



informa Unione

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

L'iniziativa di Confcommercio Lombardia con la Regione
Il commercio a fianco di Malpensa

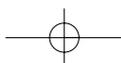


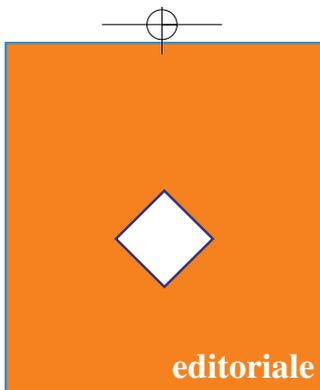
Turismo: Bit 2008 da primato

Expo 2015: con l'orologio in piazza San Babila
Milano attende il verdetto



In Unione la "Serata della sicurezza" con il capo della Squadra mobile milanese
Rapina in negozio: consigli su come "affrontarla"





editoriale



sommario

marzo 2008
n. 3 - anno 14

ATTUALITA' **3**
IL COMMERCIO A FIANCO
DI MALPENSA: L'INIZIATIVA
DI CONFCOMMERCIO
LOMBARDIA
CON IL PIRELLONE

ATTUALITA' **5**
PMI DEL COMMERCIO
LOMBARDO: APPROVATO
DALLA REGIONE
IL PIANO TRIENNALE
DI QUALIFICAZIONE
E SVILUPPO

FIERE EXPO CTS **8**
BIT 2008: NUMERI
DA PRIMATO

Unioneinforma è stato ultimato
il 4 marzo

**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**

Una giustizia veloce aiuta imprese e cittadini

Idati della recente ricerca condotta dalla Camera Arbitrale della Camera di commercio di Milano - che ha portato alla stesura del "Primo rapporto sulla diffusione della giustizia alternativa in Italia" - sono, a mio parere, molto interessanti.

Emerge, infatti, una grande vitalità del settore. Basti pensare che le camere di commercio oggi gestiscono 16.000 domande di giustizia alternativa all'anno.

Una vitalità che va letta come un ulteriore segnale del bisogno di cittadini e imprese, che chiedono una giustizia che sappia essere veloce, come veloci sono i loro scambi, le loro relazioni.

Una necessità che oggi la giustizia civile fatica a soddisfare, persa nell'eccessiva durata dei procedimenti, che porta con sé un'idea di incertezza del diritto.

Un'incertezza che non è mai salutare per la nostra economia. Penso alle aziende che hanno voglia di crescere, ma che temono di non veder rispettate le regole necessarie ad una competizione che sia giusta, nella quale trasformare in profitti i propri investimenti.

Arbitrato e conciliazione sono due strumenti sempre più diffusi sul nostro territorio perché in grado di raccogliere dal basso e regolare i rapporti nel mercato, a beneficio delle imprese così come dei consumatori.

Far funzionare questi strumenti chiede capacità di ascolto del mercato, e quindi vicinanza alle imprese e ai cittadini, ma chiede anche uno sguardo verso l'alto. Serve, da parte del legislatore, un nuovo impegno nel definire leggi e procedure che ci aiutino ad offrire una giustizia alternativa che sia più economica e rapida.

E serve, poi, una rete di competenze e di presidio territoriale che rafforzi la giustizia alternativa e sia a disposizione del mercato. Mi piace, a questo proposito, citare l'esperienza già avviata del 'Progetto Conciliamo', un progetto di collaborazione piena, promozionale, culturale e operativa, tra Corte d'Appello, Camera Arbitrale e ordini professionali.

