



informa Unione

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



**Certificazione dei contratti di lavoro
Convenzione fra l'Unione Regionale
e il Centro Studi "Marco Biagi"**



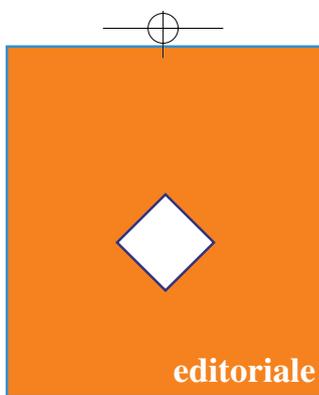
**Pronunciamento
della Corte Costituzionale**
**Sanzioni per chi resta aperto la domenica:
le norme lombarde
prevalgono sulla "Bersani"**



**Milano: terziario "in agenda"
per il nuovo sindaco Letizia Moratti**

**► SONDAGGIO SU PIAZZA DEL DUOMO:
BELLA MA DEV'ESSERE PIÙ CURATA**





L'Agenzia Nazionale per l'Innovazione avrà sede a Milano, presso il Palazzo dell'Innovazione della Camera di commercio. La decisione è stata ufficializzata lo scorso 12 maggio, quando la Presidenza del Consiglio dei Ministri ha firmato il decreto che assegna a Milano quest'importante struttura. La funzione dell'Agenzia per l'Innovazione (vedi pagina 12 n.d.r.) è quella di accrescere la capacità competitiva delle piccole e medie imprese, attraverso la diffusione di nuove tecnologie. Con lo scopo anche di promuovere, secondo quanto prevede la legge finanziaria, l'integrazione fra il sistema della ricerca ed il sistema produttivo attraverso l'individuazione, la valorizzazione e la diffusione di nuove conoscenze, tecnologie, brevetti. E' chiaro, quindi - per condivisione di obiettivi e pubblico di riferimento - il collegamento tra l'Agenzia nazionale e il Palazzo dell'Innovazione che la Camera di commercio di Milano intende realizzare in via Soderini entro il 2009, un palazzo destinato al mondo delle imprese e nella cui realizzazione sono coinvolte anche altre istituzioni locali. Questo risultato, molto importante, è nato infatti grazie ad un lavoro di squadra a partire dalle istituzioni: dalla Regione, con il presidente Roberto Formigoni, alla Provincia con il presidente Filippo Penati. Dal mondo associativo a quello della cooperazione, dei trasporti, del sistema bancario ed accademico. L'assegnazione dell'Agenzia dell'Innovazione premia Milano per la sua capacità attrattiva, di fare sistema, di far lavorare insieme istituzioni pubbliche e realtà private al servizio delle imprese. Tra Agenzia dell'Innovazione, Palazzo dell'Innovazione, fondi della competitività messi a disposizione da Regione Lombardia e sistema camerale, l'investimento a favore delle imprese è di 400 milioni di euro.

Tra i motivi che hanno permesso a Milano di ottenere la sede di questa Agenzia, si possono indicare almeno altri

Milano investe nell'innovazione

tre fattori. Il primo è costituito dall'ampiezza e dalla rilevanza del mercato di Milano; un mercato che viene valorizzato dalla dotazione di una vera e propria

piattaforma attrezzata di nuove infrastrutture strategiche, come quelle di Malpensa e della nuova Fiera.

Il secondo fattore è legato ai servizi, marchio distintivo delle economie più avanzate e quindi più competitive a livello globale. Nel Milanese si concentrano, infatti, quei servizi avanzati che collegano la nostra realtà locale al resto del mondo.

Il terzo fattore è dato dalle eccellenze tecnologico-scientifiche che si sviluppano nel nostro territorio. Da una ricerca della Camera di commercio di Milano su dati Eurostat, la Lombardia risulta, con quasi 25 mila imprese attive nel settore della ricerca e sviluppo e nell'informatica, al primo posto tra le regioni europee precedendo le aree di Parigi e Londra. Investire in innovazione significa investire in fiducia. Il Palazzo dell'Innovazione (che ospiterà l'Agenzia Nazionale per l'Innovazione) è certo un luogo fisico, un contenitore, ma è soprattutto un luogo punto di incontro e di partenza di quelle idee, esperienze, strumenti che creano e diffondono innovazione. E l'innovazione che cambia la vita è una sfida diffusa, una fatica quotidiana. Carlo Emilio Gadda scriveva: "Il cantiere delle idee tecniche è assai più vasto e laborioso ed intricato di quanto si pensi. L'invenzione è un lento portato, un costoso elaborato del mestiere, più che un colpo di fulmine".



CARLO SANGALLI

Presidente dell'Unione di Milano



Letizia Moratti in Unione
(foto Massimo Garriboli)

Terziario "in agenda" per il nuovo sindaco Letizia Moratti

Rafforzare la vocazione dell'economia diffusa come garanzia di una crescita equilibrata di Milano valorizzando le attività imprenditoriali del terziario. E' questo l'auspicio formulato dall'Unione del Commercio, del Turismo, dei Servizi e delle Professioni a Letizia Moratti, certa che il nuovo sindaco di Milano "saprà interpretare quest'anima dinamica e moderna dell'imprenditorialità milanese che da sempre mette insieme creazione di ricchezza e nuova occupazione con una dimensione sociale di presidio nei quartieri della città".

Letizia Moratti è il primo sindaco donna nella storia di Milano. Ha ottenuto il 51,97% dei consensi, contro il 46,98% di Bruno Ferrante, candidato dell'Unione. In città ha votato il

67,52% degli aventi diritto: 695.902 milanesi su 1.030.616 iscritti nelle liste elettorali. Il Centro-destra ha conquistato 36 seggi nel nuovo Consiglio comunale milanese. Ventiquattro seggi vanno al Centro-sinistra. Con il 32,22% dei voti Forza Italia è stato, a Milano, il partito più votato.



giugno 2006
n. 6 - anno 11

Unioneinforma è stato ultimato il 6 giugno.

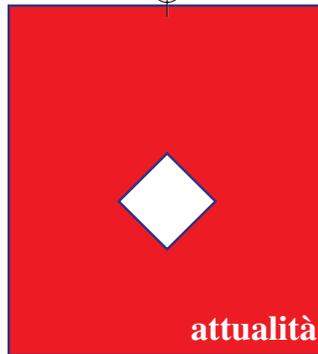
Il commercio "racconta" Milano

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

al centro del giornale

Unioneinforma
giugno 2006





Intervento chiarificatore della Corte Costituzionale dopo il ricorso del giudice di pace contro un'ordinanza del Comune di Cesano Boscone

Sanzioni per la mancata osservanza dell'obbligo di chiusura domenicale Le norme lombarde prevalgono sulla "Bersani"

La Corte Costituzionale (ordinanza 199 dell'11 maggio) ha dichiarato inammissibile ed infondata la questione di legittimità costituzionale dell'art. 7, comma 1 e 2, della legge della Regione Lombardia n. 5 del 24 marzo 2004, sollevata dal giudice di pace di Milano, in occasione di un ricorso contro un'ordinanza del Comune di Cesano Boscone (Milano) che sanzionava la mancata osservanza dell'obbligo di chiusura domenicale. L'intervento della Consulta viene a chiarire, in materia di commercio, il rapporto tra legislazione nazionale e regionale, dopo la riforma del Titolo V della Costituzione. La disposizione contestata stabilisce un regime sanzionatorio differente rispetto a quello pre-

Anche la previsione di sanzioni pecuniarie progressivamente crescenti in relazione alle diverse tipologie di vendita non è, per i giudici della Consulta, in contrasto con la Costituzione

visto dall'art. 22 del d.lgs. 114/98 (decreto Bersani), fissando sanzioni pecuniarie progressivamente crescenti in relazione alla tipologia e alle dimensioni degli esercizi commerciali. Il giudice di pace di Milano aveva ritenuto non infondata la questione circa la contrarietà alle disposizioni contenute nella Bersani che prevedono sanzioni meno severe, nonché la violazione del principio di egua-

glianza ex art. 3 della Costituzione, sia sotto il profilo della disparità di trattamento sanzionatorio che si veniva a determinare tra operatori di regioni diverse, sia per la diversa entità delle sanzioni applicate a seconda della tipologia di vendita.

La Corte, con l'ordinanza, ha confermato, innanzitutto, la sussistenza in capo alle Regioni - a seguito della riforma del Titolo V della Costituzione - di una competenza "esclusiva residuale" in materia di commercio e il conseguente carattere cedevole della normativa nazionale contenuta nel decreto Bersani. La Consulta ha ritenuto, inoltre, che la titolarità della potestà legislativa sostanziale, in una determinata materia, comporta per le regioni anche la possibilità di prevedere le sanzioni per le ipotesi di violazione delle norme regionali emanate in materia e la diversificazione delle legislazioni regionali che ne deriva non costituisce violazione del principio di eguaglianza perché la diversificazione rappresenta la conseguenza naturale della competenza attribuita alle regioni.

Anche la previsione di sanzioni pecuniarie progressivamente crescenti, in relazione alle diverse tipologie di vendita, non è per i giudici costituzionali in contrasto con la Costituzione, ma risponde alla necessità di diversificare le sanzioni stesse in rapporto alla differente mole, struttura, organizzazione e funzionamento degli esercizi commerciali.

Assofood: Iliano Maldini confermato presidente

Iliano Maldini confermato presidente di Assofood Milano, il polo del dettaglio alimentare: l'assemblea elettiva, svoltasi in Unione, ha eletto all'unanimità presidente e organismi direttivi. Sono stati inoltre eletti i comitati di categoria di Assofood: lattieri-gelattieri, droghieri, ittici, mercati comunali coperti, pastai, rivendite pane, salumieri.



Iliano Maldini

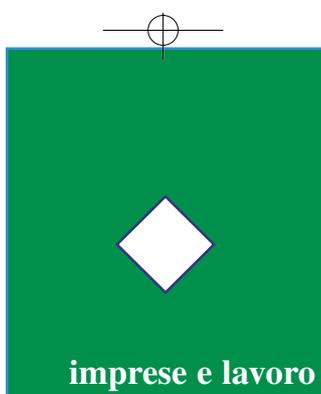


Gianroberto Costa

Unione: Gianroberto Costa nuovo segretario generale

Gianroberto Costa è il nuovo segretario generale dell'Unione Commercio, Turismo, Servizi e Professionisti di Milano. Lo ha designato il Consiglio direttivo Unione (riunitosi sotto la presidenza di Carlo Sangalli). Costa, già vicesegretario generale vicario dell'Organizzazione di Palazzo Castiglioni, è segretario generale dell'Unione Regionale Lombarda del Commercio, del Turismo e dei Servizi.

Unioneinforma
giugno 2006



Certificazione dei contratti di lavoro Convenzione fra Unione Regionale e Centro Studi "Marco Biagi"

Il decreto legislativo n. 276/03 (la "legge Biagi"), ha introdotto nell'ordinamento giuridico un nuovo istituto: la certificazione dei contratti di lavoro e di altri atti assimilabili agli stessi, quali i contratti di appalto, i contratti di agenzia e rappresentanza, i regolamenti interni delle cooperative.

La certificazione può, in sintesi, definirsi come un particolare accertamento amministrativo sulla conformità fra l'accordo negoziale concluso dalle parti e l'astratta tipologia contrattuale prevista dalla normativa vigente.

Il carattere assolutamente innovativo della certificazione, qualche iniziale incertezza interpretativa e la valutazione negativa dell'istituto da parte di alcune organizzazioni sindacali hanno, finora, determinato un utilizzo relativamente scarso di tale strumento.

Recentemente, tuttavia, si segnalano sempre più iniziative da parte di università, consulenti del lavoro e privati interessati dalla riforma normativa per un'effettiva attivazione dell'istituto.

Nell'ambito di queste iniziative, fra l'Unione Regionale Lombarda del Commercio del Turismo e dei Servizi e il Centro Studi Internazionali e Comparati "Marco Biagi" di Modena (Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia - ente abilitato alla certificazione di tutti i contratti

Il Centro modenese (Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia) è un ente abilitato alla certificazione di tutti i contratti di lavoro e di appalto

di lavoro e di appalto) è stata stipulata una convenzione (ai sensi della legge Biagi).

La convenzione, perfezionata di recente, ha come oggetto lo svolgimento di attività di certificazione dei contratti di lavoro e di appalto, attraverso

un modello imperniato su due diverse funzioni:

a) un'attività di consulenza/assistenza a favore

delle aziende, svolta da una Commissione istruttoria composta da docenti universitari e da collaboratori dell'Unione Regionale;

b) un'attività di certificazione/validazione formale degli schemi contrattuali sottoposti dalle aziende, svolta dalla Commissione di certificazione (ex art. 76, c. 1, lett. c), D.lgs.

276/03), distinta ed autonoma rispetto alla Commissione istruttoria.



Marco Biagi

Dove informarsi per aderire ai servizi della convenzione

I servizi saranno erogati alle aziende iscritte all'Unione di Milano e a tutte le altre organizzazioni territoriali aderenti all'Unione Regionale Lombarda.

Gli associati che intenderanno fruire del servizio saranno tenuti a contribuire ai soli costi di segreteria (con un importo stabilito sulla base della tabella definita fra le parti, determinato per ogni singola certificazione). Le aziende interessate possono rivolgersi alla Direzione dei Servizi Sindacali tel 02.7750314 - 315, che, in stretta collaborazione con il Centro Studi "Marco Biagi", attiverà il servizio di consulenza e la procedura per la certificazione.

