resi protagonisti lo scorso anno di particolari interventi.

Unioneinforma
giugno 2005



formazione

Scuola Superiore e Università Cattolica Corso di laurea punto di riferimento per un'occupazione qualificata nel terziario

L'Università Cattolica di Milano e la Scuola Superiore del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni promuovono la laurea di primo livello in "Economia e gestione aziendale - Gestione delle imprese del terziario e dei servizi commerciali". Il corso di laurea - iscrizioni da luglio - è ormai un punto di riferimento per chi vuole acquisire una qualificata formazione e una professionalità nel settore terziario e dei servizi commerciali. A sostegno del progetto intervengo-

**Si aprono a luglio le iscrizioni a "Economia e gestione aziendale - Gestione delle imprese del terziario e dei servizi commerciali".
Lezioni presso la Scuola Superiore.
Stage in azienda**

colare l'iniziativa è orientata a: formare quadri intermedi della carriera direttiva; cogliere le opportunità occupazionali offerte dalle imprese del terziario e dei servizi commerciali; creare sinergie tra la formazione universitaria e le imprese con una gestione coordinata di stage aziendali. La durata degli studi è triennale. La frequenza ai corsi è obbligatoria. Al terzo anno è previsto uno stage di cinque mesi presso le aziende. Collaborano, ospitando studenti in stage, numero-

Benz Milano Spa, Penny Market Italia Srl, Pioneer Investment Management SGRpA, Proxy Srl, Rhiag Spa, Rinascen-
te/Upim Spa, Riunione Adriatica di Sicurtà Spa, Sib Spa Divisione Leroy Merlin, Standa Commerciale Spa, Tod's Spa. L'anno accademico è suddiviso in due semestri al termine dei quali si svolgono gli esami di profitto. La struttura dei corsi, i supporti didattici agli allievi e lo stage in azienda facilitano agli studenti l'ingresso nel mondo del lavoro.

Il corso di laurea prevede un numero non superiore a 80 studenti. Per accedere al corso occorre essere in possesso del diploma di scuola secondaria superiore. L'assegnazione dei posti avverrà in ordine cronologico di presentazione della domanda di immatricolazione. Le tasse e i contributi d'iscrizione e frequenza annuale previsti per l'anno accademico 2005-2006 ammontano a circa 1985 euro, importo agevolato rispetto agli altri corsi di laurea triennali dell'Università Cattolica grazie ad una convenzione con la Scuola Superiore. Il corso si svolge presso la Scuola Superiore (viale Murillo 17 - Milano).



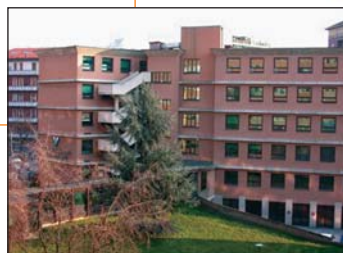
Per informazioni rivolgersi a:

✓ Università Cattolica

Largo Agostino Gemelli 1 - Milano
Numero verde: 800209902 (attivo da giugno a settembre dalle ore 8 alle ore 20, dal lunedì al sabato).
e-mail: infodidattica-mi@unicatt.it
fax: 02 7234 2767

✓ Scuola Superiore del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni

Tel. 02/40305.283 - 206
fax 02/48702668
info@scuolasuperiorect.it



Scuola Superiore del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni

no Unione di Milano (che con il suo presidente Carlo Sangalli

aveva voluto l'istituzione di un corso di laurea per il terziario), Camera di commercio e Fondazione Cariplo.

Questa laurea triennale permette l'accesso ai master universitari di primo livello. In parti-

se imprese:
Auchan Spa, B & F Srl, Blockbuster Italia Spa, Bmw Italia Spa, Decathlon Italia Srl, Ecostampa Media Monitor Spa, Euronics - Gruppo Galimberti, Giochi Preziosi Spa, Ingram Micro Spa, Levi Strauss Italia Srl, Mercedes-

Unioneinforma
giugno 2005

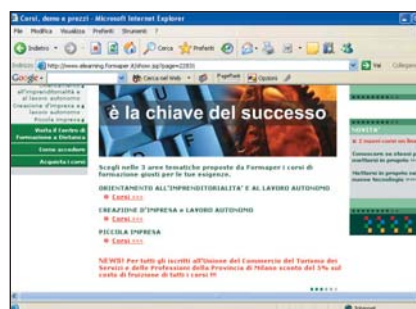


Convenzione tra Unione e Formaper

Corsi di formazione a distanza su www.elearning.formaper.it

Per i soci Unione sconto del 5%

Per gli associati Unione uno sconto del 5% sul costo di ciascun corso



di formazione a distanza che Formaper, l'azienda speciale della Camera di commercio milanese, promuove dal sito www.elearning.formaper.it.

L'agevolazione è resa possibile grazie alla convenzione che l'Unione di Milano ha stipulato con Formaper. Per usufruire dello sconto l'imprenditore associato deve indicare a Formaper il numero di iscrizione all'associazione di appartenenza.