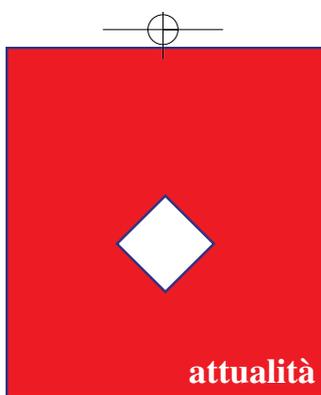


CARLO SANGALLI

Presidente dell'Unione di Milano

Unioneinforma
marzo 2008





Manifesti sulle vetrine e "stop" simbolici

Il commercio a fianco di Malpensa

Un segno di testimonianza e partecipazione, negli esercizi commerciali, con la locandina-manifesto "Per l'Italia. Sì a Malpensa, facciamo volare la Lombardia". E l'invito a sospendere simbolicamente le attività per qualche minuto. Si è svolta venerdì 29 febbraio - a Milano (dal centro città verso ovest, in direzione dell'aeroporto) a Varese e provincia, a Rho, Legnano, ma anche a Monza, Vimercate, Desio, Bollate, Seregno, Sesto San Giovanni, Seveso, Gorgonzola, Binasco e Melegnano - l'iniziativa promossa da Confcommercio Lombardia per manifestare l'appoggio del terziario lombardo all'impegno della Regione in difesa dell'hub di Malpensa. E il bilancio è positivo. In provincia di Varese vi è stata una buona adesione nell'area di Malpensa. L'80% degli esercizi commerciali ha affisso sulle vetrine i manifesti. La partecipazione è stata maggiormente sentita nelle località vicine all'hub, ma non è mancata anche in centri più distanti come a Luino: "siamo



L'iniziativa promossa il 29 febbraio da Confcommercio Lombardia (a Milano e hinterland, Varese, asse del Sempione) per manifestare l'appoggio all'impegno della Regione in difesa dell'hub

soddisfatti - ha dichiarato Giorgio Angelucci, presidente dell'Uniascom di Varese - della partecipazione del mondo del commercio a quest'iniziativa". Buon riscontro anche a Milano con, ad esempio, luci spente a mezzogiorno nei negozi e locali della Galleria Vittorio Emanuele e manifesti sulle vetrine (grazie al forte impegno dell'Associazione Salotto di Milano). Saracinesche simbolicamente abbassate - per iniziativa di Asopec - in diversi negozi di corso Garibaldi. Buona visibilità delle locandine

su Malpensa anche a Brera, in corso Venezia, ed a sud ovest della città (piazza De Angeli, via Sanzio, via Ravizza). Bene anche in via Dante. Ottima l'adesione nei centri della provincia, in particolare sull'asse del Sempione. "Almeno il 70% degli esercizi commerciali nelle aree coinvolte ha affisso le locandine per Malpensa" ha stimato Giorgio Montingelli, consigliere delegato al territorio dell'Unione di Milano.



La lettera di Sangalli e Formigoni

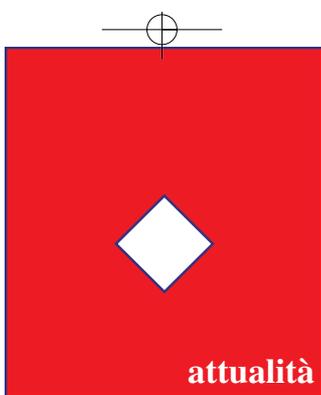
In una lettera a firma congiunta del Governatore Roberto Formigoni e di Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio Lombardia (diffusa, con la locandina, a tutti gli operatori e scaricabile - unitamente alla locandina stessa - dai siti internet di Confcommercio Lombardia www.unionelombardia.it e dell'Unione del Commercio di Milano www.unionemilano.it) si è sottolineato come l'hub di Malpensa - "la nostra porta sul mondo" - costituisca un'infrastruttura vitale per l'intero sistema economico italiano.

"Cancellare le rotte intercontinentali e rinunciare a 8 milioni di passeggeri -

hanno scritto Formigoni e Sangalli - vuol dire non solo soffocare Malpensa, ma minare l'economia italiana alle sue fondamenta". Nella lettera è stato sottolineato il costo altissimo, per il territorio, con il ridimensionamento di Malpensa (da dove passa il 70% dei voli business): 10 miliardi di euro e 9.000 posti di lavoro. Per il solo indotto diretto turistico si stima, per la Lombardia - il cui prodotto interno lordo è pari al 24% del Pil nazionale - una perdita di 900 milioni di euro. "Malpensa - hanno ancora scritto Formigoni e Sangalli - deve continuare ad essere la forza propulsiva del nostro Paese".

Unioneinforma

marzo 2008



Recepite le richieste di Confcommercio Lombardia

Pmi del commercio lombardo Approvato dalla Regione il programma triennale di qualificazione e sviluppo



Franco Nicoli Cristiani,
assessore regionale
al Commercio

Piena soddisfazione di Confcommercio Lombardia dopo l'approvazione, da parte del Consiglio regionale lombardo, del programma triennale 2008-2010 di interventi per la qualificazione e lo sviluppo delle piccole e medie imprese commerciali lombarde. Il provvedimento prevede uno stanziamento per il 2008, con sei linee d'azione, di almeno 20 milioni di euro.