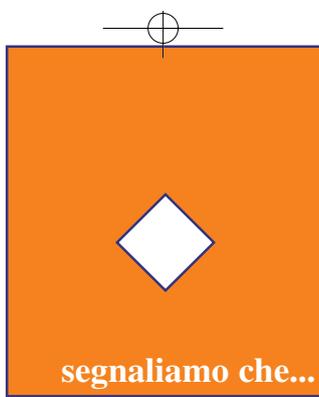
Per un approfondimento sulla certificazione dei contratti è possibile scaricare la documentazione dalla sezione Lavoro del sito internet dell'Unione (www.unionemilano.it) e dal sito della Fondazione Marco Biagi (www.csmb.unimo.it/), che ha predisposto un numero speciale del Bollettino Adapt.

Con il professor Michele Tiraboschi

Certificazione: il 19 convegno all'Unione di Milano

Il 19 giugno l'Unione Regionale Lombarda Commercio Turismo Servizi organizza un convegno aperto a tutte le aziende associate per la presentazione della Convenzione con il Centro Studi "Marco Biagi" (Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia). Il convegno - dal titolo "La certificazione dei contratti di lavoro: un'opportunità per prevenire e ridurre la conflittualità nelle imprese" si svolge presso l'Unione di Milano (corso Venezia 49) dalle 9.30 in sala Orlando. Aprirà i lavori Renato Borghi, vicepresidente vicario dell'Unione Regionale. Sarà poi il noto giuslavorista professor Michele Tiraboschi (Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia) a presentare la convenzione ed illustrare le caratteristiche della certificazione. Le modalità più operative saranno successivamente spiegate da Daniela Ceruti, direttore centrale dei Servizi sindacali, sicurezza sociale e welfare dell'Unione di Milano. Il convegno proseguirà con le considerazioni di Maurizio Del Conte (Università Bocconi) per concludersi con domande ed approfondimenti.

Unioneinforma
giugno 2006



“Accompagnamento al credito” Convegno di Terziario Donna

Il 21 giugno al Circolo del Commercio di Milano (sala Castiglioni - a partire dalle ore 10) è in programma un incontro su “L’accompagnamento al credito” promosso dal Gruppo Terziario Donna dell’Unione: partecipano il presidente di Terziario Donna Milano Maria Antonia Rossini, Leonardo Marseglia (direttore Fidicomet, la cooperativa fidi Unione), il professor Carlo Secchi dell’Università Bocconi e Giusy Mingolla di Formaper (azienda speciale della Camera di commercio milanese).

Per Reggio Calabria promozione sul green

Tappa milanese del Reggio Calabria Golf Tour con l’obiettivo di aprire nuovi canali commerciali e promuovere un’immagine di qualità per il territorio calabrese. L’iniziativa è dell’Associazione commercianti di Reggio Calabria (che ha chiesto collaborazione all’Unione di Milano), impegnata nella sponsorizzazione, su tutti i campi che ospitano il Campionato italiano di golf, di stand dedicati alla presentazione di prodotti tipici enogastronomici e della vasta offerta turistica che alla provincia reggina fa riferimento. Un’occasione per i direttori delle catene della distribuzione moderna e gli operatori del settore alimentare e del turismo di visitare l’esposizione allestita presso il Golf Club Brianza (località Cascina Cazzù - Usmate Velate) e di coniugare un’opportunità di sviluppo imprenditoriale con una giornata di sport da vivere immersi nella natura.

Al Golf Club Brianza di Usmate Velate presentazione dell’offerta enogastronomica e turistica a cura dell’Ascom reggina

nomici e della vasta offerta turistica che alla provincia reggina fa riferimento. Un’occasione per i direttori delle catene della distribuzione moderna e gli operatori del settore alimentare e del turismo di visitare l’esposizione allestita presso il Golf Club Brianza (località Cascina Cazzù - Usmate Velate) e di coniugare un’opportunità di sviluppo imprenditoriale con una giornata di sport da vivere immersi nella natura.

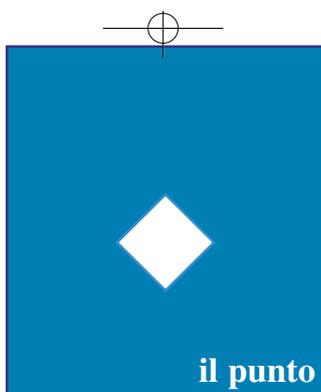
Attenzione ai bollettini con sorpresa un po’ “salata”

Aderendo al “Registro italiano internet” si pagherebbe un’inserzione al costo annuale di 858 euro e l’ordine, con validità triennale, verrebbe successivamente rinnovato di anno in anno (salvo disdetta con tre mesi di preavviso rispetto alla scadenza)

Recentemente sono circolati anche in Unione bollettini, contenenti l’indicazione “Registrazione internet Italia”, trasmessi da tale Dad Deutscher Adressdienst GmbH, con sede in Germania, ad Amburgo. I bollettini contengono la richiesta di compilazione dei propri dati, all’interno dell’allegato modulo, perché poi gli stessi vengano inseriti all’interno del “Registro Italiano in Internet”, (non viene, però, specificato chiaramente e senza ambiguità

che l’eventuale sottoscrizione del modulo comporta la stipulazione di un contratto per la inserzione dei dati forniti in un registro, edito a cura della stessa Dad). L’inserzione viene effettuata ad un costo annuale di 858 euro. L’ordine ha validità triennale e viene successivamente rinnovato di anno in anno, se non viene disdetto con tre mesi di preavviso rispetto alla scadenza. Come foro competente in caso di

controversie viene indicato quello tedesco, della sede della casa editrice. Il consiglio dell’Unione, per chi ricevesse i bollettini, è quello di non compilare nulla e di non apporre alcuna firma e/o timbro, così da evitare di contrarre un’obbligazione giuridicamente vincolante ed onerosa.



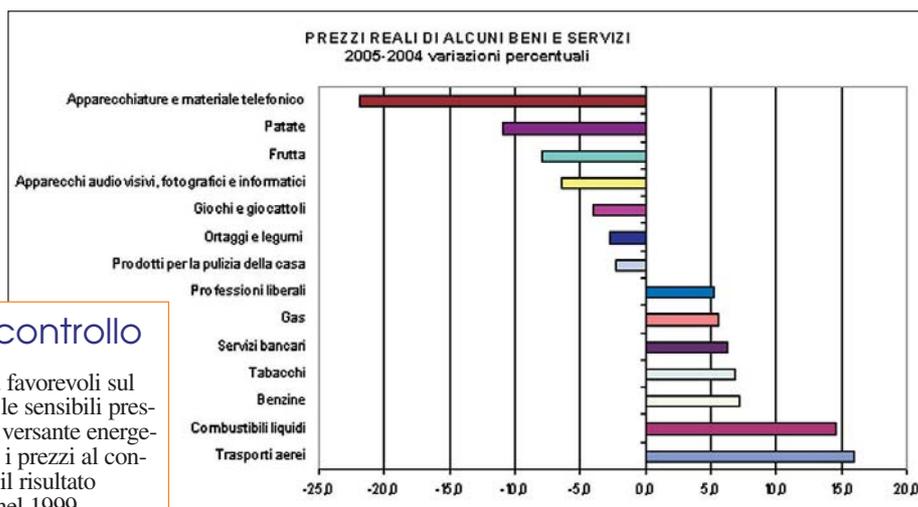
Prezzi al consumo 1995-2005: l'analisi del Centro Studi Confcommercio

Servizi bancari e assicurativi dieci anni di rincari

Assicurazioni aumentate dell'81,6%, servizi Bancoposta del 75,6%, istruzione del 57,7%, servizi bancari del 33,1%, rifiuti solidi urbani e affitti del 14,5%. Significativa diminuzione dei prezzi dei prodotti ad alto contenuto tecnologico e di quelli del comparto delle comunicazioni: le maggiori diminuzioni si registrano per apparecchiature e materiale telefonico (-64,7%), apparecchi audiovisivi, fotografici e informatici (-36,5%), servizi di telefonia (-29,3%), caffè e surrogati (-19,2%), pasta (-17%), elettrodomestici

L'indagine del Centro Studi Confcommercio ha compiuto un'analisi comparativa tra un paniere di spesa per beni e servizi che, nel 1995, si è ipotizzato pari a 1.000 euro, e il costo di un analogo paniere nel 2005. Dal confronto emerge che, nel

comunicazioni (13 euro contro 21), ricreazione e cultura (68 euro contro 73). Infine, l'analisi del Centro Studi sul primo trimestre 2006 evidenzia come le tensioni sui prezzi in atto nel 2005 non sembrano essersi modificate in questo primo periodo del-



Inflazione? Sotto controllo

Il 2005 è stato uno degli anni più favorevoli sul fronte dell'inflazione nonostante le sensibili pressioni che si sono determinate sul versante energetico. Nella media dell'anno 2005 i prezzi al consumo sono aumentati dell'1,9%, il risultato migliore dopo l'1,7% realizzato nel 1999. L'inflazione italiana è ormai entrata strutturalmente in un circolo «virtuoso» di bassa crescita differenziandosi sensibilmente da quanto registrato negli anni '70-'80 e nella prima parte degli anni '90.

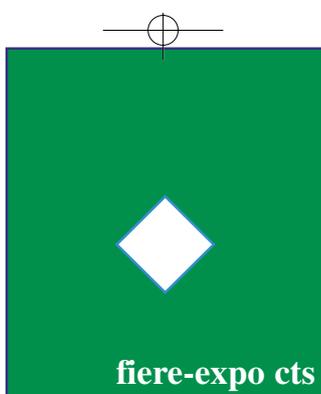
(-14,5%); questi sono alcuni dei dati contenuti nella ricerca del Centro Studi Confcommercio "I prezzi al consumo tra il 1995-2005" che ha analizzato come siano cambiati i prezzi, in termini reali, di 200 fra servizi e beni di largo consumo negli ultimi 10 anni.

menti di spesa tra gruppi di prodotti: più spesa per abitazione (208 euro contro 194), trasporti (126 euro contro 123), beni e servizi vari (80 euro contro 76); minor spesa per alimentari e bevande (161 euro contro 168), mobili ed elettrodomestici (92 euro contro 96),

2005, per acquistare lo stesso paniere del 1995 si è speso di più, ma con sposta-

l'anno che ha registrato, in particolare, l'aumento del 10,5% dei prodotti energetici (rispetto allo stesso periodo del 2005) e, tra le altre tipologie di spesa, il sensibile incremento dei prezzi dei servizi amministrati a livello locale (+4,1%). All'interno di questo comparto spiccano, in particolare, la tariffa per lo smaltimento rifiuti (+6%), l'acqua potabile (+4,9%) e i trasporti extraurbani (+3,3%).

Unioneinforma
giugno 2006



Svolgerà dal 20 al 23 ottobre, nel quartiere di Fieramilano di Rho Pero, Franchising & Trade, la manifestazione di EXPOcts (spa del gruppo Fiera Milano partecipata al 51% da Fiera Milano e al 49% dall'Unione di Milano). La rassegna, con Shop Project (pagina di fronte), è stata presentata al Circolo del Commercio.

Franchising & Trade (padiglione 11) si svilupperà su circa 10mila metri quadrati netti. Esporranno 360 aziende, con i principali brand del mondo dell'affiliazione commerciale. Sono attesi oltre 25mila visitatori.

L'edizione di quest'anno vede diverse novità: scuola di franchising, seminari specialistici brevi - di 30-45 minuti, ripetuti più volte al giorno, tenuti da esperti del settore, gratuiti e a disposizione del pubblico - che vertono su come diventare franchisee (e quindi come selezionare le proposte, come e quando aprire e gestire un punto vendita in franchising; cosa chiedere al franchisor ed a se stessi per evitare errori e sfruttare al meglio una formula che può essere di successo) e su come diventare franchisor (avviare una rete di franchising in Italia ed all'estero, con quali valutazioni strategiche; come evitare la pericolosa "cannibalizzazione" all'interno di una rete).

Altra novità importante è la nascita del Team International, una squadra che opera all'interno di EXPOcts con il compito di svolge-

re per tutto l'anno attività di promozione sui principali mercati per incentivare la presenza di visitatori professionali da tutto il mondo e, in prossimità della manifestazione, di organizzare per le delegazioni un'assistenza a 360 gradi. Il Team si occupa della presenza di visitatori esteri qualificati.

Nella manifestazione di quest'anno saranno inoltre presenti tre

"linee operative": quella dedicata ai big brand, quella dello "small business" (ad esempio i piccoli negozi tecnologici) e i punti vendita "a tema", come quelli dedicati all'intimo.

Il 61,5% delle insegne in franchising considererà le fiere di settore come uno dei migliori canali per il reclutamento di

nuovi affiliati. Il contatto diretto e la visibilità di marca sono i due fattori principali che spingono reti e pubblico a rivolgersi a manifestazioni dedicate.

Il franchising in Italia. Nel nostro Paese il giro di affari del franchising è di oltre 18 miliardi di euro, (+6,9% rispetto al 2004), le persone impiegate nel settore 118.799, le insegne 722, i punti di vendita diretti 9.853, i punti vendita in franchising 45.153 e i punti vendita all'estero che fanno capo a franchisor nel nostro Paese 4.570. "Il franchising in Italia" - dichiara Adalberto Corsi, presidente

Dove: Fieramilano quartiere di Rho Pero padiglione 11 porta Est - Ovest

Quando: 20 - 23 ottobre

Orari: espositori: 20 - 23 ottobre dalle 9 alle 19.30
visitatori: 20 - 23 ottobre dalle 10 alle 19

Biglietto: 15 euro.

EXPOcts - mostra di non essere affatto in ritardo con le economie europee più avanzate, anzi, si conferma comparto importante per il rilancio della competitività italiana, in particolare per quanto riguarda la modernizzazione dei sistemi distributivi, l'internazionalizzazione delle pmi, la conversione del commercio al dettaglio e la promozione dell'imprenditoria giovanile".

