



informa Unione

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



Aperture domenicali e festive

Lombardia: troppi comuni "turistici"



**Convenzione Unione Regionale-Centro Studi Biagi
(Università di Modena e Reggio Emilia)**

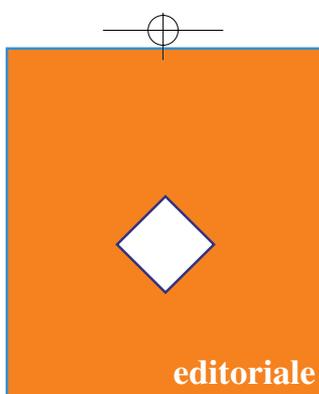
**Contratti di lavoro: il vantaggio
di certificarli con l'Unione**



Adalberto Corsi confermato presidente di Fnaarc Milano

**Agenti di commercio milanesi:
meno vincoli su mobilità e sosta**



**ATTUALITA'****3**

APERTURE
DOMENICALI/FESTIVE:
IN LOMBARDIA INFLAZIONE
DI COMUNI "TURISTICI".
ORDINE DEL GIORNO
DEL CONSIGLIO GENERALE
DELL'UNIONE REGIONALE

LAVORO**6**

CONTRATTI DI LAVORO:
IL VANTAGGIO
DI CERTIFICARLI
CON L'UNIONE

PARLIAMO DI...**14**

I RICONOSCIMENTI
DI "PIAZZA MERCANTI" 2006

Unioneinforma è stato ultimato
il 29 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

Scelte economico-fiscali: sì al confronto no al terziario "discriminato"

Una politica economica che valorizzi il terziario, l'unico comparto che ha dimostrato di creare ricchezza e nuova occupazione. Lo abbiamo sottolineato in recenti occasioni di colloquio con il Governo e lo ribadiamo con forza all'assemblea di Confcommercio (il 6 luglio a Roma n.d.r.) perché i segnali di ripresa economica – guidata dall'export che beneficia delle attese di crescita dell'economia europea intorno al 2% - non riguardano ancora quello che resta il vero punto critico: la debolezza della domanda interna. Vanno rilanciati i consumi delle famiglie la cui crescita, quest'anno, sarà inferiore all'1%. Si discute di difficili scelte d'indirizzo politico-economico che dovranno tener conto sia del sostegno dell'economia sia del risanamento dei conti pubblici.



Noi abbiamo espresso una preoccupazione: che non si compiano scelte per discriminare il terziario. Si parla, ad esempio, di evasione fiscale. Va detto con chiarezza: l'evasione fiscale è un grande problema e va contrastata anche per rispettare il principio del "pagare tutti per pagare meno". Rilevo, però, che si ha la tendenza a "incolpare" tutta la categoria degli autonomi, delle piccole imprese, in gran parte già in linea con gli studi di settore. E a proposito di interventi che possono incidere sull'andamento dei consumi, si parla anche di un aumento delle aliquote Iva, già fra le più alte dell'Unione Europea. Un provvedimento sbagliato che oltretutto metterebbe a rischio il controllo dell'inflazione.

Pensiamo, invece, a misure che contribuiscano al rilancio della competitività: da una "no-Irap area" per le pmi a una riduzione del costo del lavoro – il cosiddetto cuneo fiscale – anche alle imprese del commercio, del turismo e dei servizi. E a interventi - sul lavoro - che salvaguardino e promuovano il percorso di modernizzazione e flessibilità previsto dalla legge Biagi.

Io credo, perciò, che occorra, da parte di tutti, la più ampia disponibilità al confronto e un supplemento di responsabilità. Per risanare i conti pubblici occorre innanzitutto tagliare la spesa pubblica improduttiva, ma al contempo bisogna creare le migliori condizioni di stimolo alla ripresa dei mercati e della domanda di consumo. Che significa un'opportunità di sviluppo per tutti, a partire dalle piccole imprese.

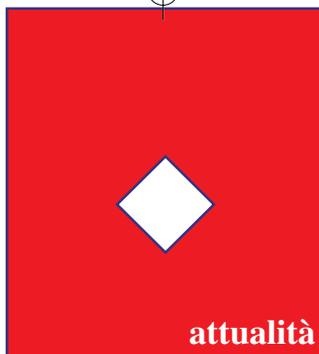
CARLO SANGALLI

Presidente dell'Unione di Milano

Unioneinforma

luglio/agosto 2006





Ordine del giorno del Consiglio generale dell'Unione Regionale Lombardia: tutelare i centri storici e gli esercizi di vicinato

Aperture festive Troppi in Lombardia i comuni "turistici"

Accogliere le istanze dell'Unione Regionale Lombardia applicando urgenti criteri certi e restrittivi per il riconoscimento dei comuni ad economia prevalentemente turistica ed evitando utilizzi difforni dall'esigenza reale di servizio al turista/visitatore; dare efficacia ed obbligatorietà alle norme sanzionatorie previste per la violazione degli obblighi di chiusura domenicale (vedi anche *Unioneinforma* di giugno a pagina 2 n.d.r.); assicurare centralità al tema della tutela dei centri storici e

degli esercizi di vicinato che vi operano attraverso concrete politiche di sostegno e di sviluppo; considerare prioritarie le politiche di sostegno e coesione alle famiglie, anche attraverso la tutela del riposo domenicale.

Sono queste le richieste formulate in un ordine del giorno del Consiglio generale dell'Unione Regionale Lombardia Commercio Turismo Servizi che il presidente Carlo San-



Regione Lombardia: il presidente Roberto Formigoni (sopra) e l'assessore al Commercio Franco Nicolì Cristiani

galli ha inviato al presidente della Regione Lombardia Roberto Formigoni rilevando come il tema delle festività e del riposo domenicale sia un argomento delicato che va affrontato "con la massima e diffusa partecipazione".



Federdistribuzione (l'associazione che riunisce le imprese della distribuzione organizzata) torna a far parte di Confcommercio. Di fronte alle nuove sfide che i mutamenti sociali ed economici propongono costantemente - rileva una nota congiunta - Federdistribuzione e Confcommercio hanno deciso di unire nuovamente le forze per riuscire a contribuire in modo incisivo allo sviluppo del Paese. Il terziario rappresenta ormai il 65% del Pil, ma esiste in Italia ancora una visione ancillare di questo

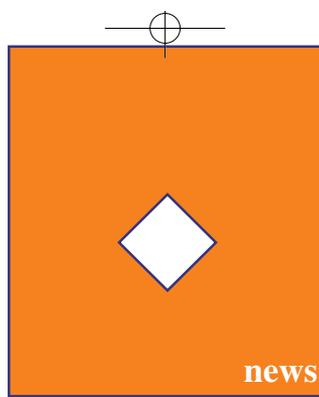
Confcommercio più forte: torna Federdistribuzione

settore rispetto agli altri. Il terziario, e in particolare il mondo del commercio, è un settore dinamico, crea ricchezza, investimenti e occupazione: deve quindi essere coinvolto con un ruolo da protagonista nelle politiche di rilancio del Paese. Per queste ragioni l'unità ritrovata del settore sotto l'egida di Confcommercio rappresenta un fatto importante. "Con il rientro di Federdistribuzione in Confcommercio - ha dichiarato Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio - la Confederazione si conferma come la casa comune di tutta la distribuzione commerciale operante in

Italia. Una distribuzione che è una grande ricchezza per il futuro del Paese". "Con oltre 76,5 miliardi di euro di fatturato, 320.000 addetti e 18.700 punti vendita in rappresentanza di dieci associazioni nazionali, Federdistribuzione rappresenta oltre il 30% dei consumi commercializzabili in Italia" ha dichiarato Giovanni Cobolli Gigli, attuale presidente di Federdistribuzione. "Anche grazie a questi numeri la Confederazione avrà una rappresentanza forte nei confronti delle istituzioni e potrà muoversi con autorevolezza per ridare al commercio e al terziario in genere quel ruolo da protagonista che merita".

Unioneinforma

luglio/agosto 2006



Un'estate con i "Saldi Chiari"

Con i saldi estivi (da sabato 1 luglio) a Milano si ripropone l'ormai tradizionale iniziativa "Saldi Chiari" promossa da Ascomodamilano con l'Unione e le associazioni dei consumatori. "Con il decalogo 'Saldi Chiari' - spiega Renato Borghi, vicepresidente Unione e presidente di Ascomodamilano - l'acquisto in saldo è trasparente perché regolato da un codice di comportamento, predisposto d'intesa con le associazioni dei consumatori. Un codice che garantisce sia il consumatore sia il commerciante". A "Saldi Chiari" aderiscono oltre 1.000 imprese di Milano e provincia. A disposizione anche un numero verde per consumatori e operatori commerciali: 800406810. "Soprattutto durante i saldi - aggiunge il presidente Unione Carlo Sangalli - diventa impor-

tante ed evidente l'alleanza tra consumatore e negozianti. I saldi sono un fenomeno sociale, un'occasione di ripre-

sa dei consumi. Con 'Saldi Chiari' viene poi rafforzata la trasparenza dell'acquisto in saldo".

"Saldi Chiari": il decalogo in sintesi

Carte di credito. Durante i saldi l'operatore commerciale non può rifiutare il pagamento con carta di credito.

Cambi merce. Il dettagliante si impegna a sostituire, se possibile, o a rimborsare i capi acquistati che presentano gravi vizi occulti così come previsto dal Codice Civile ed in particolare dalle norme di recepimento della Direttiva 1999/44/CE. Nel caso di non corrispondenza della taglia, il capo verrà sostituito con prodotti disponibili all'atto della richiesta di sostituzione. Qualora non fosse possibile la sostituzione per mancanza di capi o per mancato gradimento da parte del cliente, l'operatore rilascerà un buono acquisto di pari importo del prezzo pagato relativo ai capi da sostituire. Buono che il cliente dovrà spendere entro i successivi 120 giorni dall'emissione dello scontrino fiscale (che dev'essere presentato).

Prova prodotti. Il cliente ha diritto di provare i capi per verificarne la corrispondenza della taglia e il gradimento del prodotto. Sono esclusi dalla facoltà della prova i prodotti che rientrano nella categoria della biancheria intima e quei prodotti che, per consuetudine, non vengono normalmente provati.

Uniformità dei prezzi. Le catene di negozi che effettuano saldi si impegnano a porre in vendita gli stessi prodotti agli stessi prezzi. In caso di variazione del prezzo, la variazione viene praticata contemporaneamente in tutti i punti vendita della catena.

Riparazioni. Se il costo per l'adattamento o la riparazione dei capi acquistati è a carico del cliente, l'operatore commerciale deve darne preventiva informazione al cliente stesso e deve inoltre esporre, in modo ben visibile, un cartello informativo sul quale si dichiara espressamente che le riparazioni sono a carico del cliente.

Contenzioso. Eventuali contenziosi fra consumatori e imprese che aderiscono a "Saldi Chiari" saranno esaminati e giudicati dallo sportello di conciliazione istituito dalla Camera di commercio di Milano.



Milano: "febbre" mondiale con pizza ed happy hour

Calcio: la febbre "mondiale" vi è stata



anche per l'indotto. Una partita degli azzurri a Milano vale, infatti, oltre 350 mila euro tra pizza ed happy hour; quasi divisi a metà: 170mila nei locali e 185 mila per chi sceglie pizza e birra a casa (indagine Unione su fonte Epam-Registro Imprese). Tra i 20 e i 30enni sono stati scelti i locali pubblici: il 50% dei locali serali che offrono l'happy hour si sono organizzati per far condividere l'emozione dei mondiali tra birra, cocktail, musica e dj.

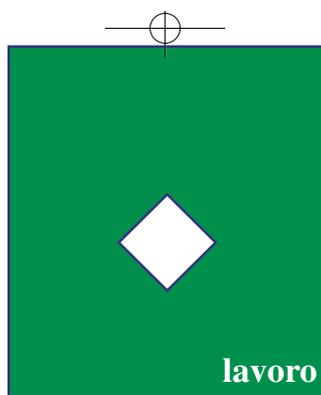
che, tra i locali che hanno offerto happy hour, il 50% ha organizzato serate dedicate al calcio, e di questi il 90% è provvisto di schermi per vedere le partite. Ma tra i 30/40enni e oltre milanesi, la famosa serata pizza e birra davanti alla tv è restata un "must". Per il 77,5% dei pizzaioli le vendite di pizza sono aumentate con una media del 40%.