"All'assessore regionale al Commercio Franco Nicoli Cristiani e al presidente della Commissione Attività produttive Carlo Saffioti - ha

affermato Renato Borghi, vicepresidente vicario di Confcommercio Lombardia - il merito di aver condiviso le nostre

proposte che sono state recepite nel provvedimento regionale:

dagli aiuti alle imprese per l'acquisto di veicoli a basso impatto ambientale, agli interventi a supporto del

credito e degli organismi fidi, alle risorse per lo sviluppo dell'innovazione nella

sicurezza anticrimine e nella riduzione del digital divide, all'istituzione di un fondo destinato a ridurre i disagi economici arrecati ai negozi di vicinato dall'apertura dei cantieri".

"Sono strumenti ed opportunità in più che le piccole e medie imprese distributive lombarde avranno presto a disposizione - ha con-

cluso Borghi - per poter meglio affrontare le difficoltà ambientali e di mercato".

"Fin da ora - ha sottolineato l'assessore regionale al Commercio Franco

Nicoli Cristiani - abbiamo a disposizione 40 milioni di euro destinati a valorizzare la qualificazione e l'innovazione delle imprese esistenti e la promozione di nuova imprenditoria. Contiamo di mobilitare investimenti per oltre 200 milioni di euro".

"Questo programma - ha aggiunto Nicoli Cristiani - è il risultato di un proficuo confronto svolto con le associazioni di categoria del commercio che hanno condiviso i temi di sviluppo e le modalità operative individuate nel Piano: il dialogo aperto e il confronto con

il mondo delle imprese è e resta il nostro principale metodo di lavoro".

Priorità, informa la Regione, verrà data sia in termini finanziari che progettuali ai nuovi distretti del commercio intesi come progetti territoriali di medio-lungo periodo promossi

dalla comunità locale delle imprese con il coinvolgimento anche del settore pubblico.

Particolare attenzione sarà riservata alla loro capacità di integrazione (artigianato, servizi, tur-

simo) in modo da favorire la competitività dell'area sul piano commerciale. Prevista inoltre la valorizzazione del capitale umano con iniziative di tutoraggio e supporto rivolte ai neoimprenditori, di aggiornamento professionale per settori specifici caratterizzati da complessità o in corso di trasformazione, di formazione su tematiche specifiche (come la sicurezza, l'e-commerce, la gestione finanziaria delle imprese). Tutte

azioni che si realizzeranno d'intesa con le componenti sindacali.

**aiuti alle imprese
per l'acquisto
di veicoli a basso
impatto ambientale**



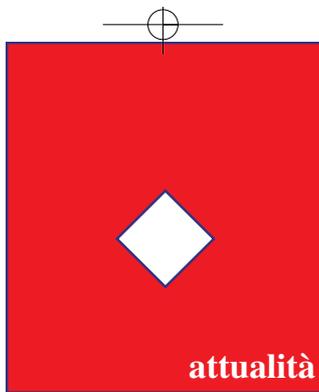
**interventi a sostegno
del credito
e degli organismi fidi**

**istituzione
di un fondo
destinato a ridurre
i disagi economici
arrecati ai negozi
di vicinato
dall'apertura
di cantieri**

**risorse
per l'innovazione
nella sicurezza
anticrimine
e nella riduzione
del digital divide**



**Carlo Saffioti, presidente
della Commissione regionale
Attività produttive**



Un orologio elettronico (realizzato da Frank Muller orologi: 350 chili per 5 metri di altezza) in piazza San Babila che segna il tempo mancante all'assegnazione dell'Expo 2015 in attesa del 31 marzo quando, a Parigi, verrà deciso a chi, tra Milano e Smirne, sarà assegnata l'esposizione universale. Ad attivarlo il presidente dell'Unione Carlo Sangalli. Unione che, con Associazione Milano Bella da Vivere, Ascobaires, Associazioni di via di Milano, partecipa al Comitato Grazie Milano Expo 2015 a cui hanno aderito anche altre realtà come l'Unione artigiani. "Tutti, imprese e istituzioni, si stanno impegnando a fondo e