Proseguiamo la segnalazione dei corsi - indirizzati ai dipendenti delle imprese del terziario - promossi dall'Unione regionale lombarda del commercio, del turismo, dei servizi e Formaper, azienda speciale della Camera di commercio di Milano. Le iniziative di formazione - gratuite per i parteci-

Unione regionale e Formaper

I corsi autunnali gratuiti per i dipendenti delle imprese del terziario

panti - fanno parte del progetto

to finanziato con i fondi previsti dalla legge 236/93, erogati dal Ministero del Lavoro e dalla Regione Lombardia.

Ecco i corsi che prendono avvio a partire dalla seconda metà di settembre presso la sede Formaper di via Camperio 1 a Milano:

- **Lo sviluppo professionale del venditore.** Corso di 10 giornate, prima edizione: 21/29 settembre - 5/12/19/25 ottobre - 9/16/23/30 novembre. Seconda edizione: 3/10/16/23/29 novembre - 14/20 dicembre 2005 - 12/18/25 gennaio 2006.
- **Valorizzare il ruolo della segretaria/segretario nelle imprese del terziario.** Corso di 11 giornate: 23 - 27 settembre; 6 - 13 - 20 - 27 ottobre; 4 - 9 - 16 - 23 - 30 novembre.
- **Migliorare la cura del cliente nelle imprese del terziario.** Corso di 6 giornate: 28 settembre - 7/11/20/27 ottobre - 11 novembre.
- **La gestione delle urgenze nella piccola impresa.** Corso di 7 giornate: 30 settembre - 7/14/21/28 ottobre - 3/10 novembre.
- **Sviluppare le competenze dell'addetto alla contabilità.** Corso di 6 giornate: 3/10/14/21/28 ottobre - 11 novembre.
- **Saper gestire il personale nelle imprese del terziario.** Corso di 6 giornate, prima edizione: 4/11/18/25 ottobre - 8/15 novembre 2005. Seconda edizione: 24/30 novembre - 14/19 novembre 2005 - 11/18 gennaio 2006.
- **La comunicazione strategica nelle imprese del terziario.** Corso di 6 giornate: 13/19/26 ottobre - 9/25 novembre - 17 dicembre.
- **Sviluppo e gestione della rete di vendita.** Corso di 10 giornate: 17/24 ottobre - 7/14/25 ottobre - 2/16/21 dicembre 2005 - 10/16 gennaio 2006.
- **Sviluppare il marketing degli acquisti.** Corso di 8 giornate: 18/25 ottobre - 3/8/15/22 novembre - 1/13 dicembre.
- **Saper comunicare in pubblico.** Corso di 6 giornate: 17/18/22/29 novembre - 15 dicembre 2005 - 19 gennaio 2006.

Ogni persona può iscriversi al massimo a due programmi formativi. Le richieste di iscrizione verranno accettate in base all'ordine di arrivo. Per regolarizzare l'iscrizione, è necessario compilare la scheda di adesione, debitamente firmata, per ogni partecipante e per ogni programma prescelto e inviarla entro il 13 settembre. La scheda di adesione è scaricabile dal sito www.formaper.it oppure può essere richiesta alla segreteria corsi di Formaper telefono 02/8515.5385 e-mail: segreteria.corsi@formaper.it. E' necessario anticipare l'iscrizione via fax al numero 02/8515.5331 e farla poi pervenire in originale via posta entro la data indicata a: Segreteria corsi Formaper - via Camperio 1 - 20123 Milano.

I risultati dell'indagine commissionata da Asseprim a Iri InfoScan

Mercato del lavoro: la legge Biagi nelle imprese di servizi

Contratti di lavoro ed effetti dell'introduzione della legge Biagi: Asseprim, l'Associazione professionale dei servizi alle imprese, ha affidato un'indagine alla società di ricerche Iri InfoScan. "I limiti oggettivi della legge Biagi - è il parere di Roberta Galli, consigliere Asseprim - stanno nel fatto che non è ancora riuscita a portare chiarezza in un Paese che conta qualcosa come 165 contratti di lavoro e dove l'occupazione in nero resiste: se l'auspicio di molti era quello di dare una spallata definitiva al 'sommerso', fino ad oggi questo non è avvenuto".

A rendere difficile il cammino di questa legge c'è anche il fatto che sia entrata in vigore in un momento tutto particolare del mercato del lavoro, caratterizzato da un consistente e prolungato ristagno economico. Ma la legge Biagi trova proprio nel terziario e nei servizi uno dei migliori campi di applicazione. "La lacuna principale che ostacola il processo di introduzione dei nuovi contratti - prosegue Roberta Galli - resta la mancanza d'informazione. Asseprim rappresenta un supporto per quelle aziende che ancora non sono riuscite a

districarsi nella selva delle nuove norme. L'associazione, inoltre, funziona anche da orga-

no certificatore dei corsi che si tengono nelle singole realtà".