L'indagine dell'Unione ha inoltre evidenziato



Unioneinforma

luglio/agosto 2006



*Illustrata la convenzione fra Unione Regionale e Centro Studi Marco Biagi
(Università di Modena e Reggio Emilia)*

Contratti di lavoro Il vantaggio di certificarli con l'Unione

Certificazione dei contratti sotto la lente di ingrandimento in un convegno - tenuto nella Sala Orlando dell'Unione di Milano, dal titolo "La certificazione dei contratti di lavoro: un'opportunità per prevenire e ridurre la conflittualità nelle imprese" - promosso per presentare alle aziende la convenzione stipulata dall'Unione Regionale Lombarda con il Centro studi internazionali e comparati "Marco Biagi" dell'Università di Modena e Reggio Emilia (vedi UnioneInforma di giugno a pagina 3 n.d.r.). Con il coordinamento del consigliere di presidenza e amministratore Unione Simonpaolo Buongiardino, sono intervenuti il giuslavorista Michele Tiraboschi (Università di Modena); Daniela Ceruti, direttore centrale dei Servizi sindacali, sicurezza sociale e welfare dell'Unione di Milano e Maurizio Del Conte (Università Bocconi). A inquadrare il tema Buongiardino: "La legge Biagi ha introdotto nel mercato del lavoro un'ormai irrinunciabile flessibilità che non ha nulla a che vedere con il precariato, e per questo la nostra associazione la difenderà in tutte le sedi". La legge Biagi, ha continuato Buongiardino "ha favorito l'incontro tra domanda e offerta di lavoro, semplificando i meccanismi di

assunzione e cessazione, e ha introdotto nuove figure contrattuali. La certificazione è, quindi, un'opportunità per risolvere alla radice le eventuali conflittualità e garantire una maggiore certezza del diritto".

Cos'è la certificazione

La certificazione dei contratti di lavoro e di altri atti ad essi assimilabili, come i contratti di appalto, i contratti di agenzia e rappresentanza, i regolamenti interni delle cooperative, è stata introdotta nel nostro ordinamento dalla legge Biagi, ma finora, non è stata molto utilizzata. A spiegarne le finalità è stato Michele Tiraboschi, che è partito da alcuni dati: "In Italia, si avviano ogni anno 400mila nuove cause per contrasti tra impresa e lavoratore; un terzo

conflitto nasce prevalentemente sulla definizione di lavoro 'autonomo' e 'dipendente'. Il 60 per cento del contenzioso, inoltre, è avviato dagli uffici ispettivi".

Come interviene su tutto ciò la legge Biagi? Prevedendo, appunto, la certificazione dei contratti. Cioè uno strumento che permette alle imprese e ai lavoratori di verificare la conformità fra l'accordo negoziale concluso tra le due parti e l'astratta tipologia contrattuale prevista dalla normativa. Se entrambi rispettano quanto scritto nel contratto certificato, è evidente che l'eventualità di conflitto si riduce ai minimi termini.

L'area di applicazione della certificazione

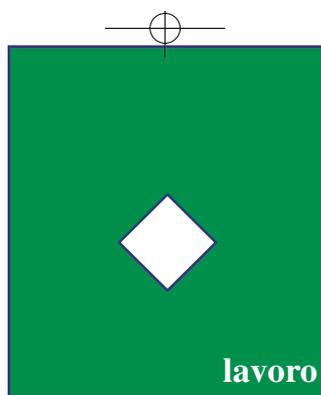
Secondo Tiraboschi "è enorme". Bisogna infatti sgombrare il campo dalla convinzione che "la certificazione serva solo per il contratto a progetto. Al contrario, riguarda tutte le tipologie di contratto. E l'esperienza del primo anno di attività del nostro centro modenese dimostra che la certificazione esplica nel modo migliore il suo ruolo nella fase di costruzione del contratto, quando il certificatore mette a disposizione delle parti il suo sapere tecnico-giuridico". Spesso, infatti, i datori di lavoro ►



di queste concerne la qualificazione del contratto. Se nel Mezzogiorno il contenzioso è maggiore, in Lombardia il

Unioneinforma

luglio/agosto 2006



sono ben consapevoli dei costi di un tipo di contratto, ma non dei "rischi" impliciti in un' "etichetta" contrattuale: si finisce, così, per inserire clausole contraddittorie e incoerenti con il modello contrattuale prescelto. L'esempio classico è la clausola sull'orario di lavoro nel contratto a progetto. Si può presentare istanza di certificazione anche per contratti già in essere.

Chi sono i certificatori

Secondo la legge sono gli enti bilaterali, le direzioni provinciali del lavoro, la Direzione generale sulla tutela delle condizioni di lavoro presso il Ministero del Lavoro, le università pubbliche e private, comprese le fondazioni universitarie, ma esclusivamente nell'ambito di rapporti di collaborazione e consulenza con docenti di diritto del lavoro.

Recentemente, all'elenco sono stati aggiunti i consigli provinciali dei consulenti del lavoro.

Ma, come hanno sottolineato sia Daniela Ceruti sia lo stesso Tiraboschi, chi si rivolge ai certificatori istituzionali non ha alcun sostegno durante la fase di costruzione del contratto, ottiene (o no) la mera certificazione.

Come si realizza...

Come si attua la convenzione tra Unione Regionale Lombardia e Centro Studi Marco Biagi dell'Università di Modena e Reggio Emilia? A illustrarne contenuti e vantaggi è stata Daniela Ceruti. "La convenzione che abbiamo firmato è un atto di fiducia nella legge Biagi, che può essere migliorata, ma non cancellata" è il suo esordio. D'altra

parte, ha proseguito "Non vogliamo limitarci a un ruolo di notaio, come fa la Direzione provinciale del lavoro". E per non esserlo la certificazione rilasciata in base alla convenzione si articola su tre passi: un primo approccio con i Servizi sindacali dell'Unione, nel quale le aziende associate riceveranno già una prima consulenza sul contratto sottoposto a certificazione. Il contratto passa poi alla commissione istruttoria (composta da docenti universitari e da collaboratori dell'Unione Regionale), che sentirà le parti e, se del caso, suggerirà di riconsiderare alcuni punti o clausole. Infine, entra in campo la commissione di certificazione vera e propria, che dovrà rilasciare una certificazione motivata.

"Si tratta di una certificazione assistita, con l'Unione che seguirà le imprese associate lungo tutto l'iter di certificazione - ha sottolineato Daniela Ceruti - E sarà un processo molto veloce: tra presentazione dell'istanza e giudizio passeranno meno dei trenta giorni previsti dalla legge".

...e quanto costa

Si avvia un processo di certificazione per un singolo contratto. I costi previsti dall'Unione sono: 100 euro per contratti di valore non immediatamente quantificabile e fino a 10mila euro; 100 euro+1% per contratti fino a 50mila euro; 100 euro +1,5% per contratti fino a 100mila euro; 100 euro +2% per contratti fino a 200mila euro. Daniela Ceruti ha anche chiarito che se un'impresa sottopone a certificazione un certo

numero di contratti del tutto simili fra loro, i costi potranno essere concordati.

Possono chiedere la certificazione dei contratti attraverso questa convenzione le aziende iscritte all'Unione di Milano e alle altre organizzazioni territoriali aderenti all'Unione Regionale Lombardia.

I vantaggi per le imprese

Il principale vantaggio è proprio quello che la legge Biagi assegna allo strumento della certificazione: una riduzione drastica del contenzioso tra imprese e lavoratori. La certificazione è un atto volontario delle due parti, datore di lavoro e lavoratore: un contratto



Da sinistra: Daniela Ceruti, Simonpaolo Buongiardino, Michele Tiraboschi e Maurizio Del Conte

certificato è perciò difficilmente contestabile. In ogni caso, fa fede fino alla sentenza del giudice. Ha efficacia tra le parti nei confronti di terzi, quindi blocca il contenzioso aperto dagli uffici ispettivi. Resta sempre aperta la possibilità di rivolgersi al giudice del lavoro: ma il lavoratore che dovesse contestare la qualificazione del contratto certificato, ha a suo carico l'onere della prova, mentre il giudice è obbligato dalla legge a tener conto della certificazione. Da cui discende, la maggior "certezza del diritto" citata in apertura di convegno da Buongiardino.

S.B.

Unioneinforma

luglio/agosto 2006



pubblici esercizi

L'assemblea presieduta da Lino Stoppani approva anche il rinnovato statuto dell'Associazione

Milano: le nuove cariche sociali di Epam

Rinnovate le cariche sociali dall'assemblea di Epam - l'Associazione milanese dei pubblici esercizi - svoltesi nella sala Commercio dell'Unione. Il rinnovo ha riguardato il Consiglio direttivo, i consiglieri della provincia e il

Collegio dei proviviri fino al 2011. Entro il 30esimo giorno dall'assemblea verrà convocato il direttivo dell'Associazione che eleggerà il presidente (con la nomina, su proposta del presidente, dei vicepresidenti e con la nomina della giunta).

L'assemblea di Epam. Convocata anche in



Assemblea di Epam: il presidente Lino Stoppani con il presidente Unione Carlo Sangalli e una panoramica della sala Commercio in Unione durante l'intervento di Sangalli (foto di Massimo Garriboli)

Gli imprenditori premiati

Luigi Concordati e la moglie Maria Gesuina Besana; Raffaele Valente e la moglie Concetta Ambrosano; Angelo Polenghi; Giovanni Cattaneo e la moglie Giovanna Vacchini.

Il Consiglio direttivo

Rodolfo Citterio, Roberto Cominardi, Domenico Devoti, Carlo Freni, Pierantonio Galli, Massimo Gallo, Giuseppe Gissi, Sergio Israel, Luca Maggi, Bruno Marsico, Stefano Mauro, Antonino Roffi, Lino Enrico Stoppani, Alfredo Zini.

I consiglieri della provincia

Giuseppe Arcara (Sesto San Giovanni); Vincenzo Comisso (Corsico); Licio Freguia (Rho); Eraldo Orsi (Binasco); Franco Raveglia (Monza); Maurizio Seveso (Legnano); Gerardo Tucci (Desio).

Il Collegio dei proviviri

Giancarlo Panzera (presidente); Sergio Bertolotto; Giuseppe Corbari; Leonardo Urso; Raffaele Valente.

Pubblici esercizi milanesi: pubblicazione per i 60 anni di Epam

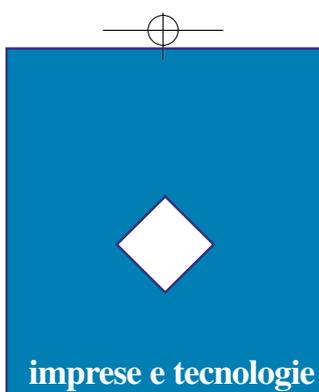
"I pubblici esercizi a Milano: 60 anni di storia di Epam": così si chiamerà un volume celebrativo (curato da Sergio Mattana, segretario dell'Associazione per numerosi anni) che Epam ha intenzione di realizzare nel prossimo autunno. Sono stati raccolti "documenti, anche inediti - ha spiegato nella sua relazione il presidente di Epam e Fipe Lino Stoppani - facendo la storia dei pubblici esercizi milanesi dal dopoguerra ai nostri giorni, tracciando bene l'evoluzione e i cambiamenti del settore, descritto anche con la citazione dei molti locali che ne hanno fatto la storia".

forma straordinaria, l'assemblea ha inoltre approvato modifiche allo statuto dell'Associazione.

Nell'ambito dei 60 anni di attività di Epam sono state infine premiati sei imprenditori per la loro benemerita professionale.

Unioneinforma

luglio/agosto 2006



imprese e tecnologie



Illustrati
in U-

nione da Aice (Associazione italiana commer-

Estate: incentivi per l'e-commerce

cio estero) e Assintel (Associazione nazionale delle imprese Ict) due bandi (legge 388/2000) rivolti alle

pmi, il cui scopo è finanziare progetti di sviluppo tecnologico/telematico che permettano un'integrazione delle piccole imprese nella filiera produttiva.

Bando per le incentivazioni a favore della realizzazione di progetti di commercio elettronico

Stanziamiento complessivo

68 milioni di euro (non sono ammessi progetti che prevedono un investimento complessivo ammissibile inferiore a 30.000 euro per impresa).

Possano accedere

Imprese singole di qualunque forma giuridica e operanti in tutti i settori economici, purché titolari di partita Iva e raggruppamenti di imprese (cooperative, consorzi e società consortili, centri per la promozione e lo sviluppo imprenditoriale, associazioni temporanee di imprese, associazioni di categoria).

Iniziativa finanziabili

Progetti finalizzati allo sviluppo per via elettronica delle transazioni che le imprese richiedenti effettuano tra loro, con altre imprese e/o con i clienti nei mercati interni ed esteri.