Le insegne, tenuto conto che alcuni franchisor gestiscono più di un'insegna, registrano un incre-

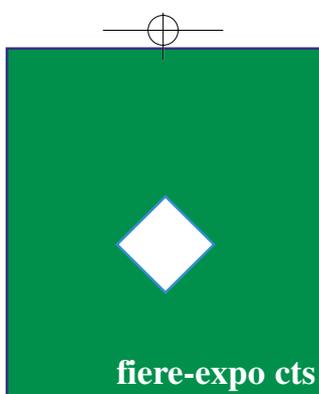
mento del 2%, con 722 unità, i settori più importanti sono: abbigliamento uomo-donna (11,9%), seguito dai servizi specialistici e di consulenza (10,7%) e prodotti vari - oggettistica (7,5%). I punti vendita in franchising segnano +1,6% con più di 45.000 unità, gli operatori occupati nei punti vendi-



Adalberto Corsi,
presidente EXPOcts

ta affiliati si avvicinano alle 119.000 unità con la creazione di oltre 1.000 posti di lavoro nel 2005. "Top ten" dei settori per addetti: le agenzie immobiliari (22.380), seguite dall'abbigliamento (11.631) e dalla ristorazione (11.302). Tra i settori più importanti (per quanto riguarda il giro d'affari) ci sono i grandi magazzini, seguiti dai negozi di alimentari/supermercati e abbigliamento uomo-donna. **Franchising ed intermediazione immobiliare.** Il comparto dell'intermediazione immobiliare cresce senza sosta: rispetto allo scorso anno gli affiliati sono aumentati

Unioneinforma
giugno 2006



Dove: Fieramilano quartiere Rho-Pero padiglione 9 porta Est - Ovest

Quando: 20 - 23 ottobre

Gli orari: espositori: 20 - 23 ottobre dalle 9 alle 19.30
visitatori: 20 - 23 ottobre dalle 10 alle 19

Biglietto: 15 euro



Presentata al Circolo del commercio di Milano la prima edizione di Shop Project, la rassegna fieristica promossa da EXPOcts che si svolgerà dal 20 al 23 ottobre nel nuovo quartiere di Fieramilano di Rho Pero in contemporanea con la manifestazione biennale Franchising & Trade. Shop Project, realizzato in collaborazione con Federlegno-Arredo, ha cadenza triennale e si rivolge ai produttori di arredamenti, allestimenti e illuminazione per negozi, ai costruttori di impianti frigoriferi per il commercio, ai professionisti delle tecnologie e del visual merchandising e ai progettisti di punti vendita italiani ed esteri.

L'intero padiglione 9 - 10.500 metri quadrati espositivi - sarà dedicato ai 400 espositori. La manifestazione può essere considerata la

"casa del negozio" sia in chiave hardware (sistemi di sicurezza, allarmi, sistemi di controllo degli accessi, comunicazione digitale) sia software (sistemi di pagamento e cassa, contabilità, gestione magazzini). Il welcome farà invece leva su: manichini, grucce, vetrofanie, cartellini, prezzo, l'intero mondo visual all'interno e all'esterno del punto vendita.

Al primo posto, tra i segmenti più dinamici del comparto, troviamo gli arredi e le infrastrutture per presentare la merce. Trend che si sviluppa in conseguenza del tipo di negozi che si vanno ora aprendo: negozi che puntano molto sull'ambientazione per fare tendenza e fidelizzare una propria clientela (sia che si tratti di esercizi alimentari che non food). Subito dopo troviamo altri settori ugualmente dinamici e altrettanto importanti, come l'illuminazione e le tecnologie (sistemi di pagamento, sicurezza e logistica).

In primo piano nel contesto di Shop Project ci saranno inoltre prodotti di tipo tecnico, fondamentali per gli esercizi che se ne

servono, come le attrezzature frigorifere per il commercio - mobili, vetrine, mobili-banchi, celle ed espositori refrigerati - un segmento del mercato a grande penetrazione internazionale (il 52% dei 680 milioni di euro prodotti viene esportato, secondo il consueto rapporto annuale di Anima, l'Associazione fra le imprese della meccanica) e ad altrettanto grande evoluzione.

Il mondo cui Shop Project si riferisce non è per nulla trascurabile: vi operano infatti circa 1.400 imprese (fra quelle molto piccole, proiettate sul mercato locale, alle imprese di grande dimensioni che - a motivo delle loro caratteristiche e della loro organizzazione - forniscono prevalentemente la grande distribuzione), con circa 15.000 addetti, collocate prevalentemente in Lombardia, Veneto ed Emilia Romagna (e in parte in Toscana).



Carlo Bassi, amministratore delegato di EXPOcts

del 6,5%, gli affiliati del 18,4% e il personale impiegato del 23,4%. Il personale addetto è salito a 22.380 unità.

Le società immobiliari puntano ad un ampliamento della rete nel medio periodo con l'obiettivo di rafforzare o completare la coper-

tura del territorio nazionale puntando sui giovani: neodiplomati o neolaureati da formare per poi affidare loro l'apertura di agenzie nelle aree non coperte e che ad oggi riguardano soprattutto regioni come il Trentino Alto Adige, il Friuli e la Valle d'Aosta.

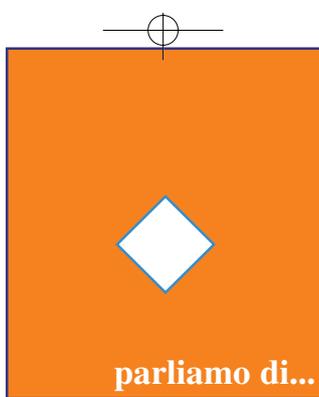
Il franchising immobiliare, come numero di agenzie, è sviluppato soprattutto in Italia. Seguono Spagna, Francia e Germania. Recentissimo è lo sviluppo delle reti di franchising in Gran Bretagna.

Lombardia nel "triangolo d'oro"

del franchising. Le regioni nelle quali il franchising è maggiormente concentrato sono la Lombardia, il Lazio e il Veneto. Crescono bene, con percentuali oltre il 10%, l'abbigliamento e i servizi specialistici, l'oggettistica, la ristorazione e le agenzie immobiliari. Nel 2005 vi è stato un forte sviluppo di segmenti come la cosmetica, l'erboristeria le lavanderie o gli asili che hanno però ancora un peso modesto in termini di punti vendita.

(a cura di A.L.)

Unioneinforma
giugno 2006



Intervista a Giampiero Labò, presidente di Snag

Professione edicolante

Snag è il Sindacato autonomo giornalisti di Milano e provincia (aderente all'Unione) che comprende i raggruppamenti circondarziali di Bovisio Masciago, Cinisello Balsamo, Desio, Gorgonzola, Legnano, Limbiate, Monza, Rozzano. Quattrocento associati a Milano e altrettanti in provincia fanno dello Snag il sindacato più rappresentativo della categoria. Giampiero Labò, presidente dell'associazione dal 1999, è stato di recente riconfermato alla presidenza. Sul piano sindacale, l'impegno del presidente e di tutto il consiglio eletto nell'assemblea annuale di maggio, è quello di individuare le situazioni difformi rispetto agli accordi che regolano i rapporti con i distributori. I giornalisti si trovano quotidianamente ad affrontare calcoli sbagliati di sconti e percentuali o ritardi nelle chiamate rese. Ma Labò ha molto a cuore anche un altro obiettivo: "Oggi, il problema principale del giornalista è lo spazio. I nostri clienti hanno un'età che varia dagli zero ai novanta anni e per ciascuna fascia abbiamo pubblicazioni e gadget ad hoc. Senza dimenticare che le strategie commerciali degli editori comportano un proliferare di supplementi, allegati e iniziative spe-

Accordo di Snag con Greenticket, società di biglietteria elettronica, che permetterà ai giornalisti di vendere biglietti per spettacoli teatrali, musicali, cinematografici e per eventi sportivi su tutto il territorio nazionale

ciali varie". Il risultato, continua Labò, è un chiosco disordinato dove "c'è molto di quello che non si vende e poco di quello che si vende". La soluzione passa per un ampliamento delle edicole. "Chiediamo alle amministrazioni comunali, e in particolare a quella milanese, di progettare soluzioni di arredo urbano che ci permettano di avere chioschi più grandi e più moderni. E che per questo vengano studiati finanziamenti appositi anche utilizzando i fondi destinati alle pmi". Due i vantaggi immediati che si ottengono. Con chioschi più ordinati, la città acquista un aspetto più accogliente, rimanda di sé un'immagine migliore.

Più spazio più fatturato. Il secondo vantaggio è che l'edicolante guadagna di più. Allo Snag hanno calcolato che l'allargamento di un metro consentirebbe un aumento del fatturato del 20-25 per cento perché una migliore esposizione della merce permetterebbe di recuperare gli acquisti di impulso che nell'attuale situazione di "sovraffollamento editoriale" vanno persi. Spiega ancora Labò: "Per incrementare il reddito degli edicolanti, un'esigenza non più rimandabile se vogliamo che questo mestiere continui a esistere, dobbiamo incre-

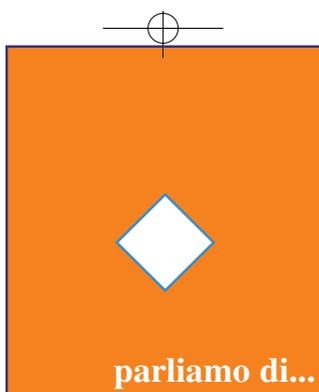


Giampiero Labò

mentare la gamma dei prodotti e dei servizi disponibili". Se per avere più prodotti è necessario ampliare degli spazi, offrire più servizi significa modernizzare l'edicola e soprattutto informatizzarla. Proprio su questo tema si incentra molta dell'attività di formazione proposta dall'associazione. Snag punta a ottenere finanziamenti agevolati per gli associati che scelgono di informatizzare il punto vendita. Innegabili i vantaggi, secondo Labò: grazie all'informatica, migliorano e sono più rapidi i rapporti con le agenzie di distribuzione, ad esempio. Così come per ricaricare le nuove tessere Atm serve ormai un terminale. Ma non solo. Il presidente di Snag conclude con un annuncio: "Abbiamo firmato un accordo con Greenticket, una società di biglietteria elettronica, che ci permette di vendere biglietti per spettacoli teatrali, musicali, cinematografici e per eventi sportivi su tutto il territorio nazionale. E' un nuovo servizio che mettiamo a disposizione dei nostri clienti, particolarmente apprezzato da chi vive in periferia".

S.B.

Unioneinforma
giugno 2006



L'ingresso della Camera di commercio di Milano

A Milano la sede dell' Agenzia nazionale per l'innovazione. Lo ha disposto un decreto del presidente del Consiglio dei Ministri del 12 maggio, collegato alla Finanziaria 2006. L' Agenzia sarà presso la Camera di commercio di Milano nel Palazzo dell'innovazione in via Soderini. In tre anni per l'innovazione a Milano e in Lombardia, tra Agenzia, Palazzo dell'innovazione e fondi per le imprese, sono stati stanziati 400 milioni di euro. La

Avrà sede nel futuro Palazzo dell'innovazione presso la Camera di commercio milanese

A Milano l' Agenzia nazionale per l'innovazione

nuova struttura dell' Agenzia nazionale e del Palazzo dell'innovazione potrà poi contare su 300 specialisti per accrescere la competitività delle imprese, diffondere l' utilizzo di nuove tecnologie, favorire l' integrazione fra il sistema della ricerca e quello produttivo. Il Palazzo, oltre all' Agenzia nazionale per l'innovazione, grazie ad una rete di nuove alleanze anche internazionali, ospiterà centri di ricerca europei, studi brevettuali, società specializzate in trasferimento tecnologico, società di venture capital, insieme ad uffici della Camera di commercio per l'innovazione. Con comitati di indirizzo e di eccellenza

a cui parteciperanno i principali rappresentanti dell'impresa e della ricerca italiana e internazionale.

"E' un successo del 'fare sistema' - ha dichiarato Carlo Sangalli, presidente della Camera di commercio di Milano (e dell'Unione) - Anche sull'innovazione il nostro territorio vanta posizioni importanti. Ma sedersi sugli allori non è saggio in una realtà in cui tutti corrono.

Ecco il senso dell' iniziativa di creare il Palazzo dell'innovazione, un 'laboratorio per fare sistema', per far lavorare insieme istituzioni pubbliche e realtà private al servizio delle imprese".

SITO INTERNET Unione www.unionemilano.it

LE INFORMAZIONI IN TEMPO REALE

L'Unione, per rendere sempre più immediate le informazioni sulla propria attività e sulle iniziative delle associazioni che ad essa aderiscono, ha allestito un sito Internet il cui indirizzo è www.unionemilano.it

Oltre alla parte istituzionale e di presentazione della struttura organizzativa Unione, dal sito - costantemente aggiornato - si possono trarre informazioni utili sui servizi erogati dall'Unione, dalle associazioni di categoria e territoriali, dagli enti e dalle società collegate, ed è possibile il link con enti, banche, giornali.

Le aziende associate, in regola con le contribuzioni previste, hanno a disposizione, **con accesso codificato da password**, tutti i riferimenti normativi e gli adempimenti su aree tematiche:

- | | |
|------------------------|-------------------------|
| ✓ del lavoro | ✓ previdenza assistenza |
| ✓ legale | ✓ sicurezza sul lavoro |
| ✓ fiscale e tributaria | ✓ welfare |

Le aziende interessate possono richiedere il codice "password" compilando on line l'apposito modulo presente all'interno della sezione "aree tematiche" del sito Unione.

L'azienda riceverà in breve tempo via e-mail l'attribuzione del codice d'accesso (login e password).