Obiettivi e conclusioni dell'indagine

L'indagine ha coinvolto 200 aziende associate con almeno un dipendente: l'obiettivo era quello di rilevare in quale misura fossero utilizzati i contratti a termine in seguito all'entrata in vigore del dlgs 368/2001. Un altro aspetto riguardava la sostituzione dei contratti di formazione lavoro e il modo in cui sono stati 'reimpiegati' gli ex collaboratori coordinati e conti-

nuativi. Asseprim ha inoltre voluto verificare l'utilizzo della flessibilità nella gestione degli orari di lavoro.

L'utilizzo dei contratti a termine è rimasto sostanzialmente invariato per circa un terzo del campione intervistato; solo l'11% ha dichiarato di aver aumentato l'utilizzo di questo tipo di contratti (in particolare nel settore delle ricerche di mercato, dove si registra un 32% di aumento dell'utilizzo).

I contratti di formazione e lavoro, non più utilizzabili da alcuni mesi, sono stati sostituiti nel 20% dei casi da contratti d'inserimento, soprattutto nel settore dell'organizzazione e gestione delle fiere ed eventi e nelle aziende con oltre 50 dipendenti. Solo il 9% degli intervistati fa ricorso all'apprendistato (in particolare i servizi comunicazionali e le aziende con un solo dipendente), mentre il 10% dichiara di aver attuato il blocco delle assunzioni (soprattutto nel settore della consulenza aziendale).

Quasi due terzi del campione intervistato utilizzava in passato gli ex co.co.co. (con una maggiore concentrazione - oltre il 75% - nei servizi assicurativi e comunicazionali). Tali forme di contratto sono state ora sostituite, nel 62% dei casi, da contratti di lavoro a progetto; solo in una piccola parte, invece, da contratti di lavoro subordinato indeterminato (14%) o a termine (4%).

Infine, relativamente alla flessibilità dell'orario di lavoro, solo l'11% degli associati Asseprim afferma di adottare questo sistema: i settori che risultano più orientati alla flessibilità d'orario sono quelli delle ricerche di mercato e dei servizi comunicazionali e le aziende di medie dimensioni (dai 16 ai 50 dipendenti). Il mancato utilizzo di questo sistema, invece, è maggiormente presente nei servizi finanziari, nelle aziende che si occupano di organizzazione e gestione fiere ed eventi e nelle aziende con un solo dipendente.

Gruppo Terziario Donna dell'Unione Maria Antonia Rossini confermata presidente

Maria Antonia Rossini è stata confermata presidente del Gruppo Terziario Donna dell'Unione di Milano. Il Gruppo Terziario Donna è l'espressione unitaria

delle 10.000 imprenditrici che aderiscono all'Unione. L'assemblea del Gruppo Terziario Donna ha eletto il nuovo consiglio direttivo (nomi nel box n.d.r.) che vede la presenza di imprenditrici in rappresentanza di vari settori del terziario: dall'ingrosso (alimentare e non), all'intermediazione (agenti di commercio e

professioni immobiliari), al turismo (alberghi, meeting planner), al tessile abbigliamento, all'antiquariato e ai servizi.

"Il trend positivo dell'imprenditoria femminile milanese, iniziato nella

Verrà riproposto il Premio Europeo Donna Terziario che il prossimo anno premierà l'imprenditoria femminile delle quattro regioni motore d'Europa: Lombardia, Rhône Alpes, Baden Württemberg e Catalogna

metà degli anni Novanta - dichiara Maria Antonia Rossini - ha avuto una conferma nonostante il non favorevole andamento dell'economia": sono infatti oltre 65mila le imprese femminili attive nella provincia di Milano, pari al 19,6% del totale. "La crescita delle imprese in 'rosa' (le imprese con un titolare donna o con una presenza femminile preponderante nell'azionariato) - sottolinea il presidente del Gruppo Terziario

Donna dell'Unione - è stata, nel 2004, del 3,8%: maggiore di quella dell'intero sistema imprenditoriale milanese (+1,9%)" (dati Osservatorio sull'imprenditorialità femminile di Unioncamere).

"Dopo il buon esito della prima edizione - ha annunciato Maria Antonia Rossini - riproporremo il prossimo anno il Premio Europeo Donna Terziario con il quale vengono assegnati riconoscimenti a quelle imprenditrici che nelle quattro regioni motore d'Europa - Lombardia, Rhône Alpes, Baden Württemberg e Catalogna - si sono particolarmente distinte nella loro capacità imprenditoriale".

Il nuovo Direttivo

Maria Antonia Rossini (presidente); Sabina Anrep; Giovanna Barberis; Luisa Busini; Elda Chierichetti; Deda Corti; Teresa Langella; Maria Gabriella Paleari; Freda Predeval; Emilia Restelli; Adriana Sala Campagnoli; Gioia Sofia Vedani.