Spese ammissibili

Acquisto di hardware (purché nuovo di fabbrica e nel limite del 5% dell'investimento complessivo); acquisto di software (purché strettamente inerente alla realizzazione del progetto); consulenze specialistiche relative a realizzazione e sviluppo dei canali di commercio elettronico, integrazione del commercio elettronico con gli altri sistemi informativi aziendali, marketing (nel limite del 15% del costo totale del progetto) con particolare accento all'aumento di visibilità dell'offerta on-line; servizi destinati alla formazione del personale (nel limite del 15% dell'investimento complessivo) comprese le spese per e-learning e le spese di gestione per la formazione; servizi per svilup-

Contributo ottenibile

Credito di imposta pari al:

- 45% delle spese ammissibili (al netto di Iva) per i progetti presentati da consorzi costituiti da almeno 5 pmi;
- 40% delle spese ammissibili (al netto di Iva) per i progetti presentati da associazioni temporanee di impresa costituite da almeno 14 pmi;
- 35% delle spese ammissibili (al netto di Iva) per i progetti presentati da soggetti non classificabili nei precedenti punti.

Termine per presentare la domanda

La domanda va presentata fino al 14 agosto (dal 14 luglio) e

deve essere inviata in via telematica, utilizzando la modulistica on-line sul sito di Mediocredito Centrale (www.MCC.it). Dopo l'invio via internet, la domanda cartacea dovrà essere spedita con raccomandata A/R al Mediocredito Centrale, via Piemonte, 51, 00187 - ROMA non oltre 3 giorni lavorativi successivi alla data dell'invio telematico (pena la non ammissibilità della domanda di agevolazione). Sulla busta dovrà essere apposta la dicitura "L.388 EC", mentre su una copia

del formato cartaceo dovrà essere apposta una marca da bollo da 14,62 euro.

Al modulo di domanda va obbligatoriamente allegata una relazione descrittiva del progetto.



po, manutenzione e aggiornamento della piattaforma tecnologica (nel limite del 10% dell'investimento complessivo).

Sono ammesse all'agevolazione le spese sostenute a partire dal 15 maggio ed entro 14 mesi dalla pubblicazione del decreto di prenotazione dell'agevolazione.

Unioneinforma

luglio/agosto 2006



**Bando per le incentivazioni
a favore della realizzazione
del collegamento telematico
"quick-response"
(per aziende dei settori
tessile-abbigliamento-calzaturiero)**

**Stanziamen-
to complessivo**

19 milioni di euro (non sono ammessi progetti che prevedono un investimento complessivo ammissibile inferiore a 30.000 euro per impresa)

**Termine
per presentare
la domanda**

La domanda va presentata fino al 14 agosto (dal 14 luglio); deve essere inviata in via telematica, utilizzando la modulistica on-line sul sito di Mediocredito

a cura di S. M.

Possano accedere

Imprese singole (di qualunque forma giuridica purché titolari di partita Iva) e raggruppamenti di imprese (cooperative, consorzi e società consorziali, centri per la promozione e lo sviluppo imprenditoriale, associazioni di categoria) operanti nei settori tessile, abbigliamento e calzaturiero.



Centrale (www.MCC.it). Dopo l'invio via internet, la domanda cartacea deve giungere in duplice copia al Mediocredito centrale, via Piemonte, 51 00187 - ROMA non oltre 3 giorni lavorativi successivi alla data dell'invio telematico. Sulla busta dovrà essere apposta la dicitura: "L.388 QR", mentre su una copia del formato cartaceo dovrà essere apposta una marca da bollo da 14,62 euro.

Al modulo di domanda va obbligatoriamente allegata una relazione descrittiva del progetto.

Iniziativa finanziabili

Progetti finalizzati allo sviluppo dei collegamenti telematici nelle filiere del settore tessile, abbigliamento e calzaturiero. I progetti devono essere orientati a velocizzare i flussi logistici, favorire lo scambio e l'acquisizione automatica di informazioni e devono presentare caratteristiche innovative nel contenuto tecnologico.

Contributo ottenibile

A agevolazione pari al:

- 45% delle spese ammissibili (al netto di Iva) suddivisa a metà tra contributo a fondo perduto e finanziamento a tasso agevolato per i progetti presentati da consorzi costituiti da almeno 5 pmi;

- 40% delle spese ammissibili (al netto di Iva) suddivisa a metà tra contributo a fondo perduto e finanziamento a tasso agevolato per i progetti presentati da associazioni temporanee di impresa costituite da almeno 14 pmi;
- 35% delle spese ammissibili (al netto di Iva) suddivisa a metà tra contributo a fondo perduto e finanziamento a tasso agevolato per i progetti presentati da soggetti non classificabili nei precedenti punti.

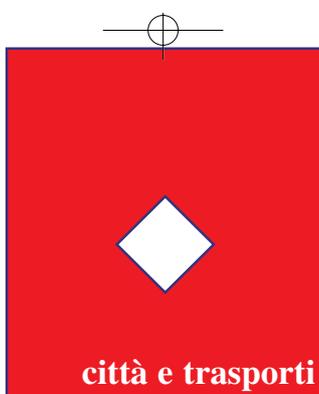


Spese ammissibili

Acquisto di hardware (purché nuovo di fabbrica e nel limite del 5% del costo totale del progetto); acquisto di software (purché strettamente inerente alla realizzazione del progetto); consulenze specialistiche relative a realizzazione e sviluppo dei canali di commercio elettronico, integrazione del commercio elettronico con altri sistemi informativi aziendali, marketing (nel limite del 15% del costo totale del progetto); servizi destinati alla formazione del personale (nel limite del 15% dell'investimento complessivo) comprese le spese per e-learning e le spese di gestione per la formazione; servizi per sviluppo, manutenzione e aggiornamento della piattaforma tecnologica (nel limite del 10% dell'investimento complessivo). Sono ammesse all'agevolazione le spese sostenute a partire dal 15 maggio ed entro 14 mesi dalla pubblicazione del decreto di prenotazione dell'agevolazione.

Unioneinforma

luglio/agosto 2006



Agenti di commercio milanesi Fnaarc: mobilità senza vincoli

Fnaarc di Milano: un ruolo istituzionale che sta crescendo. "Basti citare il fatto, assai emblematico - ha affermato Adalberto Corsi, riconfermato per acclamazione (dal consiglio eletto dall'assemblea svoltasi in Unione) presidente degli agenti e rappresentanti di commercio milanesi - che la Regione Lombardia ci ha riconosciuto la facoltà di rilasciare i pass per la circolazione in auto degli agenti nei giorni di targhe alterne. E solo nell'ultima occasione ne abbiamo rilasciati più di

**Adalberto Corsi
(vicepresidente
vicario dell'Unione)
riconfermato
per acclamazione
presidente
dell'Associazione
milanese**

500". L'Associazione Fnaarc

di Milano è intervenuta nella campagna elettorale per il nuovo sindaco per presentare le richieste della categoria che, sottolinea Corsi, sono "la garanzia di una mobilità non condizionata da alcun vincolo in caso di limitazioni dell'ingresso in città; la possibilità di utilizzare gli spazi di carico e scarico merci per la nostra sosta operativa". Richieste che la Fnaarc milanese tornerà a formulare al sindaco Letizia Moratti.



Adalberto Corsi

Fnaarc Milano: il nuovo direttivo

Fnaarc Milano: il nuovo Consiglio direttivo dell'Associazione, su indicazione del presidente Corsi, ha confermato all'unanimità i vicepresidenti Giovanni Boni (vicario), Gabrio Cereda e Maria Simonetta Maffizzoli.

Del nuovo Consiglio direttivo fanno parte, oltre al presidente ed ai vicepresidenti: Roberto Casadio, Alessandro Casotto, Dino Carminati, Alfredo Crema, Giulio Di Sabato, Giorgio Federzoni, Nicola Fortuna, Antonio Franceschi, Carlo Marzari, Freda Predeval, Maria Pia Rossini, Germano Ruscitto, Giuseppe Russo, Darwin Villa.

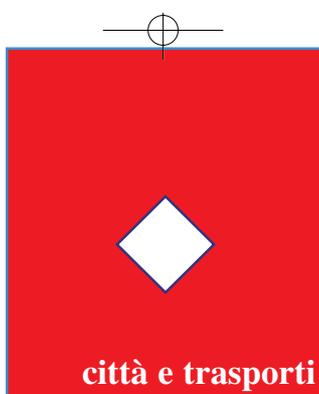
Il Collegio dei revisori è invece composto da Luigi Cervesato, Maurizio Governa ed Ernesto Prini.

Molti gli argomenti esaminati da Adalberto Corsi in assemblea (oltre ai temi della mobilità):

dall'andamento associativo (nel 2005 si è registrato un incremento nel numero degli associati), ai servizi offerti dalla Fnaarc milanese (più di 4.000 le consulenze telefoniche nel 2005 e più di 1.600 quelle fornite in sede), ai corsi di formazione professionale (i più recenti hanno riguardato le lingue straniere, il marketing, le competenze negoziali e l'informatica). Sono stati anche sottolineati i risultati del recente seminario fiscale (al quale hanno partecipato più di cento associati), e l'attività di "Fnaarc in rosa", gruppo delle donne agenti di commercio dell'Associazione di Milano, che nel primo anno di attività ha formulato diverse proposte in favore di tutte le donne agenti.

Unioneinforma

luglio/agosto 2006



Traffico merci a Milano Proposte operative

Proposte sul traffico merci a Milano. Sono state illustrate in un convegno promosso dalla Commissione traffico e trasporti dell'Automobile Club di Milano. L'iniziativa si è svolta con la partecipazione delle varie categorie interessate (fra cui l'Unione).

Ogni milanese consuma per i propri bisogni, in un giorno, mediamente 10 chili di merce: ciò significa che a Milano devono entrare quotidianamente almeno 13 mila tonnellate di merci di comune necessità ai quali si deve aggiungere un numero consistente di tonnellate di materiali da costruzione per la manutenzione della città stessa.

Ai confini di Milano-città i veicoli merci giornalmente in entrata sono circa 91.000 (rilevato nel 2001) pari all'8,8% del traffico totale in ingresso. Di questi, il 56% è costituito da furgoni, il 34% da autocarri e il 9% da autotreni. Il numero di mezzi commerciali in ingresso alla Cerchia dei Bastioni è di 15 mila veicoli.

Secondo i dati rilevati dal Comune di Milano, la percentuale di traffico dei mezzi commerciali non risulta essere particolarmente elevata: ogni giorno infatti, entrano in città poco più di 60 mila veicoli merci pari all'8% del totale.

Il settore della distribuzione commerciale è quello che determina la più alta quota di movimentazione delle merci e comprende circa 200 supermercati (poco più della metà si trova a Milano), 66 grandi magazzini (il 57% in Milano), 12

Illustrate in un convegno promosso dalla Commissione traffico e trasporti dell'Automobile Club milanese. Aumentano i mezzi che circolano vuoti

ipermercati (2 a Milano), 63 hard discount, 132 superette e 19 centri commerciali.

Secondo l'indagine Comune di Milano-Politecnico i veicoli merci a pieno carico alle barriere autostradali rappresentano il 55%, quelli al cordone esterno il 27% e quelli al cordone interno l'11%.

Aumentano i mezzi che circolano vuoti: alle barriere autostradali sono il 14%, al cordone esterno il 20% mentre al cordone interno il 33%. E' interessante notare come la percentuale dei veicoli merci operativi di idraulici, elettricisti, muratori cresca procedendo verso il centro di Milano: da un 8% rilevato alle barriere autostradali si passa al 20% del cordone esterno fino al 31% del cordone interno.

La tipologia della merce trasportata è così suddivisa: 35% composto da materiale da costruzione, il 15% da generi alimentari, 8% arredamenti e consegne a domicilio e il 2% da beni non alimentari per la vendita al

dettaglio.

La distribuzione del traffico nell'arco della giornata assume andamenti con punte corrispondenti alle fasce orarie del mattino (7-9) e del pomeriggio (16-18). La necessità di una sosta di breve durata delle operazioni di carico scarico nell'immediata prossimità del luogo di destinazione della merce si scontra con il fabbisogno di sosta a rotazione e di sosta destinata ai residenti, anche perché il parco veicoli degli operatori del conto proprio è più vecchio ed inquinante.

I provvedimenti proposti dalla Commissione, sono molteplici: riguardano, in particolare, il più opportuno utilizzo delle



tecnologie della comunicazione e del controllo; il rinnovo del parco circolante contro l'inquinamento, le regolamentazioni orarie, la disciplina degli accessi.

A.L.

Unioneinforma

luglio/agosto 2006



I riconoscimenti di "Piazza Mercanti" 2006

Dino Abbascià (presidente del Sindacato dettaglianti ortofrutta milanese); Elena Fiorani, amministratore unico di Oltremoda Italia (azienda associata ad Assomoda Lombardia - il portale Oltremoda Italia.com è patrocinato da Assomoda Italia) e il panificatore di Rho Angelo Civaschi

(consigliere dell'Associazione panificatori di Milano) sono tra i premiati dell'edizione 2006 di "Piazza Mercanti", il riconoscimento assegnato dalla Camera di commercio di Milano. I premi sono stati consegnati nel corso

della cerimonia svoltasi al Teatro alla Scala (con il presidente camerale e dell'Unione Carlo Sangalli).