A Milano in piazza San Babila

Expo 2015: un orologio segna il tempo dal verdetto

con convinzione per sostenere la candidatura di Milano all'Expo 2015 che - ha commentato Sangalli - rappresenta una grande occasione per l'economia diffusa". L'orologio è la prima tappa di una serie di appuntamenti che coinvolgono Milano. "Il 31 marzo - han-

Il 6 aprile (comunque vada l'esito della votazione di fine mese a Parigi per decidere se sarà Milano o Smirne la città alla quale verrà assegnata l'esposizione universale) il Comitato Grazie Milano Expo 2015 organizza una festa di ringraziamento in corso Buenos Aires

no affermato Laura Girard e Giorgio Montingelli (consigliere delegato Unione al territorio), portavoce del Comitato Grazie Milano Expo - è previsto un 'live' Milano-Parigi dedicato alla "ge-

nerazione 2015". Bambini e ragazzi delle scuole milanesi davanti ad un maxischermo in piazza Argentina, assisteranno in diretta all'ultima presentazione della candidatura di Milano che avrà luogo al Palais de Congrès nella capitale francese. E il 6 aprile, comunque vada l'esito della votazione, il Comitato sta organizzando una festa di ringraziamento in corso Buenos Aires, dedicata a persone, associazioni, istituzioni, che si sono impegnate per la candidatura di Milano.



SEGNALIAMO CHE...

Su YouTube la mostra in Unione "Lontane Americhe". Su YouTube un video (realizzato da un visitatore, Gianni Di Pasquale - per vederlo digitare sullo spazio della ricerca "lontaneameriche") sulla mostra "Lontane Americhe" organizzata dalla Fondazione "I Sud del Mondo". Mostra, con interessanti reperti originali, sul fenomeno dell'emigrazione nel Nuovo Mondo che resta in Unione fino al 21 marzo.

Partenza il 7 marzo con l'Offerta risparmio Pasqua dei mercati comunali coperti e superspacci milanesi e, successivamente, - in collaborazione con il Comune, la Camera di commercio e Sogemi - lo sviluppo, da parte di Unione e delle associazioni di settore, di varie iniziative sul tema prezzi con l'obiettivo di indirizzare il consumatore verso acquisti di prodotti ugualmente di qualità, ma dove si può risparmiare di più. In una conferenza stampa a Palazzo Marino del sindaco Letizia Moratti è stato annunciato questo "pacchetto" (in preparazione) che prevede offerte convenienza e un'azione informativa diretta ai consumatori. Si comincia con l'Offerta risparmio di Pasqua. Fino al 22 marzo in vendita 51 prodotti di beni alimentari e di largo con-

Milano punta alla spesa "intelligente"

Dall'Unione - con Camera di Commercio e Sogemi - collaborazione con il Comune per promuovere iniziative che possano andare incontro alle famiglie con i redditi più bassi

sumo scontati mediamente oltre il 27%. L'Offerta è realizzata dagli operatori di Assofood e il consorzio Comeric in collaborazione con l'Amministrazione comunale milanese. Allo studio anche una "Settimana della convenienza" dell'ortofrutta, iniziative di "Consumo intelligente" in macelleria e strumenti informativi come un bollettino mensile prezzi su internet e una Guida ai

consumi alimentari con l'obiettivo di indirizzare il consumatore negli acquisti alimentari più convenienti alle proprie esigenze e disponibilità economiche. La Guida riguarderà in particolare quegli alimenti che, a parità di capacità nutrizionale, sono economicamente più convenienti. Fornirà, inoltre, tutte le indicazioni su come preparare e conservare i prodotti e sul periodo nel quale acquistarli. Non mancheranno ricette che possano valorizzare i prodotti stessi.



Unioneinforma
marzo 2008

fiere - expo cts



La Borsa internazionale milanese si conferma punto di riferimento per il mercato del turismo

Bit 2008: numeri da record

Con numeri da record si è chiusa la 28.ma edizione di Bit, Borsa internazionale del turismo, manifestazione svolta al quartiere di Fieramilano a Rho-Però e promossa da Fiera Milano Expects (vedi *Unioneinforma di gennaio alle pagine 10, 11, 12 e 13 n.d.r.*).