Maria Antonia Rossini



**DA DIECI ANNI SIAMO UNO STRUMENTO E UN PUNTO DI RIFERIMENTO
BEN PRECISI PER LE AZIENDE ASSOCIATE.
OLTRE 9.000 IMPRESE SONO STATE ASSISTITE PER LE LORO NECESSITA'.**

Potete contattarci senza alcun impegno a questi recapiti:

Divisione
**SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI
DI LAVORO (D.Lgs. 626/94)**
Tel: 02/76028042-15
E-mail: club.626@unione.milano.it

Divisione
QUALITA'
(Sistemi gestione qualità aziendali)
Tel: 02/76028042-15
E-mail: club.qualita@unione.milano.it

Divisione
**IGIENE DEGLI ALIMENTI
(H.A.C.C.P. D.Lgs. 155/97)**
Tel: 0276006396
E-mail: club.haccp@unione.milano.it

Divisione
**ENERGIA & AMBIENTE
(Risparmio energetico)**
Tel: 02/76028042-15
E-mail: club.energia@unione.milano.it

Divisione
**PRIVACY
(Trattamento dati D.Lgs. 196/03)**
Tel: 02/76028042-15
E-mail: club.privacy@unione.milano.it

I nostri uffici sono in
VIA SERBELLONI 7 a MILANO
Fax. 0276017677



Sono 4.837 gli esercizi commerciali che a Milano e provincia hanno affinità con l'arredo. Assomobili, l'Associazione dei commercianti di mobili e arredo aderente all'Unione di Milano, ha compiuto un impegnativo lavoro di mappatura in base alla tipologia e alle caratteristiche dei rivenditori. "Abbiamo messo a punto – spiega Marco Galbiati, presidente di Assomobili – un questionario che è stato inviato a tutti gli associati e, mano a mano che i nominativi sono stati verificati, a tutti i punti vendita di Milano e provincia. I risultati emersi dall'elaborazione dei questionari, con un'informazione agli operatori del settore all'insegna della trasparenza e della condivisione, diventeranno – è il nostro auspicio – una vera e propria risorsa: l'informazione sullo stato della distribuzione del mobile a Milano e provincia. Un servizio utile per accrescere la professionalità di tutti gli attori coinvolti nella filiera dell'arredo: produttori, negozianti, progettisti". Assomobili si propone con un'immagine rinnovata: "la prima testimonianza di ciò –

afferma Galbiati – è il Consiglio direttivo: imprenditori importanti, riconosciuti sul territorio, dinamici". Poi il marchio: "simboleggia una casa –

spiega Galbiati – nella sua forma essenziale. Il marchio è stato registrato sia nella categoria dell'arredo che per le iniziative fieristiche, di eventi, editoriali. Vogliamo affermare la nostra volontà di creare interesse attorno al comparto, organizzare eventi che siano visibili: sia in città, sia in provincia. Abbiamo stipulato un accordo di partnership con un'importante agenzia di pubblicità che ci consentirà di comunicare in maniera efficace".

Galbiati delinea alcuni obiettivi che Assomobili persegue: "nel settore dell'arredo vogliamo ottenere l'istituzionalizzazione del periodo 'saldi', come per la moda. Ovviamente il termine 'saldi' nel nostro caso è improprio e fornisce una dimensione ristretta di quanto intendiamo. Insieme all'agenzia che ci segue in questo percorso, stiamo elaborando la formula delle 'occasioni'. Raggiungere quest'obiettivo ci consentirà ulteriori sviluppi: nella rotazione della merce e nella presentazione delle nuove collezioni con

Proposte: i "saldi" nell'arredo e il commercio protagonista nella valorizzazione di Milano come capitale del design

conseguente maggior afflusso nei negozi". Galbiati punta, inoltre, a un ruolo di primo piano del settore e dell'Associazione nella

valorizzazione di Milano come capitale del design: "Vorrei una città ancora più viva quando l'attenzione di tutti è puntata sul Salone del Mobile e Milano. In quei periodi chi meglio dei negozi d'arredo può essere la vetrina delle novità da proporre al grande pubblico? Sarà il punto vendita a creare eventi per poter comunicare. Non si tratta di inventa-

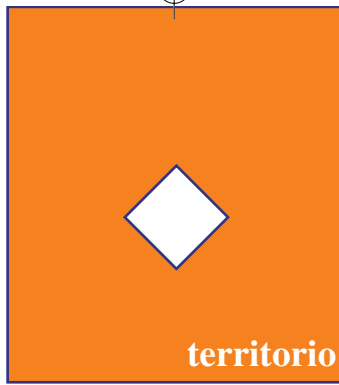


Marco Galbiati

re stranezze: penso all'atmosfera che si respira nelle vie della nostra città in occasione degli eventi che riguardano la moda. Perché non immaginarlo anche per l'arredo?".