Dino Abbascià (Fratelli Abbascià spa) è stato premiato per la categoria "Mecenatismo e sviluppo del territorio"

Ecco la motivazione: "Nel corso di un viaggio in Kenya, Berardino Abbascià visita il villaggio di Watamu, in prossimità della città costiera di Malindi. Impressionato dalle precarie condizioni igieniche e dalla povertà della popolazione locale,

Abbascià ha finanziato e partecipato personalmente alla costruzione di un edificio scolastico, che attualmente riunisce sei classi, composte da un totale di oltre duecento alunni.

In un contesto sociale degradato ed in cui le Amministrazioni pubbliche non dedicano alcuna attenzione all'istruzione dei bambini, la Scuola di Watamu costituisce uno dei primi esempi di sostegno ai segmenti più svantaggiati della popolazione. Dal 2003 Berardino Abbascià è presidente dell'Associazione regionale Pugliesi, nell'ambito della quale svolge attività di tipo culturale e di integrazione sul territorio".



Elena Fiorani (Oltremoda Italia srl) è stata premiata per la categoria "Imprenditoria femminile"

Questa la motivazione: "Dopo un'esperienza di sei anni di vendita al dettaglio nel settore abbigliamento ed altre in società di capitali, con compiti di promozione e sviluppo commerciale, gestione amministrativa, direzione acquisti e pubbliche relazioni, nel 2005, Elena Fiorani ha costituito Oltremoda Italia, società a responsabilità limitata di cui è unico socio. L'impresa opera nel campo della consulenza e della prestazione di servizi specializzati nella filiera della moda.

Oltremoda Italia fornisce servizi di ricerca e selezione di agenti e rappresentanti, di sviluppo della rete di vendita, di organizzazione eventi e comunicazione.

Ha inoltre

avviato servizi di web marketing e valorizzazione del made in Italy mediante un portale Internet, gratuito, volto al business to business nel campo della moda, con l'intento di ottimizzare e ridurre i costi a carico di aziende e showroom, potenziando visibilità, promozione e vendita e sensibilizzando e promuovendo iniziative con finalità artistiche, culturali e di solidarietà".



Angelo Civaschi è stato premiato per la categoria "Tutela dell'ambiente"

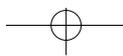
"Angelo Civaschi - si legge nella motivazione - ha

allestito un laboratorio di panificazione rispettoso dell'ambiente, con modifica del funzionamento dei forni da gasolio a metano e acquisto di altre attrezzature funzionanti mediante ricorso all'energia elettrica, sostenendo un costo per l'investimento realizzato di oltre centocinquanta mila euro nell'arco del triennio 2002/2004. La strategia aziendale per l'abbattimento degli elementi negativi dell'attività a carico della qualità ambientale è dunque improntata alla ricerca di innovazioni ecologicamente competitive su attrezzature e strumentazioni di lavoro".



Unioneinforma

luglio/agosto 2006



Il commercio "racconta" Milano

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

Orologeria e oreficeria Pezzi a Vaprio d'Adda



L'orologeria Pezzi di Vaprio d'Adda

Nel pieno centro di Vaprio d'Adda, da oltre cento anni la famiglia Pezzi ha un piccolo e animato negozio, gestito fino ad oggi in forma di ditta individuale, dove l'attuale titolare Giuseppe Pezzi - con la moglie Annalisa Sonzogni e il collaboratore Ezio Cremonesi - vende orologi, gioielli e altri oggetti preziosi, e ripara orologi di ogni genere e dimensione.

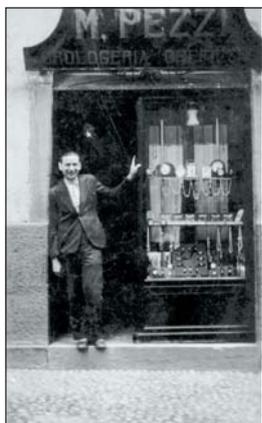
Tutto ebbe inizio con Anselmo, bisnonno del nostro interlocutore Giuseppe, che sul finire del XIX secolo, dopo aver imparato presso un artigiano di Treviglio l'arte di riparare gli orologi, decise di aprire una bottega nel proprio paese. Il primo documento ufficiale che testimonia l'attività commerciale della famiglia Pezzi fa risalire l'avvio dell'esercizio al 1902, ma è probabile che già qualche anno prima di tale data Anselmo avesse iniziato la propria attività di riparatore senza che fosse formalizzata per iscritto. A conferma di questa ipotesi sta il fatto che Mario, figlio di

Anselmo e di Maria e nato nel 1900, vide la luce già nella "sede operativa" della famiglia. Infatti, da quando la famiglia Pezzi ha avviato la propria attività nell'odierna via Matteotti, tutte le generazioni succedutesi hanno abitato in due appartamenti situati ai piani superiori, direttamente comunicanti con il punto vendita sottostante. Negli anni '30, acquisendo la proprietà delle mura, i Pezzi consolidarono il proprio insediamento abitativo e commerciale. La specializzazione merceologica allora non era pratica comune, soprattutto al di fuori delle città, così Anselmo Pezzi cominciò la propria attività affiancando alla sua specialità di riparatore la vendita dei più svariati articoli e accessori per la casa - come armadi, lenzuola, posate, chincaglierie - accanto a quella più specifica di orologi e sveglie. La scelta e la differenziazione delle tipologie merceologiche trattate, sarà un filo conduttore nell'evoluzione e nella fortuna dell'attività della famiglia Pezzi. Infatti, grazie ad una licenza molto ampia, il negozio ha saputo assecondare l'evoluzione della domanda modificando nel tempo la propria offerta e trasformandosi, nell'arco di un secolo, da "emporio" generalista a negozio e laboratorio specializzato. Secondo le parole di Giuseppe, "la vendita degli oggetti si è sviluppata specializzandosi, perché fino a quando c'era mio papà avevamo una licenza di quelle che si poteva vendere di tutto tranne che gli alimentari".

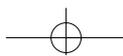


Il bisnonno Anselmo

In questo percorso ciascun membro della famiglia ha influenzato, con le proprie attitudini e competenze, la declinazione dell'offerta merceologica. Così, durante il periodo in cui la gestione fu di Mario, grazie alla sua passione per i francobolli, il negozio divenne un punto di riferimento per i filatelici del circondario: ci racconta Giuseppe che per molti anni in negozio hanno continuato a ricevere visite di appassionati e che ancora oggi i suoi clienti più anziani ricordano l'infanzia trascorsa a collezionare i francobolli di Mario.



Il nonno Mario davanti al negozio (anni '40)





Mario Pezzi con una cliente in negozio (anni '50)

Un altro interessante ricordo di famiglia, tramandato fino a Giuseppe, riguarda la campagna fascista dell'"Oro alla Patria", quando il negozio aveva il compito di raccogliere le fedeli nuziali dalle famiglie di Vaprio per cambiarle con fedeli di metallo vile: per non separarsi da un oggetto tanto caro, molti coniugi erano soliti acquistare, anche dagli stessi Pezzi, un anello più leggero da versare alla patria in luogo della propria fede. A parte l'ampliamento dell'offerta con i francobolli, Mario iniziò a concentrarsi sugli oggetti e gli orologi preziosi iniziando gradualmente l'abbandono degli articoli per la casa e introducendo, invece, la novità dell'ottica. Con il passaggio della responsabilità da Mario a Giovanni, padre dell'attuale titolare, si pose fine alla vendita dei francobolli e dei

casalinghi, si proseguì la vendita di occhiali e articoli di ottica che venne poi abbandonata da Giuseppe negli anni '80, ma soprattutto si portò avanti l'identificazione del negozio con i servizi che ancora oggi lo caratterizzano: la vendita di orologi e oggetti preziosi, la riparazione di orologi. E' quest'ultima specialità di riparatori che ha consentito alla famiglia di affermarsi e ha costituito la causa principale del suo successo duraturo. Le tecniche dell'orologeria venivano tramandate da nonno a nipote saltando la generazione intermedia anche perché, come spiega Giuseppe, era quella più impegnata direttamente con la clientela in negozio. L'apprendimento avveniva "dal grande al piccolo" iniziando a smontare e riparare sveglie e orologi di grandi dimensioni per acquisire gradualmente l'abilità che consentiva di impegnarsi su oggetti più minuti e con meccaniche più complesse. Giuseppe, che peraltro dovette imparare direttamente dal padre per la

preparazione scomparsa del nonno, ricorda in proposito: "ho iniziato a smontare le sveglie a 12 anni, poi gli orologi da uomo e infine quelli da donna, più piccoli di tutti". Quando negli anni '70 si affermarono sul mercato gli orologi al quarzo, che consentivano una frequenza più alta e quindi una maggior precisione, fu Giuseppe a specializzarsi in questa nuova tecnica lasciando al padre la cura degli orologi meccanici fino al 1985, anno della sua morte.

Fino a quella data tutta l'attività del negozio e del laboratorio era stata quasi interamente coperta dal lavoro della famiglia, due generazioni si erano sempre affiancate nella conduzione del negozio: inizialmente la bisnonna Maria al fianco del marito Anselmo, cui si aggiungeva il figlio Mario, che trovava l'aiuto di Marietta e del loro figlio Giovanni nato nel 1930, a sua volta supportato dalla moglie Gianfranca, che ha proseguito a lavorare con il figlio Giuseppe fino al 1992. Per qualche lavoro ci si serviva di collaboratori, ma solo dall'85 l'attuale titolare, non potendo contare sull'apporto di altre generazioni, ha deciso l'assunzione di un dipendente, Ezio Cremonesi.

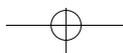
Per quanto le attività più complesse di riparazione siano sempre state prerogative delle generazioni maschili, non vi è mai stata una separazione netta tra addetti al negozio o al laboratorio, viste anche le limitate dimensioni dell'organico. Inoltre, come ci spiega Giuseppe, per il servizio ai clienti sono sempre necessari ambo i sessi in quanto, mentre l'acquirente di gioielli gradisce essere servito da una signora, per l'acquisto di orologi vengono preferiti gli uomini.

Malgrado l'importanza del laboratorio di riparazioni nella storia del negozio, esso è sempre stato considerato un utile servizio aggiunto per un'impresa a tutti gli effetti commerciale e non come un'attività artigiana a sé stante.

Il coinvolgimento della famiglia nell'associazionismo di categoria iniziò con Giovanni, che si iscrisse al Mandamento di Gorgonzola dell'Unione del Commercio negli anni '50 ed è proseguito con suo figlio Giuseppe che, a partire dagli anni '90, ha cominciato ad impegnarsi direttamente,



Giuseppe Pezzi, bambino, davanti al negozio (anni '60)



Il commercio "racconta" Milano

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



Il tavolo di lavoro del laboratorio del negozio

dapprima nella sede locale di Vaprio, poi nell'Associazione territoriale di Trezzo di cui è attuale presidente.

Negli anni '80 si è realizzata la transizione dalla generazione di Giovanni a quella di Giuseppe che, diplomatosi perito chimico e concluso il servizio militare, coronava il proprio apprendistato entrando formalmente in negozio nel 1980. Dall'85, anno in cui dovette assumere la titolarità dell'impresa, Giuseppe ha introdotto l'uso delle rilevazioni statistiche nella gestione del negozio, innovazione che ha consentito di gestire al meglio gli acquisti e le forniture e di monitorare costantemente l'andamento degli affari.

Dopo una decina d'anni particolarmente favorevoli, si è riscontrata a partire dalla metà degli anni '90 una lenta, ma continua erosione del volume delle vendite che prosegue tuttora, parzialmente bilanciata da una crescente domanda nel campo dei lavori di orologeria. Passati gli anni della corsa all'acquisto, oggi la clientela è più interessata a prodotti classici, che invecchiano meno, e sono molti coloro

che oggi chiedono di rimettere in funzione la "cipolla" del nonno; addirittura vi sono proprietari di "patacche" acquistate a pochi euro, che sono disposti a spendere in riparazioni molto più di quanto hanno investito nell'acquisto.

Nel rapporto con la clientela Giuseppe Pezzi crede nel ruolo attivo del commerciante, cui spetta il compito di selezionare le novità con competenza e saperle proporre con convinzione. Nel rapporto con i fornitori e i rappresentanti, le cose variano molto tra l'orologeria, in cui le case di maggiori dimensioni riescono ad imporre le proprie politiche di marketing, e l'oreficeria, in cui la dimensione artigianale della maggior parte dei produttori consente una maggior libertà al dettagliante.