PER INFORMAZIONI SI PREGA TELEFONARE AL N° 02-7750.292/293

Unioneinforma
giugno 2006



“Manager di quartiere” per piazza del Duomo

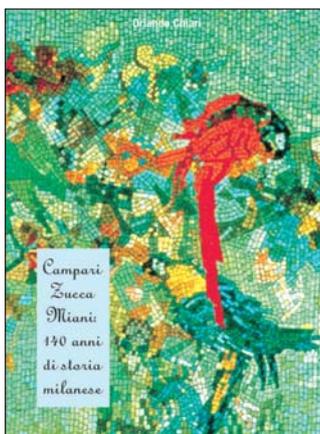
biglietto da visita di Milano

Piazza del Duomo: i milanesi, tutto sommato, amano la piazza che li rappresenta nel mondo. Un milanese su cinque la considera addirittura la più bella d'Europa, seguita dalle piazze di Parigi (19%), Roma (17,5%) e Venezia (9%). Il dato emerge dal sondaggio “I milanesi e piazza Duomo” realizzato dalla Camera di commercio di Milano (attraverso la sua azienda speciale Cedcamera). Sondaggio che è stato illustrato al Caffè Miani Zucca in Galleria nel corso dell'incontro “Piazza Duomo: una nuova stagione per le culture, gli incontri, i commerci” alla presenza di Carlo Sangalli, presidente della Camera di commercio e dell'Unione di Milano; Luigi Mangani, arciprete del Duomo; Italo Rota e Liliana Feldman. In occasione dell'incontro è stato presentato il volume di Orlando Chiari “Campari Zucca Miani: 140 anni di storia milanese”. Piazza del Duomo continua ad essere frequentata molto. In media i milanesi si recano in piazza del Duomo circa una volta e mezzo a settimana. Se oltre un milanese su tre ammette di andare meno in piazza del Duomo rispetto all'anno scorso (sono soprattutto gli “over” 65), cresce la frequentazione rispetto al passato tra i giovani che hanno tra i 18 e 25 anni. Decisamente positivi i giudizi sulla bellezza della piazza.

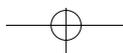
Le risposte al sondaggio della Camera di commercio milanese: piazza bella, ma dev'essere più pulita e curata. Il presidente Carlo Sangalli: piazza del Duomo è un simbolo e sui simboli si costruisce la nuova identità di Milano. Assieme al sondaggio presentato anche il volume “Campari Zucca Miani: 140 anni di storia milanese”

Piace molto al 45,4% dei milanesi e abbastanza al 35%. La maggior parte apprezza l'architettura (54,2%) e il Duomo (26,5%), ma al 9,6% piacciono soprattutto i locali che su essa si affacciano. Al contrario non piace che la piazza sia mal curata e sporca (40,8%). Per rilanciarla e rendere più bella piazza del Duomo i cittadini

chiedono, infatti, maggiore pulizia (44,3%), quindi più polizia per garantire maggiore sicurezza personale (14,2%), un arredo urbano differente (8,9%), la presenza di aree verdi (8,3%) e più manifestazioni culturali (5%). Piazza del Duomo è per i milanesi soprattutto un luogo dove si va a passeggio (34,7%), ma viene “usata” anche come luogo d'incontro culturale (8,5%) e di preghiera (7,2%). E il 13,4% dei milanesi si reca nella piazza per incontrare gli amici. “Piazza del Duomo è un simbolo - ha commentato Carlo Sangalli - e sui simboli si costruisce la nuova identità di Milano, a metà strada tra tradizione e modernità. E' anche lo specchio delle contraddizioni metropolitane, nella difficile sfida dell'integrazione, dei “cittadini a tempo” come i turisti e chi qui lavora, dei locali storici come lo Zucca in Galleria e delle imprese di servizi avanzati. Su piazza del Duomo va investito - perché rappresenta il biglietto da visita di Milano - in termini di cura complessiva e con iniziative di marketing territoriale. Per far questo credo sia utile pensare a rafforzare gli organi del decentramento municipale - come le Zone - anche con nuove figure professionali, come il “manager di quartiere”, dedicate a rendere la città più viva e più aperta, a partire dalle aree strategiche, sia in centro che in periferia”.



Unioneinforma
giugno 2006



Il commercio "racconta" Milano

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

Panificio alimentari Gianoli a Passirana di Rho



La vecchia casa dove si trovava il panificio e l'abitazione della famiglia Gianoli (sulla porta di sinistra la madre e Guido Gianoli, 1948)

Abbiamo iniziato col forno a legna nel 1904, poi dal 1940 col forno a tubi che andava a carbone, ed infine, dal 1962 col forno a cicli termici, anche quello a carbone, poi a gasolio e ora a metano."

Esordisce con un dettagliato resoconto tecnico delle doti del laboratorio del negozio di pane e alimentari la lunga storia della famiglia Gianoli che ci racconta Guido, residente a Passirana, una piccola frazione di Rho sulla strada verso Arese. Continua spiegando che con lo sviluppo tecnologico la vita del panettiere è certamente migliorata: "Perché una volta per scaldare un forno a legna ci volevano almeno tre ore, adesso il tempo si è ridotto ad un terzo" e, inoltre lo spazio a disposizione per cuocere il pane è aumentato perché i forni a ciclo termico sono composti da più piani, ognuno dei quali forma delle singole camere a combustione, tutte alla medesima temperatura: "Per cui un forno di 4 metri quadrati ora ha

una capienza di 12 metri quadrati". Il procedimento di cottura è il medesimo anche se, sottolinea il signor Gianoli: "Il forno a legna e a tubi ha una cottura più asciutta, mentre con quello a cicli termici il pane rimane più umido e allora bisogna creare la giusta aerazione per realizzare un prodotto buono".

Ma ritorniamo alla storia di famiglia. Fu nonno Anselmo che il 1° dicembre del 1904 aprì il panificio-alimentari in via Casati, nel luogo dove si trova tuttora: "La sede era la stessa, ma allora era una piccola casa di paese che poi è stata ingrandita nel 1924 e successivamente demolita, nel 1960, per costruire il palazzo che vedete ora in cui accogliere i suoi otto figli". Quando aprì il negozio, nonno Anselmo era già sposato con tre figli, Natalina (1901), Decio (1903) e Angelo (1904, padre di Guido).

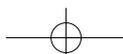
All'inizio del secolo scorso il Rhodense era una zona prettamente agricola costellata da mille cascine in cui vivevano le grandi famiglie allargate contadine di una volta. Era costume sposarsi molto presto, ma restare in famiglia fino a quando non si raggiungeva la maturità economica e fisica per compiere il distacco. Così, nei primissimi anni di matrimonio, come molti suoi coetanei, Anselmo continuò a vivere a Cascina Nuova di Bollate, dov'era nato.

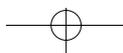
Quando finalmente le possibilità lo permisero, aprì il suo forno per il pane a Passirana dove si trasferì con moglie e figli. Poco dopo la famiglia s'ingrandì ulteriormente: "Nacque lo zio Emilio, che morì molto giovane, e lo zio Luigi". Il negozio, oltre al pane, che veniva preparato nel laboratorio adiacente, era anche un punto vendita di prodotti alimentari: si vendevano sfusi pasta, riso, olio, zucchero, farina, salsa di pomodoro, olive in salamoia



Il banco di lavoro del negozio. Alle spalle dei Gianoli si può vedere il mobile che raccoglieva alcuni prodotti alimentari venduti sfusi (1948)

CCIX





Angelo Gianoli al lavoro al forno aiutato dal figlio Guido (1959)

una tabaccheria; lo zio Decio invece, un panificio a Senago; l'ultimo, Luigi, una salumeria con macello a Vedano. Di tutti questi siamo rimasti aperti solo noi”.

Anche la famiglia di Angelo era molto numerosa: ebbe otto figli di cui Guido, il nostro testimone nato nel '33, era il secondo: “La prima era Virginia, del 1932; poi Umberto, Carolina, Decio, Natale, Clementina e Ersilia, nata nel 1948. Con la nascita dell'ultima, mia madre, che aveva sempre aiutato in negozio, si decise a dedicarsi alla casa e ai figli”.

La vita della famiglia Gianoli, come d'altronde quella di tutte le storie che abbiamo raccontato in questi anni, si divide tra casa e negozio con continuità. Tutti gli otto fratelli si trovano a correre e giocare tra le pareti domestiche, il laboratorio e il banco del negozio di alimentari fin da piccolissimi: “Siamo cresciuti passando dalle braccia di un cliente all'altro” ci racconta Guido. Presto, però, ognuno di loro inizierà a svolgere piccole, ma importanti mansioni nella gestione della casa, del negozio e non solo. Negli anni venti i Gianoli acquistano 110 pertiche di terreno, sul retro della casa, dove costruiscono la stalla e organizzano la tradizionale aia di paese:

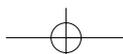
“Avevamo galline, maiali e, in tempo di guerra, anche le pecore, per filare la lana e fare i vestiti. Quelli della guerra sono stati anni difficili, io me li ricordo. Si doveva tirare la cinghia, togliere gli

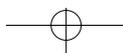
zoccoli belli per mettere quelli brutti. I miei primi calzoni lunghi li ho avuto solo a 17 anni, prima erano sempre corti e rammendati”. Guido, nel periodo bellico aveva il compito di seguire le pecore e i maiali che erano uno dei pochi sostentamenti della famiglia. Al termine del conflitto con la gerla in spalla iniziò a consegnare pane per le cascine della zona: “Per le strade a quel tempo si vedevano girare solo cavalli, mucche e asini.

D'altronde questa era una zona agricola, con solo una piccola tessitura. Mi ricordo che, qualche tempo dopo, nel 1963, andai a Locarno per vedere un forno che avevamo acquistato da una ditta svizzera e rimasi scioccato dal numero di automobili e furgoni che circolavano per le vie. C'era un dislivello enorme di benessere!”. Guido è un ragazzo dai mille interessi e mentre inizia attivamente a collaborare all'attività del padre aiuta, come muratore e poi collaboratore, il fratello Natale, geometra e architetto. “Natale era il più malaticcio della famiglia e per questo venne man-



Guido Gianoli mostra i forni del laboratorio





Il commercio "racconta" Milano

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



Le vetrine esterne del negozio

dato a studiare": questo gli permise di aprire una ditta di costruzioni edili che nell'arco di mezzo secolo ha portato alla realizzazione in paese di più di cinquanta appartamenti: il primo cantiere venne aperto nel 1951 e l'ultimo è stato chiuso in questi giorni da uno dei figli di Guido che, nel frattempo, ha seguito le orme dello zio.

A soli diciannove anni il signor Gianoli, aiutato da un cugino orfano, di qualche anno maggiore di lui, acquistò un altro negozio di alimentari a La Valera, vicino ad Arese che verrà seguito successivamente da sua moglie Maria. "Ogni mattina prima in bicicletta, poi in macchina, poi con il furgone, caricavo il pane e lo vendevo al negozio di Arese". Guido e sua moglie vivranno nella casa di Passirana dove nasceranno anche i loro quattro figli: "Abbiamo potuto godere del grande sostegno dei genitori di mia moglie per la crescita dei nostri figli. Noi eravamo molto occupati e non sempre disponibili."

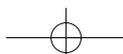
Nel 1961 il padre Angelo mancò e il negozio di Passirana passò, per successione, come società di fatto ai 4 fratelli, che lo gestiscono ancora oggi: Guido, Decio che lavora al forno, Ersilia e Clementina che seguono da vicino la gestione dell'attività. "Io sono sempre stato il jolly, ho avuto molti interessi diversi e mi sono occupato contemporaneamente di troppe cose. Ho avuto la fortuna di avere le mie sorelle qui a Passirana, mio fratello in laboratorio, mia moglie a La Valera, mio zio alla società edile che mi hanno sempre garantito e permesso di fare questa vita". Il forte sviluppo economico degli anni '60 e i nuovi insediamenti industriali che avevano coinvolto l'hinterland milanese toccarono anche i Gianoli e in particolare il negozio di La Valera che ottenne nel 1962 l'appalto della fornitura del pane alla mensa dell'Alfa Romeo appena avviata: "E' nato tutto per caso. Il primo direttore dell'Alfa Romeo aveva un'impresa di ristorazione che serviva il cantiere del complesso industriale in costruzione. In quel periodo conobbe il mio prodotto e una volta diventato direttore generale è venuto a chiamarmi". Ogni giorno, per più di vent'anni, Guido caricava il furgone del pane per gli operai, lo pesava, lo allestiva (in un primo tempo per

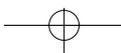
la vendita diretta all'entrata in mensa, poi all'interno degli appositi contenitori del self-service), ed infine lo ritirava e faceva i conti. Il forte sviluppo industriale della zona modificò anche il paese: a poco a poco scomparvero dai cortili delle case le pecore, i maiali e le galline; il borgo si ingrandì e le macchine in circolazione diventarono sempre più numerose. "Tutto è cambiato, ma qualcosa di buono in paese è rimasto. Noi abbiamo le amicizie e un piccolo spazio in oratorio dove ci troviamo a ballare".

Il negozio di La Valera con il tempo s'ingrandì e quello che era in un primo tempo "un buchino" divenne più grande con l'acquisto dello spazio contiguo e successivamente con il trasferimento nella palazzina di fronte (dove raggiunse la sua massima espansione di 75 mq). Ebbe un andamento sempre positivo fino a quando, qualche anno fa, la strada in cui si trovava il negozio venne chiusa al passaggio delle auto, provocando un vero tracollo dell'attività. Tre anni fa i Gianoli preferirono chiudere definitivamente. Il negozio di Passirana, invece,



Il laboratorio del pane e della pasticceria





Il commercio "racconta" Milano

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



La vecchia aia ormai priva di animali

continua la sua attività: "Ora è un vero minimarket, manca solo la vendita della carne fresca. Ma oggi è un prodotto che non conviene".