Intervista al presidente Marco Galbiati

Assomobili si rinnova



Nuovo corso di laurea da ottobre

Per le imprese della Brianza futuri dottori in Scienze dell'organizzazione

Ha preso il via l'iniziativa del Comitato promotore del corso di laurea in Scienze dell'organizzazione. Il nuovo corso si terrà a Monza nella sede del vecchio ospedale, in via Solferino, 16, e avrà inizio a ottobre. I giovani, una volta ottenuto il dottorato, saranno avviati alla carriera manageriale nelle imprese, negli enti locali e nel settore non profit. Il coordinamento di tutte le attività di sostegno organizzativo



Enrico Origgi

del corso, sarà gestito dal Comitato di Sviluppo Brianza nel quale sono rappresentate tutte le organizzazioni più significative del mondo imprenditoriale brianzolo: Andrea Dell'Orto, presidente dei Giovani industriali e vicepresidente dell'Associazione industriali di Monza e Brianza; Rosangela Gazzola, direttrice dell'Associazione piccola industria; Vincenzo Manoli, dirigente Apa-Confarfigianato; Enrico Origgi, Unione del commercio di Milano (presidente dell'Associazione territoriale di Desio); Marco Viganò in rappresentanza di

**Il presidente
dell'Ascom di Desio
Enrico Origgi
(nel Comitato
di Sviluppo Brianza):
"opportunità
per il terziario"**

Cgil, Cisl e Uil, e Fulvio Bella per la Lega delle Cooperative. Partecipano al Comitato anche Paolo Pilotto, assessore all'Educazione del Comune di Monza, e Fabrizio Sala per conto dei sindacati della Brianza, oltre all'assessore provinciale per l'istituzione della nuova provincia di Monza, Gigi Ponti.

"L'avvio del corso di laurea in Scienze dell'organizzazione - sostiene Flavio Sangalli, amministratore delegato di Sviluppo Brianza - costituisce l'importante risultato di un lavoro collettivo svolto in questi anni attraverso varie fasi. Sono state prima individuate le esigenze formative universitarie utili al territorio, che vede nell'innovazione per apprendimento la più importante leva competitiva, sulla base della tradizione che da sempre in Brianza ha fatto dell'intreccio lavoro-formazione la condizione di successo delle sue produzioni". "Il corso di laurea - prosegue Sangalli - è diventato un obiettivo strategico per il futuro del territorio, su cui

hanno lavorato enti locali, imprenditori, sindacati e terzo settore".

Il presidente dell'Associazione commercianti di Desio, Enrico Origgi, sottolinea l'importanza di quest'iniziativa "che consentirà ai giovani di raggiungere un livello di preparazione ottimale come, siamo certi, sarà in grado di offrire il corso di laurea in Scienze dell'organizzazione".

"Le imprese del terziario - prosegue Origgi - potranno inserire i neolaureati, nelle proprie strategie aziendali con la consapevolezza di poter contare su giovani preparati per affrontare le sfide sempre più impegnative che si proporranno al mondo economico e imprenditoriale che ha fornito alla nostra Brianza una leva competitiva decisamente importante".

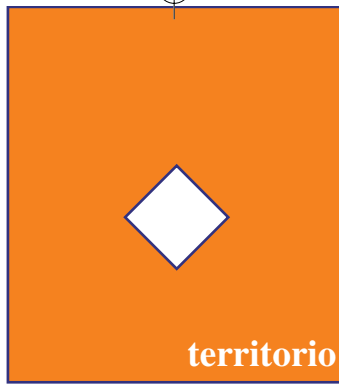
"A Sviluppo Brianza, spetterà il compito - conclude Flavio Sangalli - di seguire le attività del Comitato promotore per realizzare tutte le attività di sostegno necessarie.

Ora, si tratta di trarre il maggior vantaggio dall'iniziativa e di collegarla strettamente al mondo imprenditoriale, pubblico e sociale della Brianza.

A tal proposito è particolarmente significativo l'impegno manifestato da tutti i sindaci della zona".

Franco Sala

Unioneinforma
giugno 2005



Sesto San Giovanni: un progetto per rilanciare il commercio

C'era una volta a Sesto San Giovanni un commercio i cui modi, tempi e stili erano costruiti su modi, tempi e stili della grande fabbrica. Oggi, la grande fabbrica a Sesto non c'è più e anche il commercio, come l'intera città, cerca una nuova identità. Per farlo, deve affrontare la trasformazione socio-economica. Ma non solo. Deve anche fronteggiare la massiccia espansione della grande distribuzione registrata negli ultimi anni nel territorio di Sesto e nei comuni limitrofi. Proprio a questi temi l'Amministrazione comunale ha dedicato un convegno dal titolo "Sesto San Giovanni: un progetto per il commercio". L'obiettivo dichiarato è quello di difendere e potenziare il commercio, e in particolare il negozio di vicinato. Un'operazione tanto più importante perché immaginare il futuro di Sesto significa occuparsi di due città: una nuova, in costruzione sulle ex aree industriali che, nelle parole di Zeffirino Melzi, presidente dell'Associazione territoriale di Sesto San Giovanni dell'Unione, "dovrà costituire il motore economico di Sesto con l'impianto di attività economiche capaci di generare ricchezza e benessere. E quella vecchia che valorizzando e potenziando i servizi, costituisca la città residenziale". E allora, sostiene sempre Melzi, "occorre un concreto piano

Formazione, risorse finanziarie, semplificazione delle regole burocratiche: sono le linee indicate dall'Amministrazione comunale. Al convegno promosso dal Comune l'intervento del presidente dell'Ascom territoriale Zeffirino Melzi

di crescita lavorativa ed economica della città, che veda il pubblico realizzare le condizioni migliori per l'impianto di nuove iniziative economico-sociali. Il commercio, e in particolare quello di Sesto, sono pronti a rispondere con responsabilità, impiegando tutte le energie economiche e professionali per supportare e arricchire la crescita della città".