Nel 1988 Annalisa Sonzogni raggiunge il marito in negozio mentre la madre di Giuseppe, Gianfranca, che incontriamo mentre scende dall'appartamento soprastante, lascia nel 1993 ponendo fine alla consuetudine per cui due generazioni si erano sempre affiancate nell'attività. La sovrapposizione anche fisica dell'abitazione con il punto vendita è stata un fattore essenziale nelle fasi di transizione generazionale, come abbiamo potuto riscontrare in altri casi analoghi: i bambini ini-

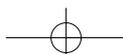
ziano a familiarizzare con l'ambiente di lavoro ben prima di esservi coinvolti direttamente, mentre chi ha lasciato la gestione diretta può separarsene senza traumi e allo stesso tempo essere di supporto ai successori, se necessario.

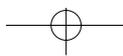
Oggi Annalisa, oltre ad occuparsi della parte amministrativa e contabile, segue con il marito i rapporti con i fornitori e gli acquisti per il negozio, cui Giuseppe attribuisce grande importanza muovendo dalla convinzione che "per vendere bisogna acquistare, non si possono fare affari se non si mantiene un magazzino fornito" e che l'abilità nel commercio consiste anche nel "saper scegliere cosa può piacere alla clientela e promuovere con decisione le novità in cui si crede". Per quanto riguarda, invece, le forniture di ricambi di orologeria è compito di Giuseppe che conserva tutti i pezzi in una cassettera ereditata dai propri antenati, accanto ad altri strumenti tecnici tradizionali di cui ci illustra il complesso funzionamento.

Un altro principio cui si ispira l'attività di Pezzi è il rispetto degli orari e la presenza costante al



Giuseppe Pezzi mostra il "tornio a pivottare" del bisnonno





Il commercio "racconta" Milano

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



Da destra: Giuseppe Pezzi, sua moglie Annalisa Sonzogni ed Ezio Cremonesi

servizio della clientela: si apre un po' prima, non ci si assenta dal negozio e, se un cliente ha bisogno, lo si attende posticipando la chiusura. Dato che gli abitanti di Vaprio e del circondario lavorano prevalentemente fuori, non c'è convenienza a tenere aperto durante la pausa pranzo, mentre si effettuano le aperture serali nei giorni di sagra e le aperture domenicali nel periodo pre natalizio. Il complesso intreccio viabilistico del centro di Vaprio non consente la pedonalizzazione della via Matteotti, ma questo, secondo Giuseppe, non influenza l'attività del negozio.

La zona di Vaprio, per secoli meta prediletta di

villeggiatura del patriziato milanese, è stata sede di un precoce sviluppo industriale fino agli anni '70 del secolo scorso, con gli impianti della Cartiera Binda, la Velluti Visconti di Modrone (Velvis), il cotonificio di Crespi d'Adda. Secondo Giuseppe, la presenza di queste industrie, che saturavano l'offerta di manodopera locale, ha scoraggiato nel secondo dopoguerra l'avvio di nuove iniziative imprenditoriali di medie dimensioni. Con la meccanizzazione degli impianti e il declino di alcuni settori industriali, l'offerta di lavoro a Vaprio è crollata ed ha avuto inizio un flusso pendolare che interessa la maggioranza dei residenti.

Il panorama commerciale di Vaprio è profondamente mutato negli ultimi anni, anche a causa dell'avvento della grande distribuzione che ha causato la scomparsa generalizzata dei negozi alimentari, sostituiti solo in

parte da nuove attività in prevalenza gestite dalle numerose comunità straniere immigrate.

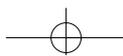
Attualmente sembra ormai concluso il drenaggio di clientela da parte dei centri commerciali nei confronti dei piccoli esercizi, anche se, come insiste Giuseppe Pezzi, per riguadagnare terreno bisogna essere propositivi, offrire un servizio migliore, merce selezionata, e porre molta attenzione ad alcuni aspetti della gestione d'impresa, come quella dei flussi finanziari, troppo spesso trascurati da molti colleghi.

Andrea Strambio

(In collaborazione con Sara Talli Nencioni)



Un particolare del negozio





Commercio chimico I 60 anni di AssiCC

Al Circolo del Commercio celebrazione dei 60 anni di AssiCC, l'Associazione italiana commercio chimico. L'assemblea ha visto la partecipazione e l'intervento del professor Giuseppe De Rita, segretario generale della Fondazione Censis e del vicepresidente vicario Unione Adalberto Corsi. Il presidente di AssiCC Giorgio Bonetti ha rilevato che l'Associazione "sta per vivere una nuova fase propulsiva e di sostegno per le aziende associate" sottolineando in particolare i problemi che si

presenteranno con il Reach (Registration evaluation authorization of chemicals), la nuova regolamentazione europea - in vigore dal 2007 - che di fatto riguarda tutti i prodotti chimici. Prodotti - pericolosi o non - che dovranno essere sottoposti a un rigoroso regime di controllo e autorizzazione (quest'ultima concessa in funzione dell'utilizzo del prodotto chimico). L'applicazione del Reach comporterà un appesantimento di costi e burocrazia per le aziende ed AssiCC si attrezzerà per assi-

stere al meglio le imprese associate. "Come AssiCC - ha dichiarato Bonetti - abbiamo la coscienza a posto, avendo combattuto Reach attraverso la nostra Federazione



Assemblea AssiCC: da sinistra Adalberto Corsi, Giuseppe De Rita e Giorgio Bonetti (foto di Massimo Garriboli)

Panificatori milanesi Marinoni confermato presidente



Antonio Marinoni

Antonio Marinoni continuerà a ricoprire la carica di presidente dell'Associazione panificatori di Milano e Provincia. Lo ha deciso l'Assemblea generale di categoria riunitasi alla "Casa del Pane" dei caselli di Porta Venezia.

Presidente dal 1971, Marinoni guiderà l'Associazione fino al 2010. «Sono onorato - ha dichiarato Marinoni - di questa riconferma. Come sempre continuerò a portare avanti le lotte che stanno a cuore all'arte bianca milanese a partire dalla lotta all'abusivismo».



Taglio della torta del presidente Giorgio Bonetti per i 60 anni di AssiCC

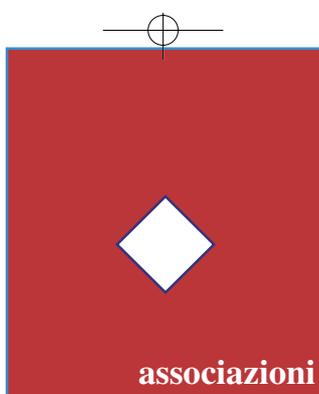
stere al meglio le imprese associate. "Come AssiCC - ha dichiarato Bonetti - abbiamo la coscienza a posto, avendo combattuto Reach attraverso la nostra Federazione Europea ed ottenuto in tale sede una qualche attenuazione del suo impatto". Nel corso dell'assemblea è stata consegnata ad Augusta Baggi - assistente del presidente Bonetti per le pubbliche relazioni - una targa di ringraziamento per la lunga attività svolta con l'Associazione.



Giorgio Bonetti con Augusta Baggi (premiata con una targa di ringraziamento per la lunga attività svolta in AssiCC)

Unioneinforma

luglio/agosto 2006



Presentata da Federcentri Milano in collaborazione con Uni

Una norma europea per traduzioni di qualità

Federcentri Milano in collaborazione con Uni (l'Ente nazionale italiano di unificazione) ha presentato in anteprima all'Unione di Milano la prima norma europea sui servizi di traduzione.

Comunicare efficacemente in lingua straniera - rileva Federcentri Milano - oggi è più di una semplice necessità: è un fattore strategico di successo per le imprese italiane che operano nel mercato globale. Le implicazioni derivanti da una cattiva traduzione sono molteplici: dal danno d'immagine (si pensi a una campagna pubblicitaria con un messaggio tradotto in maniera errata) a gravi conseguenze legali (nel caso in cui una cattiva traduzione procuri

un danno ai consumatori). Per questo Federcentri Milano, l'Associazione (aderente all'Unione) che raggruppa le società di servizi linguistici, ha presentato in collaborazione con Uni la norma EN 15038. La norma EN 15038 specifica i requisiti per i fornitori di servizi di traduzione con riferimento alle risorse umane e tecniche, alla gestione della qualità e del progetto, al contesto contrattuale e alle procedure del servizio. La norma non si applica, invece, ai servizi di interpretariato. "La norma europea finalmente fissa i requisiti qualitativi che gli operatori del settore devono necessariamente possedere per operare sul mercato, per offrire garanzie

al cliente che usufruisce del servizio di traduzione".



Carla Agostini

zione" dichiara Carla Agostini, presidente di Federcentri Milano.

"Tra i nostri clienti - prosegue Carla Agostini - oltre a grandi aziende multinazionali, oggi ci sono anche molte pmi alle prese con il mercato globale. Imprese che per competere a livello internazionale, hanno bisogno di tradurre e localizzare la loro documentazione in tempi molto brevi e con la garanzia della massima qualità. Altrimenti perdono un vantaggio competitivo. Per questo la Norma EN 15038 sarà bene accolta da tutti gli operatori del settore che lavorano con serietà e professionalità".

Assofood Milano: completate le cariche sociali

Assofood Milano, il polo del dettaglio alimentare milanese, ha eletto le nuove cariche sociali in occasione dell'assemblea che riconfermato all'unanimità Iliano Maldini presidente (vedi *Unioneinforma* di giugno a pagina 2 n.d.r.).

Il neo Consiglio direttivo ha successivamente proceduto alla nomina della Giunta esecutiva. Vicepresidente vicario di Assofood è Alessandro Iemmallo.

Con Maldini e Iemmallo la Giunta è completata dai consiglieri Marco Albertini, Dino Borin, Alfredo Riccardo Giordano, Roberto Lorenza, Gaudenzio Pedol, Danilo Pogliani, Gianfausto Radrizzani, Fabiano Scotton e Giuseppe Zoppi.

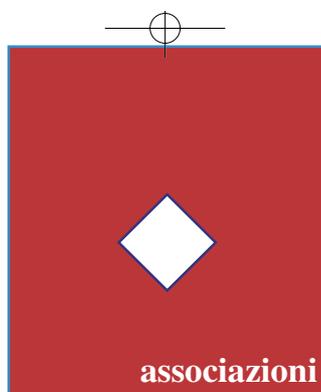
Il direttivo di Assofood Milano è completato da: Paolo Baroni; Maria Carmela Battimelli; Piero Bonardi; Nicola Brancati; Sergio Casati; Bruna Colleoni; Luigi Currenti; Sergio De Vecchi; Stefano Dell'Angelo; Giansandro Gaboardi; Chiara Meloni; Adriano Moro; Domenico Pedol; Redento Picello; Luciano Sacchi; Piergiulio Salvini; Luigi Scagnelli; Pietro Solci; Giuseppe Stringaro; Angelo Valentini.

Cooptati in direttivo Gianpaolo Gipponi, Giovanna Maria Grampa, Luca Maggi, Sergio Pietro Monfrini.

Il Collegio dei probiviri di Assofood è composto da: Valentino Gatti (presidente); Franco Berno; Mirando Berti; Guglielmo Bruscolini; Umberto Pessina.

Unioneinforma

luglio/agosto 2006



Identikit del consulente di management Indagine di Apco

A coronamento di un giugno impegnativo (con l'Icmci Euro Hub Meeting e il convegno internazionale sul risk management) Apco, l'Associazione dei consulenti di direzione e organizzazione, ha presentato i dati di una ricerca, realizzata nei primi mesi di quest'anno, sulla consulenza di management in Italia.

L'indagine - che ha coinvolto un campione di circa 500 consulenti di tutte le regioni italiane - evidenzia un professionista "maturo" - il 32% con un'età superiore a 55 anni e il 9% inferiore a 35



**Francesco D'Aprile,
presidente di Apco**

anni - che vive (42%) in una città con più di 250 mila abitanti. Il consulente opera attraverso una piccola struttura di consulenza (63% con meno di 4 collaboratori) con clienti di medio-piccola

dimensione (54% pmi con volume d'affari inferiore a 50 milioni di euro). Si occupa di organizzazione (66%), strategia e general management (62%), amministrazione, finanza e controllo (39%), e lavora prevalentemente a progetto (51%) applicando

Cresce l'età media: solo il 9% ha meno di 35 anni. Il 15% del tempo di lavoro è dedicato all'aggiornamento professionale. La clientela prevalente è costituita da pmi

(40%) tariffe comprese tra i 500 e gli 800 euro al giorno. Il consulente è attento alla gestione del suo tempo: ne impegna poco più della metà (55%) in attività diretta sul cliente, mentre dedica il 30% alla promozione e alla gestione dello studio/società di consulenza e il 15% all'aggiornamento professionale. Ama leggere libri e riviste (93%), partecipare a convegni (82%) e a corsi di formazione a pagamento (60%), non disprezza internet come strumento di aggiornamento professionale (68%). Infine, promuove se stesso partecipando come relatore in convegni (40%), docente in corsi per imprenditori e manager (38%) e pubblicando libri e articoli su riviste specializzate (28%).