Guido ci spiega che i suoi negozi, ormai da diversi anni, sono entrati a far parte di piccole catene di supermercati: "E' l'unico modo per sopravvivere, è molto importante fare gruppo". In un primo tempo i Gianoli si associarono al gruppo Vegé, poi al Crai ed infine al gruppo Sisa che opera in Piemonte, parte della Lombardia e Liguria. "I primi due tentativi andarono male perché non vennero rispettate le garanzie iniziali". Entrando a far parte di queste catene il negozio è obbligato a rifornirsi per il 70% dai magazzini del gruppo e a seguirne le linee di promozione e di vendita.

Vengono, inoltre, richiesti un deposito di garanzia e una quota annuale (che si può ammortizzare acquistando più prodotti). Parlando dell'attività, Guido ci confida che lui, suo fratello e le sue sorelle sono, ormai, quasi tutti in pensione e pre-

sto dovranno scegliere se chiudere o cedere l'attività: "D'altronde i miei figli sono dottori o geometri e non hanno intenzione di dedicarsi al negozio (...) Questa è una vita carceraria, si dovrebbe fare per massimo dieci anni e poi cambiare, ma per essere pronti a farla ci vogliono dieci anni di preparazione". Il fratello Decio, per esempio, ogni giorno si alza alle 4 per preparare il forno, "e una volta era peggio, la levata era alle 2. Si lavorava dalle 2 alle 12, dieci ore di fila senza mai fermarsi". D'altronde, ci spiega Guido, ogni pane ha la sua lavorazione: c'è quello che viene impastato il giorno prima, messo a riposo e poi nuovamente lavorato; c'è la pagnotta più veloce che viene direttamente infornata; le brioche, per esempio vengono preparate alle 8 di mattina, lasciate riposare e messe in forno nel tardo pomeriggio. "L'importante - ci spiega - è che il pane sia fatto in modo artigianale senza l'utilizzo di miglioratori e lieviti artificiali. Bisogna saper usare la pasta madre per fare un buon prodotto". Le lavorazioni della pasticceria sono di competenza di Guido che da quando aveva undici anni, guardando il padre fare i panettoni, si è innamorato di questo settore di attività: "A 29 anni ho seguito per tre anni un corso di specializzazione, ma è un'arte difficile dove bisogna sempre studiare e aggiornarsi perché le lavorazioni cambiano".

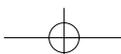
Anche il tipo di pane che si usava una volta era diverso: "Si cuoceva un filone simile al francese di oggi e la michetta era un po' diversa: veniva stampata e successivamente si applicava un piccolo castello che veniva su, diritto. A fare quel tipo di pane adesso costerebbe troppo in mano d'opera". Oggi, invece, i clienti pretendono di avere molta scelta e tipi differenti di prodotti per soddisfare tutti i gusti e gli appetiti. Non è semplice, ci dice Guido, e spesso è troppo oneroso. "Se si spiegasse alle persone e, soprattutto, ai giovani come vengono realizzati i prodotti si acquisterebbe con maggior accortezza". Al termine del racconto, il nostro testimone ci regala piccoli trucchi del mestiere. Per esempio, per fare la pizza in casa ci confida quanto sia importante tener conto, nei tempi di lievitazione, del fatto che il forno domestico ha una piastra sospesa e la pizza non appoggia direttamente, come dal fornaio o dal pizzaiolo, su una superficie bollente; per cui i tempi di lievitazione devono essere più lunghi. Infine una piccola e veloce ricetta per fare la pasta brisè che tante ricette può soddisfare: "Basta prendere mezzo chilo di farina, il 20% di burro, un pizzico di sale e amalgamare con acqua frizzante. Impastare e lasciare riposare. E' tutto qui".

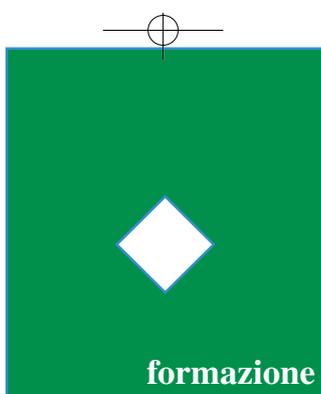


Il panificio-alimentari della famiglia si è ormai trasformato in minimarket. In fondo si vede il banco del pane e del fresco

Sara Talli Nencioni

(Con la collaborazione di Sara Zanisi)





Capac-Politecnico del commercio Il nuovo Consiglio d'amministrazione

Con decreto del presidente della Provincia di Milano sono stati nominati per il prossimo quadriennio gli organi statuari della Fondazione Capac/ Politecnico del commercio. Ecco la composizione. Presidente: Giovanni Bottari. Consiglio di amministrazione: Giovanni Deodato, Lino Gallina, Valentino Gatti, Mario Manzoni, Antonio Marinoni, Chiara Silverij, Alfredo Zini (in rappresentanza dell'Unione regionale lombarda del commercio, del turismo e dei servizi); Cesare De Vecchi e Lindoro Sergio Toscani (in rappresentanza della Regione Lombardia); Bruno Belletti e Maurizio Cavazzan (in rappresentanza della Provincia di Milano); Roberto Del Conte (in rappresentanza del Comune di Milano); Carlo Alberto Panigo (in rappresentanza della Camera di commercio di Milano); Ercole Montanari (in rappresentanza di Unionca-

Presidenza: conferma di Giovanni Bottari. Nominato anche il Collegio dei revisori dei conti

mere Lombardia); Luca Galli (in rappresentanza della Fondazione Cariplo); Graziella Martini Giobbi (in rappresentanza di Fondazione Fiera Milano); Renato Losio, Michele Tamburelli, Ernestino Tognoli (in rappresentanza delle organizzazioni sindacali dei lavoratori Filcams Cgil, Uilfucs e Fisascat Cisl); Dino Abbascià, Dario Bossi, Raul Longo, Maria Antonia Rossini (designati del presidente della Fondazione in base all'art. 6 dello Statuto).

Il Collegio dei revisori dei conti è, invece, così composto: presidente è Paolo Riccardo Proserpi (designato dalla Regione Lombardia). Membri effettivi sono Enrico Meazzi (designato dall'Unione di Milano) e Roberta Reda (designata dalla Camera di commercio di Milano).

Membri supplenti: Monica Rossana Bellini (designata della Provincia di Milano) e Luciano Toma (designato dell'Unione



Giovanni Bottari



regionale lombarda del commercio, del turismo e dei servizi).



www.tntpost.it

Cambio in corsa.

Rinaldi l'Espresso diventa TNT Post.
La posta dei milanesi ha un nuovo nome.

TNT | post

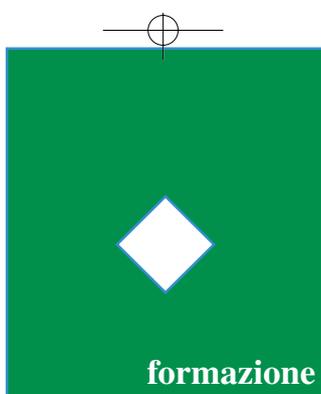
Via Sant'Andrea, 10
Tel: +39 02 760311

Via Rutilia, 17
Tel: +39 02 57410200

Via G. Govone, 26
Tel: +39 02 312308

Via A. Doria, 30
Tel: +39 02 66715259

Unioneinforma
giugno 2006



Al via le iscrizioni per il nuovo anno accademico del corso in Economia e gestione aziendale promosso da Università Cattolica e Scuola Superiore

Milano laurea in terziario

L laurea triennale in crisi? Non sembra essere il caso del corso di laurea di primo livello in economia e gestione aziendale (gestione delle imprese del terziario e dei servizi commerciali) promosso da Università Cattolica di Milano e Scuola Superiore del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni, istituzione che fa riferimento all'Unione (a sostegno del corso di laurea vi sono anche Camera di commercio e Fondazione Cariplo): dei 267 laureati degli ultimi sei anni, il 57% è stato assunto subito dopo lo stage. Il corso di laurea (inaugurato nell'anno accademico 1996-1997 come diploma universitario in economia e amministrazione delle imprese ed inizialmente indirizzato in particolare alle esigenze della distribuzione commerciale) permette l'accesso

Dei 267 laureati degli ultimi 6 anni accademici il 57% è stato assunto subito dopo lo stage (previsto al terzo anno di corso e della durata di cinque mesi). Lezioni dal 25 settembre nella sede della Scuola Superiore in viale Murillo. Per gli iscritti previsti quest'anno due pre-corsi: matematica generale e matematica finanziaria

ai master universitari di primo livello e si caratterizza, al terzo anno, per lo stage di cinque mesi presso le aziende (stage che costituisce un ottimo trampolino di lancio per l'attività lavorativa dopo la laurea). Collaborano per il corso laurea, ospitando gli studenti in stage, numerose aziende: Aig Life, Aon, Auchan, Banca

"Il corso di laurea promosso con l'Università Cattolica – afferma Gaetano Morazzoni, presidente della Scuola Superiore – costituisce un'ottima opportunità per i giovani che aspirano a lavorare nel terziario ed è una testimonianza concreta di come a Milano, possa funzionare al meglio l'integrazione fra università e mondo del lavoro".

A partire da questi giorni è possibile presentare domanda per il nuovo anno accademico: è di circa 2.200 euro il costo per tasse, contributi d'iscrizione e frequenza annuale. Il corso di laurea, di durata triennale, è a numero chiuso (80 studenti). Le lezioni, con frequenza obbligatoria, si svolgeranno dal 25 di settembre presso la sede della Scuola Superiore, a Milano, in viale Murillo 17. Per gli iscritti sono inoltre previsti, sempre presso la Scuola Superiore, un pre-corso di matematica generale (dall'11 al 15 settembre) e un pre-corso di matematica finanziaria (dal 18 al 22 settembre).

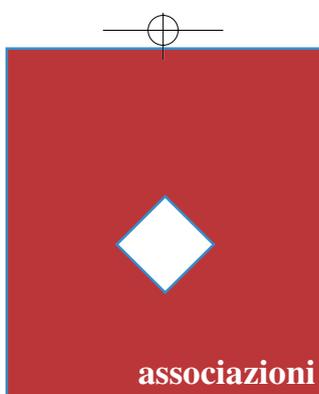


Per informazioni sul corso di laurea contattare la Scuola Superiore (tel. 02-40305283/206 – fax 02-48700450 info@scuolasuperiorect.it) e l'Università Cattolica (numero verde 800209902 attivo fino a settembre dal lunedì al sabato dalle 8 alle 20).

Popolare di Sondrio, Bmw Italia, Castorama Italia, Decathlon Italia, Deloitte & Touche, Fastweb, Giochi Preziosi, Ingram Micro, Mercedes Benz, Penny Market Italia, Proxy, Ras, Rhiag, Sib Spa Divisione Leroy Merlin, Silvestar (Arrow Group), Standa Commerciale, Unisys Italia, Upim.

Unioneinforma
giugno 2006





In Unione incontro dei direttivi di Epam e Assofood con il comandante milanese Giovanni Maria Jacobazzi

Publici esercizi e dettaglio alimentare Confronto con i Nas

Si è svolto presso l'Unione di Milano l'incontro tra i componenti dei direttivi di Epam e Assofood Milano (le associazioni dei pubblici esercizi e del dettaglio alimentare) con il comandante del nucleo milanese dei Nas, tenente Giovanni Maria Jacobazzi (e il maresciallo Michele Pastore). L'incontro - con i presidenti di Epam Lino Stoppani e di Assofood Iliano Maldini - ha avuto l'obiettivo di far meglio conoscere agli

operatori commerciali la struttura e l'organizzazione del nucleo dei Carabinieri preposto al controllo sulla sicurezza alimentare. "Un incontro molto importante per la categoria - ha detto Lino Stoppani - perché ha permesso a noi tutti di

comprendere maggiormente l'attività dei Nas". Stoppani ha evidenziato le diverse iniziative intraprese per migliorare la qualità dei prodotti e dei servizi offerti al consumatore: come il "bollino blu" che certifica il rispetto della legge sulla sicurezza degli alimenti (haccp) e la carta dei servizi.

Nas: un po' di storia

I Nas, Nucleo antisofisticazio-

ne e sanità - ha spiegato il tenente Jacobazzi - vengono istituiti il 15 ottobre 1962; presenti inizialmente a Milano, Padova, Bologna, Roma Napoli e Palermo, hanno il compito di vigilare sulla produzione, il confezionamento, il commercio e la vendita degli alimenti e delle bevande. Nel 2005, con la legge n. 244, il reparto ha assunto la denominazione di Comando Carabinieri per la tutela della salute. L'organico è composto da ufficiali e ispettori in possesso di un titolo di studio ad indirizzo tecnico che vengono selezionati in base a una specifica esperienza investigativa. A livello nazionale i Nas comprendono un comando centrale, 3 gruppi antisofisticazione e sanità e 35 nuclei.

I Nas, che dipendono direttamente dal Ministero della salute, hanno quindi come scopo la tutela della salute pubblica, garantita attraverso ispezioni di carattere amministrativo che all'occorrenza possono evolvere in attività investigativa di polizia. Proprio questa loro attività di controllo li pone a stretto contatto con gli operatori commerciali.

Chiarimenti sulle norme

Al termine della presentazione, gli operatori del polo alimentare hanno posto al tenente Jacobazzi domande



relative alla corretta interpretazione di alcune norme e disposizioni. In particolare, sono state analizzate le nuove disposizioni sull'etichettatura degli alimenti e sulle direttive degli allergeni, sulla responsabilità del commerciante in caso di sequestri, danneggiamenti e infezioni alimentari, sulla somministrazione dell'olio di oliva, sulla congelazione e conservazione del pane, sull'utilizzo dei contenitori di alluminio, sulla responsabilità del commerciante e sui comportamenti da adottare in situazioni non esplicitamente regolamentate.