Ma di che cosa si compone in concreto il progetto dell'Amministrazione comunale sestese per il commercio? Il piano si articola lungo tre assi fondamentali per lo sviluppo del settore: la formazione, le risorse finanziarie, la semplificazione delle regole burocratiche. Per la formazione è in via di definizione un protocollo di intesa con la Scuola Superiore per la costituzione di un sistema formativo permanente rivolto agli operatori commerciali (giovani e "consolidati") per un aggiornamento costante sulle sempre nuove esigenze del commercio e

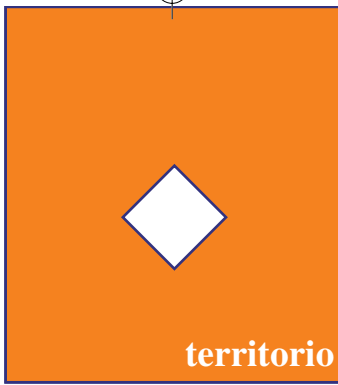
del mercato. Già firmata, invece, l'intesa con la Banca di Credito Cooperativo che prevede, fra l'altro, la definizione di un pacchetto specifico per le imprese commerciali di Sesto, volto in particolare all'inserimento di giovani nell'attività e alla trasformazione e ristrutturazione di imprese già in attività. Infine, c'è l'impegno dell'Amministrazione ad aprire uno Sportello del



Zeffirino Melzi

commercio, accessibile a tutte le imprese, capace di dare informazioni, consulenza e indicazioni operative. E c'è la richiesta alla Provincia di Milano di avviare una Consulta del commercio aperta alle associazioni di categoria, alla Camera di commercio e agli enti locali.

S.B.



territorio

Festeggiati i Maestri del commercio monzesi

L'Unione commercianti di Monza ha assegnato le onorificenze "Maestri del commercio" 2005 (i nomi dei pre-



Da sinistra: Carlo Pellegatta, presidente della Fenacom monzese; il presidente onorario e il presidente dell'Unione commercianti di Monza Enrico Carnelli e Umberto Pini; Carlo Alberto Panigo, consigliere di presidenza Unione delegato alla provincia

mianti sono stati pubblicati nel numero di maggio di Unioneinforma a pagina 28

n.d.r.). Nel suo intervento, il presidente dell'Unione di Monza Umberto Pini ha ricordato come l'associazione, dopo alcuni anni, "grazie alla felice intuizione del presidente mandamentale di Fenacom Carlo Pellegatta sia tornata ad organizzare questa bella e significativa manifestazione che vuole celebrare quegli aspetti etici ed umani che caratterizzano il nostro lavoro". "Abbiamo oggi presenti - ha proseguito Pini - i colleghi che sono stati, e molti lo sono ancora, protagonisti dello sviluppo economico del nostro territorio, lavoratori autonomi



Foto di gruppo dei Maestri del commercio monzesi

che assumendosi i rischi dell'impresa, hanno saputo dare efficienza e competitività alle proprie aziende contribuendo in modo determinante al benessere economico ed allo sviluppo del circondario monzese. Anziani del commercio, ma si badi bene, non un'anzianità intesa in senso anagrafico, ma anzianità intesa come autorevolezza, come saggezza, come esperienza, anzianità come guida, come insegnamento, come esempio".

Una lettera al sindaco di Monza Michele Faglia, agli assessori Paolo Con-falonieri (Polizia locale) e Alberto Palma (Com-mercio) e, per conoscenza, ai responsabili territoriali delle Forze dell'ordine. L'ha scritta il presidente dell'Unione commercianti di Monza, Umberto Pini, per sottolineare il vero e proprio stato di emergenza raggiunto a Monza con il propagarsi di abusivismo - in particolare nelle vie del centro cittadino - e contraffazione. Pini rileva "la percezione di una sorta di 'razzismo alla rovescia'" con i commercianti in regola colpiti da aumenti (tassa occupazione del suolo pubblico



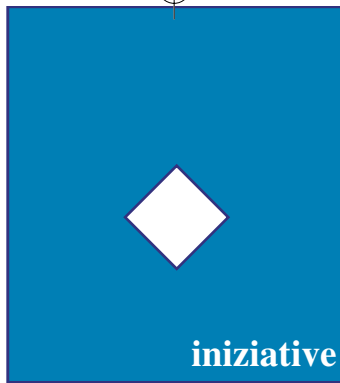
Lettera del presidente Umberto Pini

Lotta all'abusivismo L'Unione di Monza chiede l'impegno del Comune

per le tende da sole, l'arredo urbano, gli spazi mercato) e abusivi "che occupano la pubblica via, impedendo l'accesso ai negozi ed ostacolando il transito pedonale sulla strada"; venditori irregolari ai quali è "consentita ogni sorta di prevaricazione". L'Unione commercianti di Monza ha sollecitato un incontro con Amministrazione comunale e responsabili delle Forze dell'ordine: "...oltre ai provvedimenti di controllo del territo-

rio... chiediamo una chiara presa di posizione dell'Amministrazione comunale contro l'abusivismo e la vendita di merci contraffatte". L'Unione commercianti - "...da sempre disponibile ad ogni forma di collaborazione a tutela della legalità..." - chiede anche "l'avvio di una campagna di sensibilizzazione dei cittadini attraverso i notiziari comunali, il sito internet del Comune, pubbliche affissioni di manifesti, tabelloni esplicativi della gravità del fenomeno..."