Questo il profilo più diffuso, intermedio tra l'"individual" e il partner di grandi società di consulenza.

Il quadro che emerge - rileva Apco - si presta a diverse considerazioni: forse sono

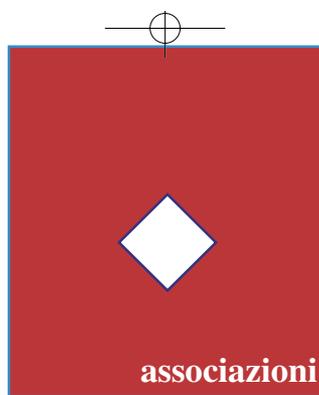
cresciute le barriere all'entrata nel mondo della professione se è vero che solo 9 consulenti su 100 hanno meno di 35 anni. Così come nella dimensione delle strutture di consulenza, si patisce lo stesso "nanismo" che è comune a quello delle imprese clienti. Cresce l'età media del consulente così come cresce quella dell'imprenditore che, secondo

una recente indagine Merrill Lynch, nell'80% dei casi ha più di 50 anni. Il modello distributivo sul territorio coincide con quello della piccola e media impresa preferendosi la città media come sede dello studio/società di consulenza (il 40% risiede in 8 città italiane). La città è il luogo dove può svilupparsi con maggiore facilità un sistema di relazioni e opportunità (sistema che favorisce lo sviluppo professionale e del business). Considerata la dimensione media delle pmi italiane, i clienti sono abbastanza strutturati con bisogni in area organizzativa e di general management. Ma quanto Apco e la sua attività sono conosciute dai consulenti?

Dall'indagine risulta che la notorietà di Apco è dovuta soprattutto a: informazione da parte dei colleghi (32%); partecipazione a iniziative della stessa Associazione (27%), notizie dalla stampa (14%).

Unioneinforma

luglio/agosto 2006



Una "rete" informatica di fioristi per poter promuovere le singole aziende e valorizzare i servizi da loro offerti. Il progetto è stato discusso in occasione dell'assemblea generale dell'Associazione fioristi di Milano svoltasi in Unione. La rete servirebbe a rafforzare l'immagine della categoria

Illustrato in assemblea il progetto

Milano, fioristi "in rete"

dei fioristi aderenti all'associazione; promuovere i prodotti floreali e i servizi connessi; aumentare la visibilità dei fioristi attraverso la rete creando

un circuito informatico che consenta un ritorno economico. L'idea è quella di creare un sito "centrale", gestito direttamente dall'Associazione, per mezzo del quale potranno essere promossi i servizi, i prodotti, la cultura del fiore e tutti gli svariati contenuti di supporto che si possono realizzare. Parallelamente verrebbe realizzato un sito riservato ai fioristi attraverso il quale i singoli operatori commerciali siano in grado di gestire il proprio catalogo di servizi e prodotti comunicando in vario modo con i propri clienti e fornitori. La caratteristica essenziale sarà, in ogni caso, la completa indipendenza di ogni fioraio per quanto riguarda i suoi servizi e i suoi prodotti.

Anna Lucia Carbognin confermata presidente dell'Associazione fioristi

Conferma di Anna Lucia Carbognin alla presidenza dell'Associazione fioristi milanesi. E' stata eletta all'unanimità dal neoconsiglio direttivo riunitosi al termine dell'assemblea generale svoltasi in Unione. Vicepresidenti sono Ernesto Corbella (Milano - anche per lui una conferma) e Ivana Todeschini di Legnano; a quest'ultima è stato affidato l'incarico di sovrintendere alle relazioni con i soci della provincia e con le associazioni territoriali aderenti all'Unione. Agostino Marchesetti è stato riconfermato presidente onorario. Il nuovo direttivo è completato da: Lorenzo Brunello; Gaetano Lupica; Ambrogina Moneta; Luca Mengotti; Luca Pozzi; Roberto Rossi; Ugo Stucchi; Lisa Tozzi; Federico Vassilli. I probiviri dell'Associazione fioristi sono: Dario Groppi; Silvana Manfredi; Oronzio Roma.



Anna Lucia Carbognin

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

luglio/agosto 2006



In Unione il seminario di Asseprim

Posta elettronica certificata Come una raccomandata

La posta elettronica oggi può essere riconosciuta con valore legale proprio come una tradizionale lettera su carta, con tanto di ricevuta (elettronica). Di quest'innovazione, tecnica e amministrativa, se ne è discusso in Unione al seminario, promosso da Asseprim (l'Associazione dei servizi alle imprese), "Posta elettronica certificata (Pec): aspetti legali dell'uso in azienda", che ha riunito esperti di giurisprudenza e d'informatica. "Immaginate quanto si potrebbe risparmiare in tempo e denaro utilizzando questo nuovo mezzo per una

qualsiasi transazione - ha affermato il vicepresidente vicario di Asseprim Paolo Figini - in azienda (azienda assicurativa n.d.r.) non vediamo l'ora di mettere in pratica la corrispondenza certificata via email. Tutti i contatti con i clienti, dall'attivazione di una polizza alla denuncia di un sinistro, sarebbero immediati". Con l'introduzione, l'anno scorso, del Codice digitale della Pubblica amministrazione e il decreto sull'efficacia giuridica delle e mail, è cambiato tutto il panorama normativo. Chi vuole adottare il nuovo sistema può rivolgersi a



uno dei 10 operatori di mail-box che sono stati scelti dalla legge per la certificazione (tra cui Infocamere e Telecom) ed aprire un proprio indirizzo di posta che solitamente si distingue per l'estensione legal-mail.it. "Con una spesa di 50 euro l'anno - ha detto il responsabile marketing di Infocamere Giuseppe Tusa - ogni azienda può utilizzare per un numero illimitato di volte questo indirizzo per spedire documenti importanti che solitamente vengono mandati con raccomandata con ricevuta di ritorno". Il meccanismo funziona così: il mittente manda la mail al server di posta certificata prescelto che gli invia istantaneamente una prima ricevuta di accettazione. Il server poi trasmette il messaggio al destinatario e, al momento della ricezione, arriva una seconda ricevuta di consegna che varrà come documento opponibile in sede legale. I rischi legati alla Pec sono essenzialmente quelli legati all'utilizzo disinvolto della posta elettronica normale. "Le imprese non possono effettuare controlli occulti sull'invio di corrispondenza dei dipendenti - dice l'avvocato Daniela Redolfi che ha realizzato uno studio in materia - ed è per questo che solitamente si delegano all'interno di un'azienda pochi funzionari all'utilizzo della posta certificata.



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
Associazione Nazionale Amministratori Condominiali ed Immobiliari
ANACI

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



Unioneinforma

luglio/agosto 2006


 associazioni

Agente immobiliare: confronto europeo

“L’agente immobiliare nel contesto europeo” è la ricerca che Fimaa Milano, il Collegio degli agenti d’affari in mediazione (aderente all’Unione) ha presentato al polo di Fieramilano di Rho - Pero in occasione del recente Expo Real Estate Italia

(vedi *Unioneinforma* di maggio a pagina 24 n.d.r.). L’indagine è stata resa possibile grazie alla collaborazione con Cepi, l’organizzazione europea degli agenti immobiliari. La ricerca, illustrata da Stefano Stanzani (responsabile scientifico dell’Ufficio studi di Fimaa Milano e docente dell’Università di Bologna), ha preso in esame la categoria in 15 paesi europei: 180 mila gli agenti con 95 mila agenzie e circa 3,2 milioni di transazioni residenziali. Il mercato dell’intermediazione immobiliare dei Paesi analizzati offre servizi ad un bacino di 384 milioni di residenti ed ha una potenzialità di oltre 160 mila abitazioni; mentre il numero totale di scambi residenziali risulta pari a 5,2 milioni.

Regolamentazione professionale. L’attività dell’agente immobiliare risulta disciplinata per legge in 12 dei 15 Paesi monitorati. Inoltre si riscontra

La ricerca
Fimaa Milano
illustrata
a Expo Real Estate

l’obbligatorietà di un diploma od altro certificato equipollente per poter esercitare la professione in 7 Paesi (Italia, Portogallo, Belgio, Svezia, Grecia, Danimarca e Francia); di corsi obbligatori per legge (Italia, Portogallo,



Fonte: Fimaa

Paese	% alloggi in proprietà (fonte BCE)	% di intermedio residenziale	Commissioni % su valore	livello commissioni	Compravendite intermedie per agente
Spagna	90	50	3% - 5%	alto	18,3
Irlanda	84	98	1,5% - 2,5%	basso	70,2
Italia	81	50	5% - 6%	alto	8,4
Grecia	80	40	2% - 4%	medio	13,6
Lussemburgo	74	60	3%	medio	4,4
Portogallo	72	40	3%-7%	alto	18,3
Belgio	72	45	1,5% - 3%	basso	7,5
Gran Bretagna	68	90	1,45%	basso	79,1
Finlandia	68	75	3% - 4%	medio	15,6
Danimarca	60	95	3%	medio	29,7
Svezia	59	83	1% - 2%	basso	25,3
Austria	59	35	3%	medio	7,0
Francia	58	45	3% - 10%	alto	6,7
Olanda	53	85	1,80%	basso	29,8
Germania	40	50	5% - 6%	alto	28,6
Totale	64,2	60,9	3,3%	medio	17,8

Belgio e Svezia); di idonea garanzia finanziaria (Irlanda, Danimarca, Germania e Francia); come alternativa, o in aggiunta ai requisiti, di una dimostrabile esperienza pratica (Italia, Portogallo, Belgio, Svezia, Austria, Olanda).

Il mercato. In media, nei 15 Paesi monitorati, ciascun agente intermedia circa 18 compravendite residenziali

all’anno. L’Italia si posiziona nel gruppo dei Paesi con il minor numero di transazioni per agente (8,4 scambi). Ad alte commissioni residenziali, corrisponde, in media, una percentuale di mercato intermedio non superiore al 50% (come, ad esempio, in Italia); mentre, per bassi livelli di commissioni, con l’unica eccezione del Belgio, la percentuale di intermedio risulta elevata.

Unioneinforma

luglio/agosto 2006



Progettare il sito aziendale: rispetto della normativa, accessibilità, ottimizzazione": questo il tema dell'ultimo incontro (svoltosi al Circolo del commercio) del ciclo di cinque seminari promossi da Assintel, l'Associazione nazionale delle imprese ict (Information, communication & technology) aderente all'Unione di Milano.

Nella prima parte dell'incontro sono state analizzate la progettazione dell'albero del sito, le tipologie dei servizi da erogare on line e la normativa applicabile. Otto le tematiche prese in esame: la citata progettazione dell'albero del sito, gli adempimenti amministrativi, le comunicazioni commerciali, il deposito legale dei documenti di interesse culturale, la conclusione del con-

Progettare il sito aziendale Il seminario di



tratto telematico, la tutela del consumatore on line, la transnazionalità della giurisdizione e la tutela della privacy. Si è partiti da informazioni base per arrivare all'analisi della normativa che si è tenuti a conoscere nel momento in cui si allestisce un sito aziendale: come la legge sulle comunicazioni commerciali, sul con-

tratto telematico, sulla tutela del consumatore e quella sulla privacy.

Nella seconda parte, invece, si è analizzato il termine di accessibilità e la sua applicazione in campo informatico. Il 24,2% di potenziali utenti non utilizza la rete per eccessiva complessità; i disabili che la utilizzano sono circa il 5% (dati Istat). Nel nostro paese sono stati fatti diversi tentativi di promozione dell'accessibilità prima di arrivare alla pubblicazione della legge Stanca avvenuta lo scorso anno dopo un iter molto rallentato. Nel 2005 sono stati anche approvati ufficialmente i 22 requisiti tecnici della legge che stabiliscono i punti che dovranno essere tassativamente rispettati.

A.L.



Promo.Ter
ENTE PER LA PROMOZIONE E LO SVILUPPO
DI COMMERCIO, TURISMO E SERVIZI



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 SU...**

CLUB DELLA SICUREZZA

<p>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>	<p>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>	<p>DIVISIONE PRIVACY (Trattamento dati D.Lgs. 196/03) Tel. 02-76.02.80.42/15 club.privacy@unione.milano.it</p>
--	---	---

CLUB SERVIZI INNOVATIVI

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

 **CLUB della SICUREZZA: Via Serbelloni, 7 - 20122 Milano - Fax 02-76.01.76.77**

Unioneinforma

luglio/agosto 2006



Import-export A settembre con Aice missione in Turchia



Veduta di Istanbul, destinazione della missione commerciale Aice-Promos

Aice e Promos (Azienda speciale della Camera di commercio di Milano) in collaborazione con il Ministero delle attività produttive-Punto di contatto nazionale, organizzano dal 10 al 12 settembre una missione imprenditoriale a Istanbul, in Turchia, con l'obiettivo di creare incontri d'affari personalizzati con controparti locali e diffondere una nuova cultura di impresa

legata alle linee Ocse. La missione è aperta alle aziende di tutti i settori merceologici, sia in import che in export.