I dati

Dall'incontro è emerso come, sulle 3.203 ispezioni effettuate nel corso del 2005, 1.432 fossero relative a prodotti farmaceutici, 145 ad altri settori e 1.626 relative ad alimenti. Vi sono stati 503 arresti, 116 persone segnalate all'autorità giudiziaria e due all'autorità amministrativa. Le strutture alimentari chiuse sono state 16 e quelle sequestrate 8.

A.L.

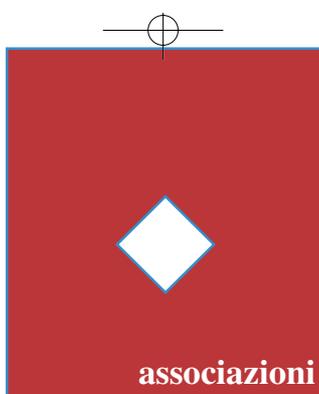


Lino Stoppani, presidente di Epam (e presidente nazionale Fipe)



Unioneinforma

giugno 2006



Il presidente dei macellai milanesi eletto per acclamazione all'assemblea di Verona (svoltasi nell'ambito di Eurocarne)

Maurizio Arosio presidente di Federcarni

Collegialità, condivisione, evoluzione, recupero del rapporto con la base associativa. In estrema sintesi questi sono i passaggi più rilevanti del nuovo percorso di Federcarni indicati dal neopresidente nazionale Maurizio Arosio (presidente dell'Associazione macellai di Milano).

Arosio è stato eletto per acclamazione dai delegati nazionali che poi hanno provveduto ad eleggere il nuovo consiglio direttivo. L'assemblea elettiva della Federazione nazionale macellai - Federcarni rappresenta oltre 25mila macellai italiani - si è svolta a Verona nell'ambito della manifestazione Eurocarne, fiera di settore da anni riferimento per la filiera del comparto carni.

I lavori assembleari - seguiti dai rappresentanti dei Gruppi macellai provenienti da tutte le regioni italiane - sono stati aperti dal presidente uscente Giorgio Guazzaloca, il quale ha ripercorso, nella sua relazione, molti eventi che hanno segnato lo sviluppo sindacale di Federcarni negli ultimi 20

Nel programma di Arosio la necessità di dare una forte spinta al settore motivando sia i quadri sindacali su scala nazionale sia recuperando il rapporto con la base associativa attraverso una nuova visione operativa della Federazione. Nasce il giornale per i macellai lombardi

anni (lo stesso Guazzaloca, sempre per acclamazione, è stato eletto presidente onorario della Federazione). Il neo-eletto presidente Federcarni ha ringraziato i presenti per la fiducia accordata e, rilevando la continuità con la strada iniziata da Guazzaloca, ha sottolineato come oggi, però, sia importante dare una forte spinta al settore motivando sia i quadri sindacali su scala nazionale sia recuperando il rapporto con la base associativa attraverso una



Maurizio Arosio

nuova visione operativa della Federazione, che dovrà dotarsi di strutture regionali operative che facciano da "front office" con le istituzioni e con le Ascom.

Arosio ha inoltre sottolineato come sia essenziale dotarsi di strumenti di comunicazione che rispondano alle esigenze degli associati portando come esempio il nascente giornale lombardo di categoria, primo esperimento di comunicazione regionale: un numero sperimentale del periodico è stato presentato proprio in occasione dell'assemblea di Federcarni ed ora - con la notizia dell'elezione di Arosio - verrà spedito ai macellai lombardi.

informa
Unione

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

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

DIRETTORE RESPONSABILE
Gianroberto Costa

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

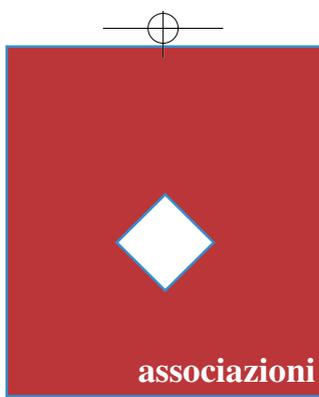
REDAZIONE
Federico Sozzani
corso Venezia 47/49
20121 Milano

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

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

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

Unioneinforma
giugno 2006



Ricerca dello Studio Ravasi con Fimaa Milano

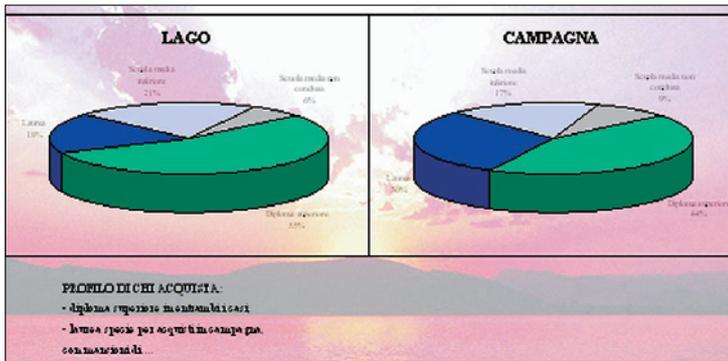
Seconda casa? Il 30% dei milanesi ce l'ha già E chi la cerca preferisce il lago

Il 30% dei milanesi ha già una seconda casa. E chi la sta

Le famiglie interessate all'acquisto di una seconda casa sono 13 su 100.

Il lago è la scelta del 59% delle famiglie potenziali acquirenti. Il 41% privilegia, invece, la campagna

dalla ricerca condotta dallo Studio Ravasi con Fimaa Milano, il Collegio degli agenti d'affari in mediazione aderente all'Unione. La ricerca - condotta su un campione di 428 famiglie milanesi - "è stata realizzata - afferma Luca Ravasi, responsabile Fimaa Milano dei progetti speciali e rappresentante dell'associazione nell'Osservatorio dell'Agenda del Territorio di Milano -



cercando la preferisce sul lago, oppure in campagna:

comunque vicino a Milano, la classica "ora d'auto". E' quanto emerge

con l'obiettivo di capire in quale misura esiste un mercato potenziale della seconda casa dando agli operatori immobiliari un orientamento sulle motivazioni d'acquisto". Le famiglie interessate all'acquisto di una seconda casa vicino a Milano sono 13 su 100. Di esse il 59% indica il lago come collocazione preferita (i potenziali acquirenti sono diplomati nel 55% dei casi e laureati per il 18%). Il 41% delle famiglie interessate all'acquisto privilegia invece la campagna (potenziali acquirenti: 30% laureati e 44% diplomati). Ottantacinque famiglie su 100 non sono, invece, interessate all'acquisto di una seconda casa: principalmente perché mancano i soldi necessari (37,1%) oppure perché - come detto - una seconda casa ce l'hanno già (30,5%). Ci sono poi due famiglie su cento che non valutano negativamente l'acquisto di una seconda casa, ma appaiono indecise.

MELZO - Tel. 02 95738228
Via Verdi, 1

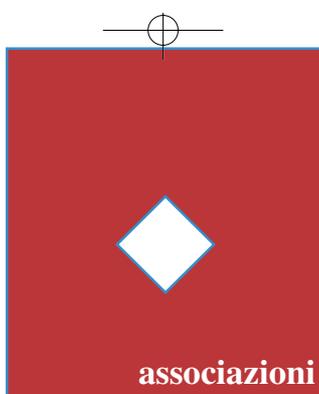
Un nuovo modo di amministrare il tuo condominio!!
Telefonaci

Amministrazioni condomini ■ Gestione affitti
Esperienza ■ Deontologia professionale
Serietà e Correttezza ■ Disponibilità e cortesia

Associato ANACI Associazione Nazionale Amministratori Condominiali ed Immobiliari

PREVENTIVI GRATUITI
www.faini.it
CONDOMINIO... on line
il condominio nell@...RETE

Unioneinforma
giugno 2006



Nella sala Commercio dell'Unione l'incontro pubblico Assopetroli

Da Assopetroli un punto fermo, che può essere riassunto così: non importa cosa si brucia in caldaia, importa invece come lo si brucia e, di conseguenza, che cosa si emette dal camino. Tesi che l'Associazione ha sempre sostenuto e che ora è rafforzata da una sperimentazione scientifica avviata dal Ministero dell'Ambiente nel maggio del 2002, che ha permesso di verificare la reale influenza sull'inquinamento atmosferico dei diversi combustibili da riscaldamento, soprattutto nelle grandi aree urbane. "La sperimentazione - ha affermato all'incontro pubblico promosso da Assopetroli in Unione la professoressa Annunziata Fiumara, componente del Comitato tecnico scientifico che l'ha condotta - ha comportato rilevazioni, in laboratorio e sul campo, che hanno evidenziato come il riscaldamento civile sia evoluto gradualmente verso una condizione di scarso impatto ambientale". La ricerca sperimentale del

Ministero ha riscontrato, tra l'altro, come i periodi di accensione e spegnimento (quelli delle caldaie monofamiliari) producano il maggior contributo all'inquinamento atmosferico. E anche come - per gasolio, gasolio emulsionato, biodiesel e olio combustibile - in condizioni di corretto impiego e in alcune classi di impianti, siano stati riscontrati valori al di sotto del limite di rilevanza della metodica analitica. "Quanto di positivo è emerso per il gasolio - è il commento di Giuseppe Carenini, presidente di Assopetroli Milano - mi ha provocato opposti sentimenti. Mi fa piacere constatare come le mie convinzioni sul gasolio non siano state smentite. Contemporaneamente, provo rammarico per i giudizi negativi che ci sono sempre piovuti addosso, io dico ingiustamente, pressoché da tutte le parti". L'incontro è stato l'occasione - hanno sottolineato all'unisono Enrico Risaliti e Franco Ferrari Aggradi, presi-

Aria e combustibili da riscaldamento Assopetroli: "una ricerca scientifica stabilisce la verità"

Un incontro pubblico-svolto in Unione - per illustrare i risultati di una sperimentazione promossa dal Ministero dell'Ambiente. Auspicata l'individuazione di iniziative, industriali e normative, d'avanguardia. L'Associazione lancia un progetto-proposta di detassazione del gasolio a costo zero per lo Stato

dente e vicepresidente di Assopetroli - per esternare il convincimento che le evidenze scientifiche focalizzate

dalla ricerca ministeriale debbano costituire fattori d'orientamento fondamentali per le future politiche energetiche.

In coda all'incontro, sulla scorta degli interventi sulla formazione dei prezzi e la fiscalità del gasolio in Europa (professor Augusto Ninni della Bocconi) e sullo stato dell'iter normativo degli interventi sul risparmio energetico (ingegner Roberto Moneta del Ministero delle Attività produttive) è stato "lanciato" dall'ingegner Ernesto Moro un progetto-proposta di detassazione del gasolio da riscaldamento attuabile con modalità che non intaccano il gettito fiscale per lo Stato. Vale a dire a costo zero.

Unioneinforma
giugno 2006



Assomoda Lombardia: ruolo forte degli showroom nel sistema moda

In Unione si è svolto il 37° congresso di Assomoda Lombardia (è stato eletto il nuovo Consiglio direttivo): "un'edizione particolarmente importante - ha affermato Giulio Di Sabato, presidente di Assomoda - perché abbiamo dato un messaggio forte alle istituzioni e al sistema della moda milanese".

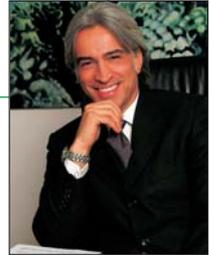
Gli showroom lombardi - ha rilevato in una nota l'Associazione - hanno gettato le basi per "nuove alleanze con Camera nazionale dello moda e Fnaarc". Il sistema moda - ha

**Al 37° congresso
gettate le basi
per nuove alleanze
con Fnaarc e Camera
della moda**

spiegato Di Sabato - deve molto della sua importanza all'attività degli showroom "che a Milano sono 850, metà dei quali plurimarca, vale a dire gestiti da agenti e rappresentanti". "Ad essi - prosegue la nota di Assomoda Lombardia - occorre riconoscere un ruolo strategico". Il primo obiettivo della collaborazione fra Camera nazionale della moda e Assomoda Lombardia sarà - come ha spiegato Mario Boselli, presidente della Camera nazionale della moda - "il monitoraggio

Assomoda Lombardia: il nuovo Consiglio direttivo

Modesto Caleffi; Antonella Citterio; Paolo Comini; Giuseppe Di Mauro; Giulio Di Sabato; Antonio Fuoco; Antonella Lombroso; Clara Massardo; Stefano Melai; Maria Luisa Pasutto; Giuseppe Ravalli; Andrea Rossi.



Giulio Di Sanato

congiunto della prossima edizione di luglio di Milano Moda Showroom". "Per Assomoda - continua la nota dell'Associazione - è altrettanto importante proseguire nell'alleanza con Fnaarc, la maggiore organizzazione sindacale degli agenti di commercio, con la quale si vogliono rappresentare in sede di Accordi Economici Collettivi le peculiarità dell'agente di moda". Il presidente di Fnaarc Adalberto Corsi ha sottolineato il valore della formazione professionale degli agenti.



**CLUB della
SICUREZZA**
Ambiente & Qualità



Unione

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

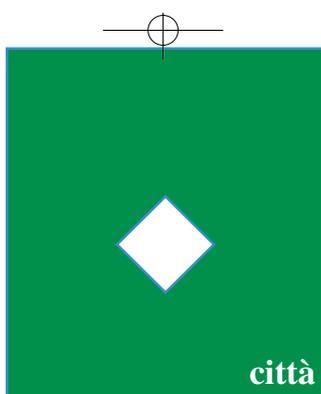
INNANZITUTTO... LA SICUREZZA!

CONTATTANDO I NOSTRI UFFICI AVRETE A VOSTRA DISPOSIZIONE
SERVIZI DI CONSULENZA E ASSISTENZA SULLA...