Unioneinforma
giugno 2005



informa Unione

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

PROPRIETÀ

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

DIRETTORE RESPONSABILE

Gianroberto Costa

EDITORE

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

REDAZIONE

Federico Sozzani
corso Venezia 47/49
20121 Milano

FOTOCOPOSIZIONE e STAMPA

AMILCARE PIZZI Spa
20092 Cinisello Balsamo (Milano)

AUTORIZZAZIONE TRIBUNALE

di Milano n. 190 del 23 marzo 1996
Pasta Italiana 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>

Convenzioni e promozioni tutti gli aggiornamenti sul sito Unione

Nuove convenzioni riservate agli associati

Unione:

Buy&Buy: sistema di fidelizzazione che si propone di sostituire i sistemi di promozione.

Magnoni: liste nozze, articoli casalinghi, articoli da regalo.

Viacavo: il call center in outsourcing.

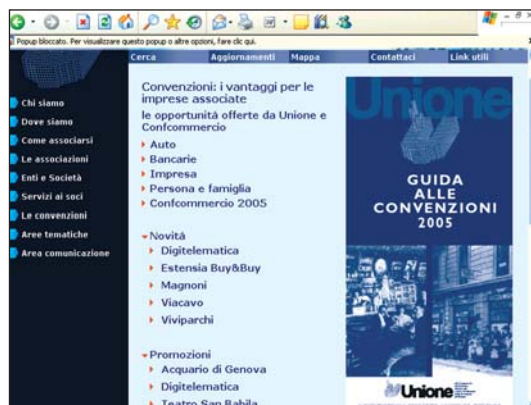
Ab Service: uffici operativi o uffici direzionali in sedi prestigiose nel centro di Milano.

Cicrespi: verificatori professionali di banconote.

Il Mastio: "summer camp" per ragazzi da 8 a 14 anni, a due passi da Firenze.

Promozioni? Da scoprire, sempre aggiornate sul sito Unione nella sezione dedicata.

In questo mese: Acquario di



Genova, Digitelematica. Per maggiori dettagli sulle convenzioni consultare il sito www.unionemilano.it, oppure chiamare la Direzione centrale dei Servizi e per i progetti strategici (tel. 02.795027).

Dieci convegni a Palazzo Affari ai Giureconsulti (i primi due si sono svolti rispettivamente ad aprile - "Qualità della vita, dell'alimentazione, della salute" - e a maggio: "Salute a tavola". Il terzo è in programma in questi giorni: 10 giugno - "Medicina naturale a difesa dell'uomo"). E' l'iniziativa "Sapere...Il sapore del sapere", evento gastronomico-culturale che vede fra i patrocinatori - con il Ministero delle politiche agricole e forestali, il Comune di Milano e la Camera di commercio - anche l'Unione, Epam (l'Associazione dei pubblici



esercizi), Assofood Milano (il polo del dettaglio alimentare), Associazione panificatori (i sacchetti creati ad hoc per promuovere l'evento vengono distribuiti attraverso i panifici) e Fiavet (l'Associazione delle aziende di viaggio coinvolta in un tour gastronomico-culturale per i turisti). All'iniziativa - coordinata da

ErreDieffe - collaborano, fra gli altri, il Comitato all'ingrosso alimentare Unione, il Gruppo ristoratori di Epam, le associazioni dei grossisti ittici e dei fiori. Intento di "Sapere...Il sapore del sapere" è anche quello di promuovere iniziative che, in diverse location, abbinino i temi della cultura legati all'alimentazione e a un migliore stile di vita: valorizzando gli esercizi commerciali nelle varie zone di Milano. Iniziative realizzate - ha annunciato ErreDieffe - anche in occasione dell'imminente "Notte bianca" del 18 giugno.

Unioneinforma
giugno 2005

Dal 10 giugno al 10 luglio

i più fortunati sono... i nati dal 15 al 22 novembre
i meno fortunati sono... i nati dal 14 al 19 gennaio



ARIE **ARIETE**
(21/3 - 20/4)
Saturno, Mercurio e Venere "quadrati" ai nati della terza

decade indicano ancora un periodo difficile. Con Marte congiunto al Sole, la stanchezza e lo stress sono al massimo. Ma da fine luglio la situazione tornerà favorevole: se possibile, rimandate ad agosto le decisioni che più vi premono. Da luglio molto bene anche per i nati della prima decade di quali, potranno contare su un bellissimo e costruttivo trigono di Saturno.