La Turchia si dimostra un mercato sempre più interessante che offre ottime opportunità sia commerciali che produttive. L'economia turca ha registrato nel 2005 una crescita del Pil di circa il 5% e un incremento dell'export del 15,8% (con un aumento della produzione

Incontri d'affari a Istanbul dal 10 al 12. Iniziativa realizzata con Promos (Azienda speciale della Camera di commercio milanese) in collaborazione con il Ministero delle attività produttive - Punto di contatto nazionale

industriale del 5,5%).

L'economia turca, inoltre, ha un alto grado di apertura al commercio internazionale: la Turchia ha infatti un sistema produttivo trai-

nato dall'export di prodotti finiti in settori tradizionali e quindi richiede in import beni di investimento e beni intermedi.

Per informazioni e adesioni contattare la segreteria di Aice (tel. 027750320/321).

Convegno Aice con la Camera arbitrale

Commercio internazionale C'è l'arbitrato per risolvere le controversie

Sì è svolto in Unione il seminario "La risoluzione delle controversie nel commercio internazionale e il ricorso alla clausola arbitrale" promosso da Aice, l'Associazione italiana commercio estero, in collaborazione con la Camera arbitrale nazionale e internazionale della Camera di commercio milanese. Analizzati i diversi tipi di rapporti contrattuali: il contratto di compravendita, il contratto internazionale di distribuzione, il contratto internazionale di



agenzia, il contratto di joint venture e il contratto di franchising. I mezzi attraverso i quali la Camera arbitrale raggiunge i suoi obiettivi sono: l'arbitrato, la conciliazione e la risoluzione telematica. L'arbitrato è lo strumento più efficace nel campo del commercio internazionale perché è neutro (gli arbitri hanno diversa nazionalità assicurando maggiore imparzialità), rapido, riservato,

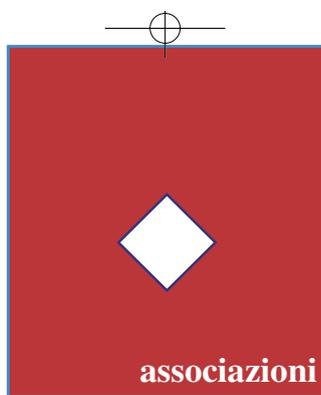
con costi moderati, flessibile (le parti possono scegliere la sede dell'arbitrato e il diritto applicabile) e con il lodo - sentenza pronunciata dal collegio arbitrale - riconoscibile. Per rispondere maggiormente alle esigenze degli operatori economici sono stati sviluppati progetti specifici rivolti alle aree geografiche ritenute strategiche dal punto di vista internazionale e/o prioritarie dal punto di vista economico. In questo contesto si inseriscono i paesi del bacino del Mediterraneo (Autorità nazionale palestinese, Algeria, Egitto, Giordania, Israele, Libano, Marocco, Siria, Tunisia e Turchia); nei confronti degli imprenditori che operano in tale area vengono offerti strumenti di tipo informativo e finanziario.

A.L.

Unioneinforma

luglio/agosto 2006





Rifiuti apparecchiature elettrico-elettroniche

Rae: convenzione di Anco con il consorzio Certo

Il decreto legislativo 151 del 25 luglio 2005 sui Rae - rifiuti da apparecchiature elettriche ed elettroniche - e la sua prossima entrata in vigore, a meno di proroghe, hanno rivoluzionato il settore dei rifiuti, in particolar modo quelli elettrici ed elettronici (vedi anche *Unioneinforma* di aprile a pagina 8 n.d.r.). Il primo fattore di rilievo - evi-

gestori Rae) - è costituito dalla necessità di consorziarsi. Questo aspetto - afferma Anco - riveste particolare importanza, poiché nel prossimo futuro esisteranno, in relazione ai Rae, quasi esclusivamente committenti produttori, consorziati in categorie omogenee che vorranno

globali sull'intero territorio nazionale ed economicamente vantaggiose. Il decreto sui Rae impone la gestione di aspetti di politica settoriale molto importanti per raggiungere obiettivi, correlati al business, ma

comunque inscindibili da iniziative tipicamente attuate da associazioni di categoria. E' perciò nata la convenzione Consorzio Certo-Anco Settore Rae (vedi box). Certo, spiega Anco, è un Consorzio



Ernesto Besozzi,
presidente Anco

Dal 1° giugno al 31 dicembre di quest'anno i soci Anco (secondo le modalità indicate nella convenzione e in considerazione di quanto previsto nel regolamento interno consortile), a loro volta aderiscono al Consorzio Certo, con l'obbligo di ottenere la qualificazione Eco&Tech (obbligatoria per consorziarsi) entro il 31 dicembre. Dopo la fine del 2006, e per gli anni che seguiranno, la convenzione resterà valida per ogni socio per il tempo limite di un anno solare e non potrà essere ripetuta. Il mancato conseguimento della qualificazione Eco&Tech, se non giustificato, comporterà la non ammissione del socio Anco al Consorzio Certo e quindi la decadenza della convenzione per il socio. Al primo gennaio 2007 chi è consorziato a Certo è anche iscritto al settore Rae di Anco e viceversa. Sino all'avvenuta qualificazione, il socio Anco verserà 500 euro + Iva. Importo così ripartito: 300 euro (+ Iva) quale quota per aver effettuato e superato il pre-test di qualificazione; 200 euro (+ Iva) quale contributo d'esercizio per l'anno in corso. Nel caso di esito negativo della procedura di qualificazione,

gli importi non saranno rimborsati. Il fondo consortile ed il saldo per la qualificazione devono essere versati da ciascun socio Anco contestualmente all'avvenuta qualificazione (formalizzata dal relativo verbale), entro il 31 dicembre del relativo anno di esercizio, inizialmente a partire da quello corrente 2006. La quota di esercizio annuale dovrà essere versata a partire dall'esercizio successivo e, in ogni caso, non oltre il 31 gennaio. Il socio Anco potrà interagire con il Consorzio Certo non prima di aver effettuato, e superato, il pre-test di qualificazione. Per bilanciare i due mondi e uniformare i rispettivi interessi, un referente del Consorzio Certo farà parte del Comitato di settore Rae di Anco e un delegato di Anco farà parte del cd di Certo.

operativo di gestori Rae qualificati. Gli interessi di categoria saranno gestiti dalla parte associativa (Anco), mentre quelli operativi dalla parte consortile: il tutto, in modo integrato. Ovviamente - precisa Anco - non è da escludere l'eventuale possibilità, fortemente caldeg-

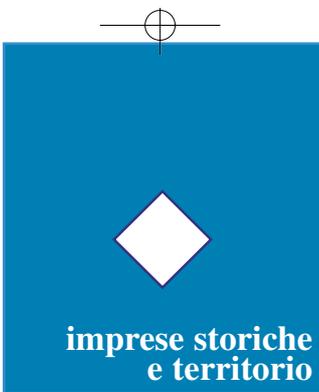
giata dagli operatori, di cooperare con altre omogenee organizzazioni della categoria, integrando rispettivi interessi e competenze.

denza Anco (l'associazione di categoria, in ambito Confcommercio, il cui settore associativo denominato Rae, tutela gli interessi dei

negoziare i costi delle attività di filiera e l'esecuzione delle stesse solo con entità (gestori fine vita) che offrano loro soluzioni operative

Unioneinforma

luglio/agosto 2006



imprese storiche e territorio

Cusano Milanino: 50 anni per la tabaccheria-ricevitoria "Martino"

Cinquant'anni di attività per la tabaccheria-ricevitoria "Martino" a Cusano Milanino (viale della Cooperazione): lo segnala l'**Associazione commercianti territoriale di Desio**. Inizialmente bar ristorante, l'azienda di Martino e Carla Origgi si trasforma nei primi anni '60 in una tabaccheria-ricevitoria totocalcio (a cui si aggiunge il reparto cartoleria giocattoli). Nei primi anni Settanta Martino Origgi - attivo anche come consigliere di Fit (Federazione italiana tabaccai) - è "l'ingegnere-

tabaccaio" perché è uno dei precursori dello sviluppo dei sistemi al totocalcio con il computer. Martino Origgi viene nominato Cavaliere della Repubblica nel 1991 e tre anni dopo i coniugi Origgi passano la mano al figlio Claudio (che già all'epoca degli studi collaborava a tempo pieno nell'attività di famiglia contribuendo al rinnovamento del locale). In seguito l'azienda assume la nuova ragione sociale "Martino 2000". Martino Origgi è venuto a mancare nel giu-



ugno del 2001: la moglie Carla continua ad aiutare il figlio nell'attività che oggi dà lavoro a 13 dipendenti.



"dall'enologo" a Gussano La storia dei Consonni comincia 101 anni fa

Consonni senior che amplia l'attività e nel 1929 avvia la costruzione dell'attuale e, in seguito ampliata, sede con annesso cantine. Si prosegue con Enrico che, frequentata la Scuola enologica di Alba, nel 1977 apre un punto vendita con l'obiettivo di un'enoteca di qualità: ed è la moglie Gianna a dare un grande impulso a quest'attività che ora prosegue con Giovanni

Consonni junior. Da più di vent'anni il lavoro si è ampliato con l'ideazione e la creazione di confezioni regalo (per i regali aziendali e d'affari) e ogni primo sabato del mese c'è UVAM, "Un Vino AL Mese": dalle 17 alle 19.30 viene proposta una degustazione gratuita di vini. Ci sono, poi, le cene itineranti dell'iniziativa "Cibus et potio" con l'abbinamento vino-cibi.

A Gussano, in piena Brianza, si trova l'enoteca "dall'enologo" che nel giugno dello scorso anno ha ottenuto l'Oscar del vino. "dall'enologo" della famiglia Consonni - lo segnala l'**Associazione commercianti territoriale di Seregno** - è un esercizio che trae le sue origini più di 100 anni fa. E', infatti, il 1905 quando Battista Consonni comincia a distribuire il vino in Brianza (ci sono ancora botti centenarie con la sigla CB). E' poi Giovanni

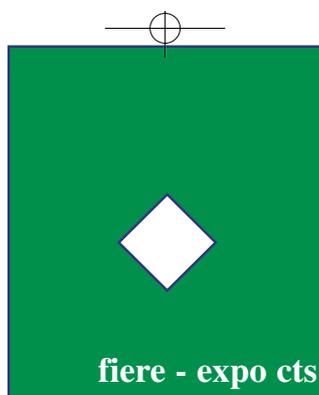
Segnaliamo che ...

PELE' FOTOGRAFATO NEL NEGOZIO ORA SAINT GREGORY - Riceviamo da Saint Gregory srl una precisazione inerente alla fotografia pubblicata su UnioneInforma di maggio nella seconda pagina dell'inserto centrale "Il commercio 'racconta' Milano" dedicato in quel numero all'esercizio "Al Bottegone" di Pero. La fotografia di Francesco Brignoli con il calciatore Pelé "è stata scattata - segnala Carlo Barosi - nel negozio dei signori Barosi (ora Saint Gregory Srl)".