Bit ha superato i risultati della scorsa edizione con 155.000 presenze complessive (+3% sul 2007). Di queste, 108.500 sono state di operatori professionali, 20.500 dei quali dall'estero. Una Bit sempre più internazionale, dunque, che ha visto la partecipazione di oltre 5.000 aziende

rappresentate da 152 Paesi, con molte novità quali Togo, Abu Dhabi, Nicaragua, Haiti, Belgio Turismo-Fiandre, Bielorussia, Butnan, Mali, Repubblica Democratica del Congo e il ritorno a Bit del Giappone e delle isole Bermuda. Grande successo anche nell'affluenza del pubblico con oltre 46.000 presenze (in crescita dell'11% rispetto al 2007).

"La crescita di Bit, costante di anno in anno - ha commentato Adalberto Corsi, presidente di Fiera Milano Expects (e vicepresidente vicario dell'Unione di Milano, partecipata al 49% nella spa Expects) - conferma la validità di una formula, quella multitarget, che coniuga in modo efficace i grandi numeri di una manifestazione con la focalizzazione sui diversi segmenti di mercato che Bit sa individuare e valorizzare con grande tempestività. I numeri di quest'anno mettono in evidenza soprattutto la crescita del ruolo internazionale di Bit, un punto di grande importanza nel contesto delle sfide che interesseranno nei prossimi anni il nostro Paese e soprattutto la Lombardia, prime fra tutte la candidatura di Milano all'Expo 2015 e la salvaguardia del ruolo di Malpensa". "I numeri di quest'anno - ha aggiunto Corrado Peraboni, amministratore delegato di



Unioneinforma
marzo 2008



Fiera Milano Expocts – rafforzano il ruolo di Bit come punto di riferimento indiscusso per tutto il sistema turismo. Il workshop BuyItaly ha stabilito nuovi record nell'incontro tra domanda e offerta del prodotto Italia e ottimi risultati



hanno fatto registrare anche BuyClub International, rivolto al mondo dei cral, e Certificbit, focalizzato sulle buone abitudini alimentari e le produzioni

Presenze a quota 155.000 (+3%): 108.500 operatori professionali (20.500 provenienti dall'estero). Oltre 5.000 aziende rappresentate da 152 Paesi

Adalberto Corsi, presidente di Fiera Milano Expocts e vicepresidente vicario Unione

enogastronomiche di qualità".

(Foto di Benedetta Borsani)





parliamo di...



*“Serata della sicurezza”
in Unione con il capo
della Squadra mobile milanese
Francesco Messina*

Commercianti “bancomat” dei criminali

Imprenditori con un problema comune: la sicurezza. Per discuterne l'Unione di Milano ha promosso un'apposita "Serata della sicurezza" (vedi

Unioneinforma di febbraio a pag. 7) con operatori - e i loro rappresentanti - di Figisc (gestori carburanti), Fit (tabaccai) e Aol (orafi) che si sono confrontati con il capo della Squadra mobile di Milano, Francesco Messina.



Francesco Messina

Obiettivo: dare agli associati consigli concreti per "conoscere le modalità da adottare nel corso di eventuale furto o rapina in negozio", ha riassunto nella sua introduzione Gianroberto Costa, segretario generale dell'Unione di Milano.

Se gioiellieri, tabaccai e benzinai sono sicuramente fra i più esposti al rischio di subire un atto criminoso - "siamo il bancomat dei malviventi" hanno in particolare ricordato Luca Squeri ed Emanuele Marinoni, presidenti di Figisc e dei

tabaccai - altre attività commerciali si sono aggiunte alla triste lista: i farmacisti, ma anche i negozi di abbigliamento e calzature. E il presidente Unione Carlo Sangalli, in una lettera firmata congiuntamente con il vicepresidente Renato Borghi (che è presidente di Ascomodamilano), ha manifestato al Questore di Milano Vincenzo Indolfi la preoccupazione del "progressivo acuirsi di furti e rapine" a danno delle varie attività commerciali e di come anche un settore come quello della moda, toccato fino a poco tempo fa marginalmente da episodi di criminalità, sia stato di recente col-

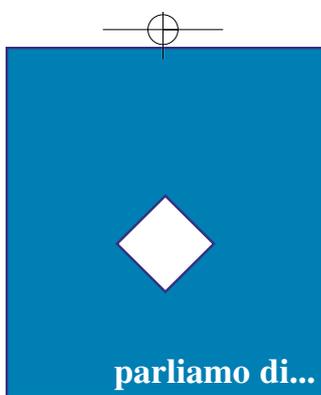
pito "con rapine ai danni di prestigiosi negozi di abbigliamento e calzature presenti nel centro di Milano".