TORO
(21/4 - 20/5)
Mese molto positivo e tranquillo con tutti i pianeti

in transito in sestile nel segno del Cancro. E' un buon periodo soprattutto per chi studia e viaggia. La Luna piena nel Capricorno porterà, dal 22 giugno, successi nel campo lavorativo. I nati nella prima decade del segno dovrebbero anticipare ogni decisione in questo mese: da metà luglio il clima si "appesantisce".



GEMINI
(21/5 - 21/6)
Urano è sempre negativo per i nati di fine maggio e

inizio giugno: attenzione ad eventi inattesi che vi obbligano a mutare i vostri intendimenti. Con Giove trigono, però, le energie sono al massimo e avrete l'opportunità di ottenere tanto senza grandi sforzi.



CANCRO
(22/6 - 22/7)
Tutti i pianeti sono nel segno e anche il Sole,

dal 21 giugno, porterà ai nati delle prime due decadi un periodo di allegria con un clima vacanziero e spensierato. La negatività di Giove sconsiglia, comunque, atteggiamenti intransigenti. I nati della terza decade sono, in questo mese, ancora "afflitti" da Saturno: le gravi responsabilità non vi impediranno, ad ogni modo, di programmare un periodo di vacanza che si prospetta sereno.



LEONE
(23/7 - 22/8)
Da fine giugno tutti i pianeti veloci entrano

nel vostro segno con Marte in trigono tutto il mese: si prospetta un periodo di ottima energia ed equilibrio. Le transazioni sono facilitate. Per i nati della terza decade aumenteranno, da metà luglio, stress e responsabilità.



VERGINE
(23/8 - 22/9)
I pianeti nel Cancro favoriscono i nati della terza

decade. I nati a fine agosto e inizio settembre appaiono, invece, sempre un po' appesantiti dal transito di Urano in opposizione: la vita subirà cambiamenti improvvisi in diversi campi e sarete obbligati ad assumere atteggiamenti meno rigidi.



BILANCIA
(23/9 - 22/10)
Giove è sempre congiunto ai nati a

inizio ottobre e il suo transito è molto positivo per lavoro, relazioni e denaro. In questo mese il transito di Marte opposto al Sole porta a tutti un po' di stress, nervosismo e contrattamenti. E' faticosa soprattutto la situazione per i nati della terza decade: i pianeti, infatti, sono tutti in posizione negativa. Cercate di resistere.



SCORPIONE
(23/10 - 21/11)
Bellissimi trigoni per i nati a

fine segno: continuano a favorire decisioni importanti. Dovrebbe essere stato un anno di grandi realizzazioni:

in questo periodo cercate di sfruttare ancora al massimo l'appoggio di Saturno che, a metà luglio, esce dal segno amico del Cancro. Da fine giugno i pianeti veloci si pongono in posizione negativa per i nati della prima decade.



SAGITTARIO
(22/11 - 20/12)
Marte, finalmente in

aspetto di trigono, aiuta i nati a inizio segno che, da fine giugno, possono contare sull'apporto dei pianeti veloci. Allegria, energia e buonumore contraddistinguono questo mese di inizio estate. Urano rimane sempre in posizione negativa e continua a ricordarvi di non irrigidirvi.



CAPRICORNO
(21/12 - 19/1)
Situazione sempre difficile per i nati a

fine segno, con tutti i pianeti opposti e Marte quadrato: stanchezza, stress, nervosismo, rallentamenti, sono gli ultimi colpi di coda. Da fine luglio la situazione si schiarisce in modo significativo. Migliore il periodo per i nati della prima e seconda decade con Urano positivo. Si sconsigliano comunque le firme di contratti e gli atteggiamenti intransigenti (vista la posizione poco propizia di Giove e Venere).



ACQUARIO
(20/1 - 19/2)
Giove è sempre positivo per i nati a

inizio febbraio: fortuna in ogni settore. Da luglio i pianeti veloci ostacolano i nati nei primi giorni del segno. Poi arriverà Saturno: affrettate ogni decisione, da luglio in poi la situazione diventerà meno favorevole.



PESCI
(20/2 - 20/3)
Bellissimi trigoni per i nati a fine

segno: il periodo è contraddistinto da serenità, allegria e buonumore. Affrettate le decisioni importanti. I nati nella prima decade, invece, sono sempre alle prese con Urano e la sua capacità "destabilizzante": "governate" i cambiamenti improvvisi che Urano vi propone.

Il cielo del mese

Il Sole è nei Gemelli, entra nel Cancro il 21 giugno. Mercurio è nei Gemelli, entra nel Cancro l'11 giugno e nel Leone il 28 giugno. Venere è nel Cancro, entra nel Leone il 28 giugno. Marte è nei Pesci, entra nell'Ariete il 12 giugno. Giove è nella Bilancia (9°). Saturno è nel Cancro (25°), Urano è nei Pesci (10°r), Nettuno è nell'Acquario (17°r) e Plutone è nel Sagittario (23°r). La Luna è piena nel Capricorno il 22 di giugno. Il nodo lunare passa da 19 a 18 gradi dell'Ariete.

(A cura di E.T.)