<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <p style="font-weight: bold; color: blue;">DIVISIONE SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO (D.Lgs. 626/94) Tel. 02-76.02.80.42/15 club.626@unione.milano.it</p> </div>	<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <p style="font-weight: bold; color: blue;">DIVISIONE IGIENE DEGLI ALIMENTI (H.A.C.C.P. D.Lgs 155/97) Tel. 02-76.00.63.96 club.haccp@unione.milano.it</p> </div>	<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <p style="font-weight: bold; color: blue;">DIVISIONE PRIVACY (Trattamento dati D.Lgs. 196/03) Tel. 02-76.02.80.42/15 club.privacy@unione.milano.it</p> </div>
<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <p style="font-weight: bold; color: blue;">DIVISIONE QUALITÀ (Sistemi gestione qualità aziendali) Tel. 02-76.02.80.42/15 club.qualita@unione.milano.it</p> </div>	<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <p style="font-weight: bold; color: blue;">DIVISIONE ENERGIA & AMBIENTE (Risparmio Energetico - Servizi Ambientali) Tel. 02-76.02.80.42/15 club.energia@unione.milano.it</p> </div>	

I NOSTRI UFFICI: Via Serbelloni, 7 - 20122 Milano - Fax 02-76.01.76.77

Unioneinforma
giugno 2006



Realizzato da Comune (Assessorato al Decentramento) in collaborazione con Assintel

www.milanonascosta.com

E' il sito internet realizzato dall'Assessorato al Decentramento del Comune di Milano con Assintel, l'Associazione nazionale delle imprese Ict (Information communication & technology) aderente a Unione e Confcommercio. www.milanonascosta.com è un sito che svela 19 "tesori nascosti" di Milano nelle nove zone della città (vedi box). "In occasione dell'approssimarsi dei 20 anni di vita di Assintel - commenta il presidente dell'Associazione Giorgio Rapari - abbiamo ritenuto di ringraziare la città che ci ospita con un sito web che stimoli nei milanesi la riscoperta di luoghi e storie che appartengono al loro patrimonio culturale e che supporti la promozione di un turismo sempre più alla ricerca di angoli intatti e autentici di storia". "Assintel, insieme all'Unione di Milano - conclude Rapari - ne fa dono alla sua città, con orgoglio e affetto".

"Dopo concorsi di fotografia e di pittura legati alle Zone e iniziative tese a recuperare la storia e le tradizioni di Milano - spiega Giulio Gallera, assessore al Decentramento di Palazzo Marino - questo sito unisce

ancora una volta i cittadini agli aspetti più belli e inediti della propria Zona e soprattutto del proprio quartiere".

I 19 "tesori nascosti"

Zona 1: la Scrofa mediolanuta; Ago Filo e Nodo.

Zona 2: santuario della Madonna della Salute e san Camillo; Cascina Pozzobonella.

Zona 3: chiesa dei santi Faustino e Giovita; santuario Madonna delle Grazie cappella sinistra; una bomba tra i palazzi (cappelletta della Madonna).

Zona 4: casa Lisio (un sottile filo di...seta); Cascina Sant'Ambrogio.

Zona 5: cappella di san Bernardo; abbazia di Chiaravalle; Santa Maria Annunciata in Chiesa Rossa.

Zona 6: chiesa di San Cristoforo; "Gesetta de Luser".

Zona 7: cascina Linterno; chiesa S.Maria Annunciata in San Carlo.

Zona 8: convento delle Suore Francescane Certosa di Garegnano (l'albero di san Carlo Borromeo); convento Suore missionarie dell'Immacolata (Villa Triste).

Zona 9: cascina Boscaiola; chiesa S.Maria alla Fontana (11 zampilli).

Vuoi segnalare luoghi della "Milano nascosta"?
Invia un'e mail a unioneinforma@unione.milano.it oppure manda un fax allo 027750468



Giorgio Rapari



Sul lato del Palazzo della Ragione rivolto a via Mercanti, fra la seconda e la terza arcata del portico, c'è il bassorilievo che raffigura una scrofa coperta di lana per metà (la Scrofa mediolanuta). E' la leggenda secondo cui Milano si sarebbe chiamata Mediolanum nel senso di "medio" "lanum" cioè "di lana per metà"

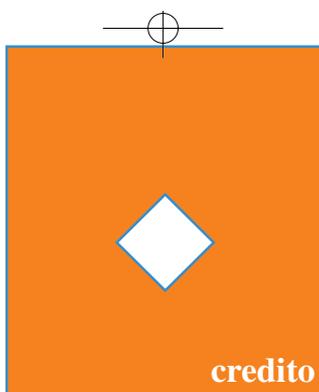
Milano e la violenza in corso Buenos Aires: solidarietà dal Consiglio comunale di Sondrio

Il Consiglio comunale di Sondrio ha approvato una mozione con la quale è stata espressa piena solidarietà alle Forze dell'ordine, ai commercianti e alla cittadinanza milanese per i gravi incidenti dello scorso marzo che hanno riguardato corso Buenos Aires dove - si legge nella mozione approvata - "gruppi di facinorosi, unitamente ad esponenti di alcuni Centri Sociali, hanno dato vita ad una vergognosa guerriglia urbana,

con esercizi commerciali danneggiati, vetture incendiate e distrutte, aggressioni alle Forze dell'Ordine". Ricordiamo - vedi Unioneinforma di aprile - che l'Unione di Milano ha promosso, dopo questi gravi episodi, una grande fiaccolata contro la violenza con il messaggio "Vince la città che vive".



Unioneinforma
giugno 2006



Promosso dal Club della Sicurezza Ambiente & Qualità di Promo.Ter Unione

Un servizio per prevenire il rischio credito con Basilea 2

A partire dal 2007 entra in vigore Basilea 2, l'accordo internazionale che ha fissato i requisiti patrimoniali per la gestione del rischio del credito da parte delle banche.

Il nuovo modello di valutazione modificherà in modo significativo i criteri di erogazione e gestione del credito e del rischio da parte delle banche: le piccole e medie imprese, normalmente dotate di minor capitale di rischio, potrebbero quindi andare incontro ad una contrazione dei fidi disponibili dal sistema bancario (oltre che ad un aumento degli oneri finanziari).

Il Club della Sicurezza, Ambiente & Qualità di Promo.Ter Unione ha predisposto un servizio di consulenza e assistenza che aiuterà l'imprenditore a gestire meglio il rapporto con le proprie banche e consentirà di identificare gli elementi tipici del business e le leve finanziarie che devono essere ottimizzate per migliorare la posizione della propria azienda rispetto alla normativa Basilea 2.

I servizi offerti dal Club della Sicurezza, Ambiente & Qualità - realizzati attraverso consulenti molto qualificati - preparano l'azienda a soste-

nerne l'esame del rating bancario e consentono un'approfondita analisi economico patrimoniale con l'individuazione delle aree che necessitano di correttivi per affrontare al meglio l'analisi di fido bancario.

I servizi del Club della Sicurezza sono:

autovalutazione del rating sintetico (per le aziende in contabilità semplificata il costo è di 500 euro+iva, per le aziende in contabilità ordi-

euro+iva); oltre al report analitico è prevista una relazione contenente: la scomposizione del credit risk in due componenti (rischio di business e rischio finanziario); la valutazione di ottimizzazione del livello e della struttura dell'indebitamento; la valutazione di ottimizzazione del costo del capitale intervenendo sulla struttura finanziaria; la valutazione dei riflessi fiscali delle operazioni del passivo e delle procedure di ottimizzazione del credit risk attuale. I report realiz-



CLUB della SICUREZZA
Ambiente & Qualità

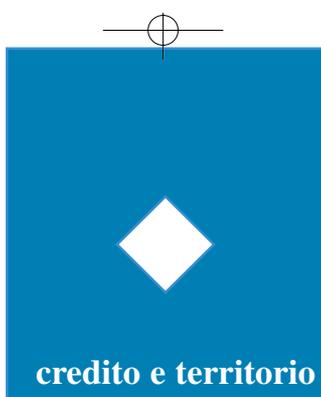
Per maggiori informazioni contattare il Club della Sicurezza, Ambiente &

Qualità di Promo.Ter Unione:
tel. 02/76.02.80.42/15
fax 02/76.01.76.77
e-mail:
club.basilea2@unione.milano.it

naria è di 850 euro+iva): prevede la redazione di un report analitico contenente le principali aree critiche di natura gestionale o finanziaria su cui l'azienda potrà intervenire per migliorare il proprio profilo creditizio. Nella relazione verrà esplicitato un rating sintetico per rischio di inadempienza e sarà misurato l'impatto del credit risk sul conto economico applicando le formule di Basilea 2 con simulazione del nuovo livello degli oneri finanziari; **autovalutazione del rating sintetico + analisi fiscale** (per le aziende in contabilità ordinaria: il costo è di 1600

zati non vengono semplicemente consegnati, ma analiticamente illustrati all'azienda all'atto della consegna. Le aziende attente nel controllo di Basilea 2 e con rating positivo potranno avvalersi di numerosi vantaggi: tempi più rapidi di delibera ed erogazione del credito, contenimento del costo del denaro, maggior forza contrattuale. **S.M.**

Unioneinforma
giugno 2006



credito e territorio

Da Unione commercianti monzese e Fidicommet aiuto concreto agli operatori

Monza, finanziamenti agevolati per l'emergenza-cantiere di piazza Trento e Trieste

Un aiuto concreto e immediato alle imprese del commercio, del turismo e dei servizi che operano a Monza, nelle vie penalizzate dai cantieri per i lavori di riqualificazione urbana di piazza Trento e Trieste: l'Unione commercianti di Monza e Fidicommet, la cooperativa fidi dell'Unione di Milano, hanno presentato un accordo con due istituti bancari - Bipop Carire (gruppo Capitalia) e Banca Popolare di Milano (Bpm) - per l'apertura di linee di credito speciali a tassi particolarmente agevolati. I crediti sono garantiti al 50 per cento da Fidicommet. I disagi causati a Monza alle imprese commerciali dai lavori in piazza Trento e Trieste (lavori al centro della cronaca



Dino Abbascià,
presidente di Fidicommet

Pini, presidente dell'Unione di Monza, il calo di fatturato registrato va dal 15 al 40 per cento e, in alcuni casi, ha

comportato anche una riduzione del personale. La soluzione dei problemi si potrà avere solo con il ritorno alla normalità della circolazione, come l'Unione ha chiesto all'Amministrazione comunale fin dall'avvio dei lavori.

Intanto, però, è necessario far fronte all'emergenza. E, come spiega il suo presidente Dino Abbascià "Fidicommet va dove c'è bisogno. Sul territorio monzese siamo presenti da più di trent'anni. Ora, con questo accordo, aiutiamo il terziario della zona ad affrontare una situazione particolare e delicata".

A spiegare i dettagli tecnici dell'accordo con le due banche è Leonardo Marseglia, direttore di Fidicommet.

La prima caratteristica dei finanziamenti è costituita dai tempi rapidi di erogazione e con procedure molto snelle. Lo scopo principale è far fronte a esigenze di liquidità delle imprese, di promozione dell'immagine commerciale, di adeguamento degli esercizi alle mutate esigenze di vendita e di lavoro. Non sono quindi necessari requisiti particolari per accedervi. Né la concessione del finanziamento preclude l'accesso alle altre agevolazioni previste da Regione Lombardia e Camera di commercio per le aziende che effettuano investimenti.

Tassi praticati e condizioni di restituzione sono vantaggiosi.

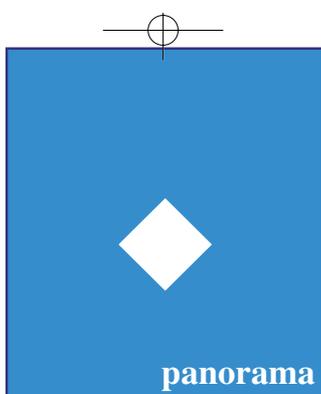


Umberto Pini, presidente dell'Unione commercianti di Monza

Per Bipop-Carire la durata massima dell'operazione è 42 mesi, con sei mesi di pre-ammortamento durante il quale si pagano i soli interessi. In questo periodo il tasso applicato è Euribor+0,50%, pari oggi al 3,492% circa. Nel periodo di ammortamento, il tasso è Euribor+0,65% (oggi pari al 3,642% circa). L'importo massimo è di 40mila euro. La banca richiede che nel punto vendita sia installato un pos. La Banca Popolare di Milano allunga la durata del finanziamento a 60 mesi, con possibilità di pre-ammortamento sino a un anno. Il tasso applicato è Euribor+1%, alle condizioni attuali circa il 3,750 per cento. Se, però, il commerciante ha presso la banca la domiciliazione delle utenze o un pos all'interno del negozio, il tasso scende a Euribor+0,90% (oggi pari al 3,650% circa). Insomma, la situazione del terziario monzese resta difficile, ma gli operatori possono "guardare all'immediato futuro con un pizzico di ottimismo in più", come ha voluto sottolineare Dino Abbascià.

S.B.

Unioneinforma
giugno 2006



Grandi chef milanesi insieme per sostenere la ricerca sul cancro

Chef di grande prestigio - Carlo Cracco, Claudio Sadler, Giancarlo Morelli - per le portate di una cena di beneficenza a sostegno di Airc (l'Associazione italiana per la ricerca sul cancro, alla quale viene devoluto il ricavato della cena). L'iniziativa "Milano in Vita" (alla seconda edizione), che ha visto Epam (l'Associazione milanese dei pubblici esercizi) fra gli organizzatori (con il Comune di

Carlo Cracco, Claudio Sadler e Giancarlo Morelli per la cena di beneficenza all'hotel Principe di Savoia (con l'executive chef Fabrizio Cadei) a sostegno di Airc. Iniziativa organizzata con l'apporto di Epam, l'Associazione milanese dei pubblici esercizi

Milano - Assessorato moda, turismo, eventi e la società "Le20"), è stata organizzata nella splendida location dell'hotel Principe di Savoia (i tre chef sono stati per l'occasio-



ne affiancati da Fabrizio Cadei, executive chef del Principe di Savoia).