Proprio a sottolineare il taglio operativo dell'incontro, Luca Squeri - che oltre ad essere componente di Giunta dell'Unione e presidente di Figisc, è il presidente della Commissione consiliare Confcommercio per le politiche della sicurezza - ha chiesto a Messina "cosa fare e cosa non fare quando si è sotto la minaccia di un'arma". Invitando istituzioni e forze dell'ordine ad "ascoltare le parole di chi vive quotidianamente queste situazioni" perché solo la "costante collaborazione tra istitu-



Unioneinforma
marzo 2008





zioni e società civile può rafforzare la fiducia nel fatto che la criminalità si possa combattere". Luca Buccellati, presidente di Aol (l'Associazione orafa lombarda) ha ricordato l'importanza, per il commerciante, di costruirsi un "approccio mentale all'evento, per non farsi del male". Interventi concreti di supporto, a parere di Buccellati, possono essere un numero di telefono delle forze dell'ordine "dedicato" che solo i negozianti possano chiamare quando si trovano in situazione di pericolo, e il rafforzamento della figura del poliziotto di quartiere. Linea telefonica dedicata e poliziotto di quartiere sono stati richiesti anche da Emanuele Marinoni, presidente dei tabaccai. Che ha aggiunto la necessità di un referente preciso nel commissariato o nella caserma dei Carabinieri più vicini al negozio. Ma Marinoni ha posto il problema anche dei costi bancari alti che costringono i tabaccai a non preferire pagamenti con bancomat e carte di credito perché i bassi margini sui prodotti trattati verrebbero "man-

giati" dalle commissioni alle società di intermediazione. Ciò comporta, tuttavia, la presenza continua in negozio di una certa quantità di contante: un vero e proprio richiamo per i criminali. Francesco

Confronto-dibattito con operatori di alcune fra le categorie più a rischio come orafi, tabaccai, benzinai. Consigli utili, proposte e la richiesta di una maggior certezza della pena per far fronte al senso di insicurezza. Ultima "tendenza": furti e rapine anche in centro e nel settore moda

Messina, capo della Squadra Mobile milanese, è partito da una premessa: la Milano di oggi ha un tasso fisiologico e non patologico di criminalità. Rispetto agli anni Ottanta, però, quello che è cambiato è semmai il criminale. Se venti anni fa agivano bande di pro-

fessionisti che sapevano "gestire" la rapina anche nei momenti di maggior tensione, oggi si ha a che fare con delinquenti seriali, molto spesso sotto l'effetto di droghe, che hanno comportamenti e reazioni imprevedibili e perciò assai più pericolose per l'incolumità delle vittime. Tuttavia, per le operazioni di pronto intervento, il territorio milanese è presidiato 24 ore 24 dalle forze dell'ordine, con turni alternati di Polizia e Carabinieri. E proprio per questo motivo - spiega Messina - in caso di necessità è indifferente chiamare il 112 o il 113.

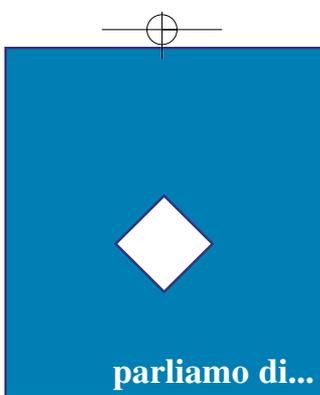
D'altra parte, continua il capo della Mobile, "la presenza 'visibile' delle forze dell'ordine è un impegno, costante e prioritario, che il Questore si è assunto in prima persona". Al di là della flagranza di reato, sono i commissariati a occuparsi di contrasto alla criminalità e di investigazione, ciascuno per il territorio di sua competenza. E infatti dai commissariati dipendono i poliziotti di quartiere. Quanto alla Squadra mobile, si occupa di reati di maggiore gravità. Ma quali sono i consigli concreti per il negoziante che si trova di fronte un rapinatore? Ha risposto Messina: "Il primo e più importante è senz'altro quello di non reagire e di mantenere la calma. Se con-