Unioneinforma

luglio/agosto 2006



Con MilanoVendeModa (22-25 settembre) "46...PluSize" primo Salone delle taglie "comode"

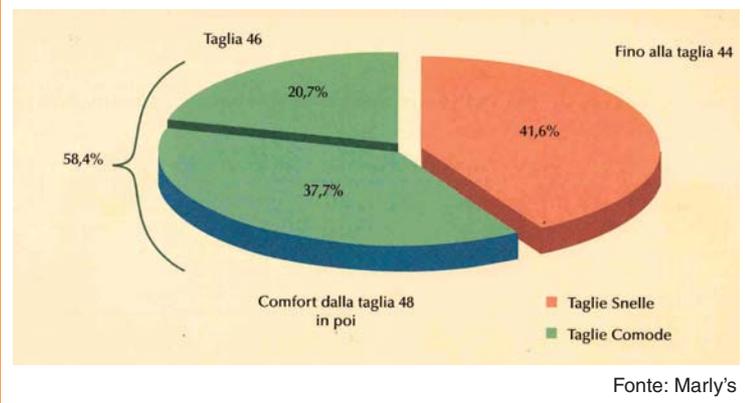
Un'interessante novità con MilanoVendeModa, la rassegna - organizzata da EXPOcts - dedicata al prêt-à-porter femminile e in programma dal 22 al 25 settembre nei padiglioni di Fieramilanocity (vedi *UnioneInforma* di aprile a pagina 22): il salone "46...52 PluSize". Torna, dopo una prima edizione test, questo momento espositivo specializzato sulla taglia comode. 46...52 PluSize si svolge nel padiglione 13, in concomitanza per l'appunto con MilanoVendeModa, ed è realizzato in collaborazione con lo Studio Casile & Casile. Verranno presentate non solo le collezioni "taglie comode" di moda elegante e sportiva, ma anche la maglieria, l'intimo, i costumi da bagno e gli abiti delle grandi occasioni. "46...52 PluSize" - spiega Adalberto Corsi, presidente di EXPOcts - costituisce un giusto arricchimento delle nostre pro-

poste". "Francesco Casile - aggiunge Carlo Bassi, ad di EXPOcts - ha avuto la grande capacità di dare la giusta risposta a una domanda che sta diventando sempre più pressante. Noi abbiamo fornito tutto il know how per

Italia il 58,4% delle consumatrici veste una taglia sopra la 46. "46...52 PluSize" ospiterà 80 aziende di fascia medio-alta e vi saranno appuntamenti informativi ed eventi. Verranno organizzati in particolare workshop di adde-

Il mercato "over 46"

Ripartizione della popolazione femminile
(per conformazione morfologica)



far crescere la manifestazione e dare corpo a questo promettente business". In

strumento per il personale dei punti vendita.

informa
Unione

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

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

DIRETTORE RESPONSABILE
Gianroberto Costa

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

REDAZIONE
Federico Sozzani
corso Venezia 47/49
20121 Milano

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

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

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

Unioneinforma
luglio/agosto 2006



A Fieramilano Rho-Pero dal 5 all'8 maggio 2007

Tutto quanto fa musica La "new entry" di Meet



Meat Milano, la nuova rassegna di EXPOcts, si svolgerà dal 5 all'8 maggio 2007, nei padiglioni di Fieramilano a Rho-Pero. Music and entertainment technology: questo è il nome completo della manifestazione che gioca sull'assonanza con il termine inglese "meet" (incontro). La rassegna abbraccerà un settore, quello della musica, comprendente varie realtà: produttori di strumenti musicali e attrezzature per lo spettacolo, case discografiche, sviluppatori di software ad hoc e manager discografici. Accanto ai nuovi modi di fruire il prodotto-musica, dove computer e cellulari la fanno da padrone, non mancheranno i comparti più classici ai quali sarà dedicata molta attenzione. La fiera sarà suddivisa in

tre grandi aree: strumenti musicali classici, attrezzature per intrattenimento e accessori più tecnologici. Si sta inoltre studiando una serie di incontri dedicati ai giovani, come il raduno di quanti hanno messo in piedi una radio su internet o concorsi per chi produce melodie per cellulari. E anche spazi dove chiunque possa provare gli strumenti e le ultime tecnologie per produrre musica. Gli organizzatori di Meet si aspettano circa 40 mila visitatori professionali e una forte presenza straniera, pari a circa un terzo. Quanto agli espositori, si pensa di superare

manifestazione che riunisce tutte le figure di questo settore in continua



espansione: in Italia, nel 2005, sono stati scaricati da Internet 14 milioni di brani digitali e il solo comparto degli strumenti musicali ha un giro d'affari di 350 milioni all'anno, mentre le attrezzature per lo spettacolo ne fatturano circa 400. In entrambi i casi il 50% della produzione confluisce all'estero dove il made in Italy è molto apprezzato.

A.L.

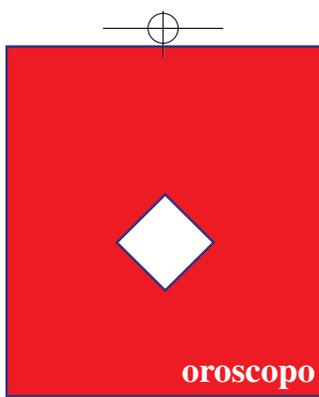


i 350, distribuiti su 15 mila metri quadrati di superficie netta espositiva.

"Un grande evento - dice Adalberto Corsi, presidente EXPOcts (e vicepresidente vicario Unione) - con un forte impatto culturale che va incontro ai nuovi modi di vivere la creatività". Una

Unioneinforma
luglio/agosto 2006





Fino al 10 settembre

 **Cancro**

 **Gemelli**



ARIETE - (21/3 - 20/4)
Prima decade: Venere è un po' scontroso: se volete partire per divertirvi conviene rimandare le vacanze a metà agosto, periodo brillante e pieno di energie positive.
Seconda decade: periodo noioso a fine luglio. Siete insofferenti aspettando le vacanze: da Ferragosto, invece, si prospettano giornate piacevoli ed anche costruttive grazie al trigono di Saturno.
Terza decade: in questo periodo Marte in trigono vi regala energia e rapporti armoniosi con il prossimo. Qualche disturbo solo da Mercurio. Fine agosto è il momento migliore per vacanze piacevoli e rilassanti.



TORO - (21/4 - 20/5)
Prima decade: da fine luglio, insieme a Venere, Marte vi sostiene. Avrete giornate finalmente riposanti. Approfittatene per le vacanze. Più noiose, invece, i giorni intorno a Ferragosto.
Seconda decade: bellissimi Venere e Marte all'inizio di agosto. Si preannunciano vacanze divertenti. Giove e Saturno contrari non disturberanno questo momento di relax.
Terza decade: Marte vi rende insofferenti e litigiosi, ma all'inizio di agosto la situazione si rischiarà. Buona l'energia a fine agosto per la ripresa del lavoro.



GEMELLI - (21/5 - 21/6)
Prima decade: Marte di traverso a fine luglio e inizio agosto vi rende nervosi. In attesa di partire per le vacanze, cercate di mantenere la calma e non mettete troppa carne al fuoco.
Seconda decade: Urano continua la sua azione "destabilizzante" e Marte, a Ferragosto, rende tutto particolarmente irrequieto e impulsivo. Non aspettate che la situazione diventi intollerabile per cambiarla.
Terza decade: molto meglio ora se volete partire per una vacanza divertente. La seconda metà di agosto sarà invece più stancante e tesa.



CANCRO - (22/6 - 22/7)
Prima decade: bellissima la fine di luglio per regalarvi una vacanza "super". Il periodo si prospetta favorevole, buoni l'energia psicofisica e l'umore.
Seconda decade: è un momento carico di novità e di trasformazioni proprie. Ottime le energie, facilitati i rapporti con il prossimo. Vacanze rilassanti.
Terza decade: Venere sul Sole a inizio agosto promette un periodo carico di energie positive e di buoni rapporti. Creatività e vita sociale intense.



LEONE - (23/7 - 22/8)
Prima decade: va meglio finalmente per la vostra decade. Da Ferragosto, con Venere e Mercurio sul Sole, avrete giornate allegre e piacevoli.
Seconda decade: Saturno sul Sole e Giove contrario mantengono il periodo sempre problematico e carico di responsabilità. Rimandate le vacanze a fine agosto.
Terza decade: da fine luglio la situazione appare più rilassata e a fine agosto, con Venere e Mercurio sul Sole, vi sentirete de-

cisamente meglio. Cercate di recuperare le energie per l'autunno.



VERGINE - (23/8 - 22/9)
Prima decade: Marte sul Sole a fine luglio rende il periodo elettrizzante. Cercate di sfogare l'energia in eccesso con qualche sport poco impegnativo.
Seconda decade: Urano in opposizione con Marte sul Sole regaleranno un Ferragosto "infuocato". Evitate le persone litigiose. Giove, comunque, vi aiuta ad essere concilianti.
Terza decade: Venere e Mercurio sul Sole a fine luglio e inizio agosto promettono giornate divertenti e rilassanti. A fine agosto, con Marte sul Sole, la ripresa lavorativa sarà invece piuttosto agitata.



BILANCIA - (23/9 - 22/10)
Prima decade: per viaggi e divertimenti sembra più promettente la seconda parte di agosto. Prima prevale la noiosa "routine".
Seconda decade: Venere e Mercurio vi sostengono, insieme a Saturno, nella seconda metà di agosto. Saranno giorni sereni ed equilibrati: favoriti i rapporti solidi e costruttivi.
Terza decade: Mercurio e Venere di traverso - a fine luglio e inizio agosto - denotano un periodo poco brillante. Molto meglio la seconda parte di agosto, più divertente e stimolante.



SCORPIONE - (23/10 - 21/11)
Prima decade: Marte e Venere propizi da fine luglio garantiscono una fase gioiosa, di grande ripresa, dopo questi mesi difficili a causa del transito di

Saturno. Godeteviela.
Seconda decade: Marte e Venere a inizio agosto sono favorevoli e insieme a Giove e ad Urano vi aiutano a sopportare Saturno (che mette un po' il bastone tra le ruote).
Terza decade: molto positiva la prima decade di agosto con Venere in trigono al vostro Sole, poi Marte vi regala energia e buonumore per combattere la noia del ritorno in città.



SAGITTARIO - (22/11 - 20/12)
Prima decade: Marte a fine luglio vi disturba un po' rendendovi insofferenti e nervosi, ma Mercurio e Venere da metà agosto renderanno allegre e spensierate le vostre giornate.
Seconda decade: Marte da agosto rafforza Urano: sarete nervosi e intrattabili. Avete bisogno di rinnovare le vostre abitudini. Fatelo in modo equilibrato.
Terza decade: sino a fine luglio Marte vi regala energia per arrivare alle vacanze in forma. A fine agosto vi renderà invece la vita molto indaffarata, ma Venere trigono vi avrà ripagato con vacanze divertenti.



CAPRICORNO - (21/12 - 19/1)
Prima decade: il trigono di Marte da fine luglio porta energia, buonumore e voglia di fare. Vi aiuta anche ad evitare di cedere alla pigrizia e alla noia degli ultimi giorni in città.
Seconda decade: Venere in opposizione nella prima settimana di agosto vi rende indisciplinati. Avete voglia di svago: e con Marte e Giove favorevoli, da metà agosto tutto migliora.
Terza decade: Venere in opposizione fino a Ferragosto renderà le giornate noiose e pigre. Dopo, Marte vi compenserà apportando vigore fisico e psicologico per rientrare "alla grande".



ACQUARIO - (20/1 - 19/2)
Prima decade: finalmente un po' di respiro. I pianeti difficili si sono allontanati dal vostro Sole e un po' per volta recupererete le forze. Ferragosto non è molto brillante con Venere e Mercurio opposti.
Seconda decade: Giove e Saturno vi ostacolano e rendono le situazioni difficili. Con Nettuno sul Sole, poi, sarete spesso confusi e ipersensibili. Evitate di scoraggiarvi.
Terza decade: Marte non vi aiuta. Arriverete alle vacanze stressati. Cercate di riposarvi, pazienza se vi annoierete un po'. Dovete risparmiare le energie per l'autunno.



PESCI - (20/2 - 20/3)
Prima decade: bellissima trigono di Venere a fine luglio, peccato per l'opposizione di Marte. Potrebbero esserci contrattamenti durante i viaggi.
Seconda decade: Giove vi sostiene in questi mesi estivi permettendo di esprimere la vostra personalità in nuovi progetti. Marte ad agosto vi rende molto nervosi.
Terza decade: Venere e Mercurio positivi fino a ferragosto promettono vacanze divertenti ed allegre. Da fine agosto Marte contrario vi renderà insofferenti al ritorno in città.

Il cielo del mese



Il 15 di luglio il **Sole** è nella costellazione del Cancro, entra nel Leone il 23 luglio.



La **Luna** è favorevole per Toro e Vergine. Chi ha la Luna nel Capricorno ha molto a cuore la propria situazione sociale, ama vivere fuori casa e frequentare persone che consentono un miglioramento del proprio status. E' una persona concreta, con interessi pratici, molto razionali e poco emotivi.

Il 15 di agosto il Sole sorge alle 6.16 e tramonta alle 20.17, è nella costellazione del Leone, entra in quella della Vergine il 24 agosto. La Luna è piena il 9 agosto alle ore 12.56 a 16° dell'Acquario. E' favorevole per Bilancia e Gemelli. Chi ha la Luna nell'Acquario, ha un carattere ribelle e anticonvenzionale con umore ed emotività instabili. E' bisogno di novità, ha una personalità indipendente ed è insofferente a legami familiari e sentimentali troppo stretti.



Urano è il pianeta dei cambiamenti. Nel settore dove si trova nell'Oroscopo denota il campo in cui bisogna accettare trasformazioni e sorprese. I transiti di Urano sfidano le rigide strutture che gli individui tendono a costruirsi intorno.

(A cura di E.T.)

Unioneinforma
 luglio/agosto 2006