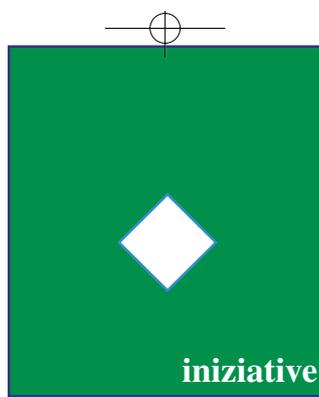


Sfilata organizzata dall'Ascom

Moda sotto le stelle per il via all'"Estate" di Vaprio d'Adda

Una sfilata di moda "sotto le stelle" molto accattivante e di successo organizzata dall'Associazione commercianti di Trezzo sull'Adda - delegazione di Vaprio D'Adda - in collaborazione con il Gruppo S. Marco. La sfilata di moda, che si è svolta presso la piazza del mercato di Vaprio d'Adda, ha dato il via alla rassegna "Estate vapriese". Significativo l'afflusso degli spettatori accorsi per vedere sia le modelle e i modelli, ma anche le proposte commerciali dei negozi di Vaprio. Spettatori "coinvolti", davanti alla passerella, con musiche e luci. Positivo, rileva l'Ascom, l'effetto per gli esercizi commerciali che hanno partecipato all'evento, a dimostrazione della vitalità del commercio di Vaprio d'Adda.

Unioneinforma
giugno 2006



In Unione il convegno promosso nell'ambito del progetto "Sapere, il sapore del sapere"

Sicurezza degli alimenti norme per la distribuzione

Sicurezza, salute ed economia degli alimenti" è il sesto dei dieci convegni, svoltosi presso l'Unione di Milano, del progetto "Sapere, il sapore del sapere", organizzato dall'agenzia di comunicazione Erredieffe con il patrocinio di: Ministero delle politiche agricole, Provincia di Milano, Camera di commercio e Comune di Milano, Unione, Epam, Assofood, Associazione panificatori, Fiavet e Associazione cuochi. Il filo conduttore del convegno sulla "Sicurezza, salute ed economia degli alimenti" è stato come riconoscere la qualità dei prodotti alimentari e come imparare per l'appunto a scegliere e mangiare in salute e sicurezza. Per fare ciò si sono analizzati gli stadi del processo produttivo (produzione, commercializzazione ed acquisto) di formaggi e olio, due alimenti fortemente rappresentativi della tradizione culinaria italiana. Si sono analizzate le procedure e i controlli effettuati dai commercianti per garantire al consumatore la sicurezza degli alimenti e si è concluso con suggerimenti relativi a preparazione e conservazione del cibo e alla lettura delle etichette. Proprio per tranquillizzare il consumatore e per offrirgli sempre un servizio professionale adeguato l'Unione si muove in due direzioni: da una parte, grazie al Capac Politecnico del Commercio, vengono attuati corsi di formazione professionale e di specializzazione; dall'al-

tra, si fornisce una continua assistenza aziendale che passa da corsi preventivi a convenzioni con laboratori per effettuare l'autocontrollo. La salute e la sicurezza del cliente è assicurata, inoltre, da norme comunitarie, regionali e comunali. Dal punto di vista legislativo l'Unione Europea ha effettuato una revisione della legislazione comunitaria relativa a produzione, commercializzazione e controllo degli alimenti il cui scopo è quello di aumentare la sicurezza degli alimenti stessi, di definire le responsabilità dei soggetti coinvolti nel ciclo alimentare e di semplificare la legislazione in vigore. Ad integrazione delle disposizioni comunitarie, nel 2004 è stato approvato un gruppo di regolamenti indicato con il nome "pacchetto igiene" che è costituito da 5 regolamenti comunitari. Le disposizioni del regolamento n.852/2004 si riferiscono alla distribuzione commerciale, alla produzione primaria e alla Pubblica amministrazione. Per quanto concerne la distribuzione commerciale, dal 1° gennaio di quest'anno il regolamento si applica a tutte le fasi della produzione, della trasformazione e della distribuzione degli alimenti. I principi fondamentali riguardano la sicurezza degli alimenti, che spetta all'operatore, e la neces-

sità di garantire la sicurezza degli alimenti lungo tutta la filiera.

L'operatore deve rispettare precisi criteri microbiologici relativi all'igiene dei prodotti alimentari, il mantenimento della catena del freddo con parametri di controllo più stringenti ed infine l'obbligo di campionature e analisi.

"Il piano regionale di controllo 2006" stabilisce le linee di indirizzo che i dipartimenti di pre-

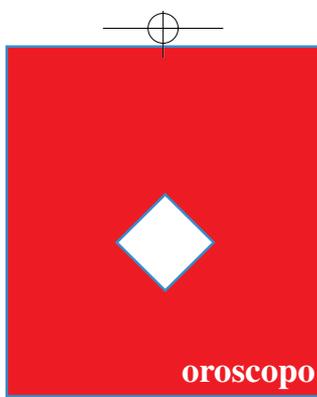


venzione medica dovranno seguire per l'attuazione del proprio programma annuale per il controllo ufficiale dei prodotti alimentari da svolgere quest'anno. La sua finalità è quella di assicurare la corretta operatività del sistema di controllo a garanzia della sicurezza alimentare. Qualora siano state riscontrate disfunzioni nel sistema, sono previste sia sanzioni amministrative che penali e, in caso di reiterazione della violazione, la sospensione dell'attività da 7 a 15 giorni.

A.I.

sapere[®]
IL SAPORE DEL SAPORE
Incontri di gusto a Milano e dintorni

Unioneinforma
giugno 2006



Fino al 10 luglio

 **Ariete**
 **Acquario**
**ARIETE** - (21/3 - 20/4)

Prima decade: Mercurio è di traverso in questo mese, ma Marte vi darà una sferzata di energia e buonumore (garantiti per tutta l'estate). L'appoggio di Saturno vi rende più saggi.

Seconda decade: Marte vi sostiene insieme a Venere: allegria, equilibrio e buon umore assicurati. Sarete lungimiranti e saprete dosare le energie senza eccedere.

Terza decade: giornate di comunicazioni intense a fine giugno. Plutone continua a sostenervi dal Sagittario e a favorire rapporti profondi e progetti duraturi.

**TORO** - (21/4 - 20/5)

Prima decade: Marte contrario, con Saturno che vi disturba, rende questo periodo stressante e stancante. Sono, però, gli ultimi colpi di coda: tenete duro.

Seconda decade: Marte ostile (insieme a Saturno) vi renderà insofferenti al caldo e alla fatica. Cercate di anticipare gli impegni e di non caricarvi di progetti che con difficoltà riuscireste a realizzare.

Terza decade: giugno appare molto più rilassato di luglio con Mercurio e Venere che vi sostengono e rendono il periodo sereno ed allegro. Favoriti gli studi e i rapporti interpersonali.

**GEMELLI** - (21/5 - 21/6)

Prima decade: Saturno e Marte favorevoli rendono il periodo sereno e pieno di energia. Siete carichi di aspettative che si realizzeranno a breve termine.

Seconda decade: Urano è sempre lì a ricordarvi che dovete imparare a vivere alla giornata. In questo mese Marte vi aiuta con una bella dose di energia positiva.

Terza decade: non ci sono, per ora, transiti importanti se non l'opposizione di Plutone al vostro Sole. Siate accomodanti per le trasformazioni che si prospetteranno.

**CANCRO** - (22/6 - 22/7)

Prima decade: Mercurio sul Sole e Giove sempre positivo promettono nuove amicizie e contatti sociali importanti che vi aiuteranno anche economicamente.

Seconda decade: Mercurio sul Sole e Urano favorevole stimolano la vostra creatività e favoriscono incontri interessanti (che vi faranno scoprire aspetti finora sconosciuti).

Terza decade: finalmente Marte se ne va con la sua carica di aggressività. Potete cominciare a guardare al futuro con maggiore serenità e fiducia, in attesa di un'estate sfavillante.

**LEONE** - (23/7 - 22/8)

Prima decade: il mese è ancora molto "pesante" con Giove, Saturno e Marte poco concilianti. Predomineranno nervosismo e stanchezza. Attenzione alle controverse.

Seconda decade: Venere contraria e Marte sul Sole non rendono armoniosa l'atmosfera. Malumori, nervosismo e difficili responsabilità all'orizzonte. Lasciate perdere l'orgoglio.

Terza decade: Venere e Marte non vi sorridono. L'inizio dell'estate vi vede insofferenti ed annoiati. Agosto sarà senz'altro un mese più sereno.

**VERGINE** - (23/8 - 22/9)

Prima decade: Giove ancora vi sorride dallo Scorpione favorendo trattative d'affari e firme di contratti. Venere porta buonumore e rapporti interpersonali rilassati ed armoniosi.

Seconda decade: Urano continua a elettrizzarvi. Cominciate a pensare a come affrontare con tranquillità gli inaspettati cambiamenti che si preannunciano per il prossimo inverno.

Terza decade: Venere e Mercurio favoriscono i rapporti interpersonali, i viaggi, gli studi. Umore rilassato ed allegria. Il periodo sembra sereno, fiero di cambiamenti.

**BILANCIA** - (23/9 - 22/10)

Prima decade: Marte, Saturno e Venere favoriscono energia e buonumore, equilibrio e coraggio nell'affrontare le situazioni. Il periodo si prospetta molto sereno e stabile.

Seconda decade: Marte vi sostiene e da luglio anche Saturno porta stabilità ed equilibrio. Le situazioni esterne che state affrontando ne risentiranno positivamente. Buon periodo per attuare i progetti.

Terza decade: Mercurio di traverso porterà, al massimo, qualche giornata di contrattempi.

Il cielo del mese



Il 15 di giugno il **Sole** è nella costellazione del Gemelli; entra nel Cancro il 21 giugno alle ore 9.15.

La **Luna** è piena l'11 di giugno a 22° del Sagittario. È favorevole per Sagittario, Ariete e Leone. Chi ha la Luna nel Sagittario si sente cittadino del mondo, ama gli studi profondi, la filosofia, le diverse culture, le discipline yoga che aiutano a conoscersi meglio. Ha una mentalità molto aperta ed ama viaggiare e conoscere cose nuove. Ha il gusto dell'avventura, detesta la routine.



Saturno: è il punto dove ci sono le prove da affrontare. A seconda del settore che occupa nell'Oroscopo, denota il campo dove il soggetto troverà maggiori difficoltà soprattutto se riceve aspetti difficili. Saturno è il pianeta della saggezza: quando passa porta via tutto quello che non è saggio o non adatto alla nostra vita. Se messo in buona posizione esprime persone con grandi valori e grande senso di responsabilità. Persone capaci di costruire in modo duraturo.

(A cura di E.T.)

**SCORPIONE** - (23/10 - 21/11)

Prima decade: Marte e Saturno ancora vi infastidiscono, ma Giove continua a sostenervi e a darvi la giusta dose di fortuna per superare affanni e responsabilità che vi pesano.

Seconda decade: Marte e Venere contrari in questo inizio estate: sarete nervosi e insofferenti. Cercate di risparmiare le energie.

Terza decade: periodo piuttosto noioso, manca l'autodisciplina e la voglia di affrontare situazioni difficili. Ma Mercurio vi aiuta a schiarire le idee.

**SAGITTARIO** - (22/11 - 20/12)

Prima decade: bellissimo in questo periodo il passaggio di Marte. Tanta energia positiva per affrontare ogni situazione. Mercurio favorisce i viaggi.

Seconda decade: Marte e Venere a fine giugno prospettano un periodo rilassato e di buon umore. Ogni progetto, privato o di lavoro, è facilitato.

Terza decade: da luglio Marte porta energia e buonumore. Prontezza di decisione e tempestività di azione vi contraddistinguono.

**CAPRICORNO** - (21/12 - 19/1)

Prima decade: Giove vi sostiene ancora in questo mese per firme di contratti e trattative d'affari. È un periodo sereno in attesa di un agosto "alla grande".

Seconda decade: Mercurio in opposizione "regalerà" giornate troppo intense, ma il trigono di Venere renderà l'atmosfera allegra e serena.

Terza decade: a fine giugno allegria e buonumore rendono il periodo adatto per prendervi una vacanza. Il periodo è carico di energie positive: ogni progetto è favorito.

**ACQUARIO** - (20/1 - 19/2)

Prima decade: Marte non vi sorride. Saturno continua a non rendere fluida la situazione. Da fine giugno Venere, però, viene in vostro aiuto rendendo l'atmosfera più serena e rilassata.

Seconda decade: l'estate si prospetta difficile con Giove e Saturno contrari. Anche Marte in questo periodo contribuisce a rendervi nervosi e insofferenti.

Terza decade: cercate di vivere alla giornata questo periodo estivo conservando le energie. Dovrete infatti affrontare gravose responsabilità in autunno.

**PESCI** - (20/2 - 20/3)

Prima decade: Venere a fine giugno si mette di traverso, ma l'unico inconveniente sarà costituito da qualche giornata annoiata e con l'insofferenza alla calura estiva. Giove vi sostiene.

Seconda decade: Giove e Mercurio positivi in questo mese promettono aiuti nelle contrattazioni, nelle comunicazioni e nei viaggi.

Terza decade: Mercurio e Venere in ottimo aspetto saranno molto utili nelle trattative d'affari. Farete valere le vostre ragioni.

Unioneinforma

giugno 2006