segue a pag. 12



Luca Squeri, presidente di Figisc e della Commissione consiliare Confcommercio per le politiche della sicurezza





serva i nervi saldi, oltre a correre meno pericoli, la vittima può notare caratteristiche della persona, del suo comportamento, della modalità di fuga o comunque altri dettagli, che si rivelano poi preziosi per le indagini. Faccio l'esempio più semplice: se il commerciante ricorda gli oggetti toccati dal malvivente durante la rapina, la Scientifica raccoglierà le impronte solo da quelli. Se la vittima non ricorda questo particolare, la Scientifica prenderà le impronte in tutto il negozio, ma poi dovrà procedere a un'opera di verifica con quelle di tutte le persone che abitualmente e legittimamente le lasciano nel locale". Il capo della Squadra mobile ha sconsigliato, invece, il ricorso alle armi: "solo nel Far West le pistole erano utili per risolvere i problemi: nel nostro Paese non abbiamo questo tipo di cultura. L'arma, poi, bisogna saperla usare, richiede



Luca Buccellati,
presidente
dell'Associazione
orafa lombarda

un allenamento specifico e capacità di gestione. Senza dimenticare che la magistratura partirà da un'ipotesi di eccesso colposo di uso delle armi a carico del commerciante, se questi ha sparato nel corso della rapina. Né le armi servono a interrompere l'escalation criminale. Anzi, è molto probabile che la pistola del negoziante finisca fra gli oggetti rubati".

Quanto all'annuncio fatto da



segue da pag. 11

Riccardo De Corato, vicesindaco del Comune di Milano, anch'egli intervenuto alla "Serata della sicurezza" (come pure l'assessore alla Salute Giampaolo Landi di Chiavenna), sull'intenzione dell'Amministrazione comunale di avviare corsi di autodifesa per i commercianti attraverso convenzioni con il Coni e le federazioni di arti marziali, Messina ha affermato di ritenere l'iniziativa un aiuto come training psicologico "per costruire un approccio mentale all'evento".

**Poliziotto di quartiere:
"valore aggiunto"**

Resta la questione della diffusa sensazione di insicurezza dei commercianti. Per affrontarla, secondo Messina, la figura centrale è il poliziotto di quartiere: "un valore aggiunto", lo ha definito. Il suo compito principale non è svolgere indagini, ma "instaurare rapporti tra forze dell'ordine e cittadini: è dunque un punto di riferimento per gli uni e per gli altri". Presidia il territorio ed è un deterrente rispetto ai criminali perché della sua area sa tutto e dunque è in grado di segnalare al commissariato gli eventuali problemi, oltre a notare tutto ciò che non rientra nella normale vita quotidiana della zona. Una figura

così centrale che nelle zone dove il poliziotto di quartiere ancora non c'è, la raccomandazione di Messina ai negozianti è quella di "cercare un referente che possa svolgere lo stesso ruolo all'interno del commissariato di zona". E il poliziotto di quartiere potrebbe essere la figura capace di colmare il senso di "abbandono" che segue al furto e alla rapina ed è legato anche alla questione della certezza della pena, come hanno denunciato molti interventi dei commercianti presenti alla "Serata della sicurezza":



Emanuele Marinoni,
presidente
dei tabaccai

interventi, anche critici, di una platea che molto spesso ha dovuto subire in prima persona rapine, furti, aggressioni.

"Le indagini richiedono tempo, altrimenti la magistratura non avrebbe elementi per portare in giudizio gli autori dei furti e delle rapine - ha riconosciuto il capo della Squadra mobile - E purtroppo, in questo lasso di tempo, non si riesce sempre a prestare molta attenzione alla vittima, mentre invece sarebbe essenziale proprio per combattere la sensazione di insicurezza". Nelle conclusioni Luca Squeri ha annunciato che, per gli operatori, si sta pensando alla realizzazione di un vademecum sulla sicurezza anticrimine, fortemente "ispirato a pragmatismo".

S.B.



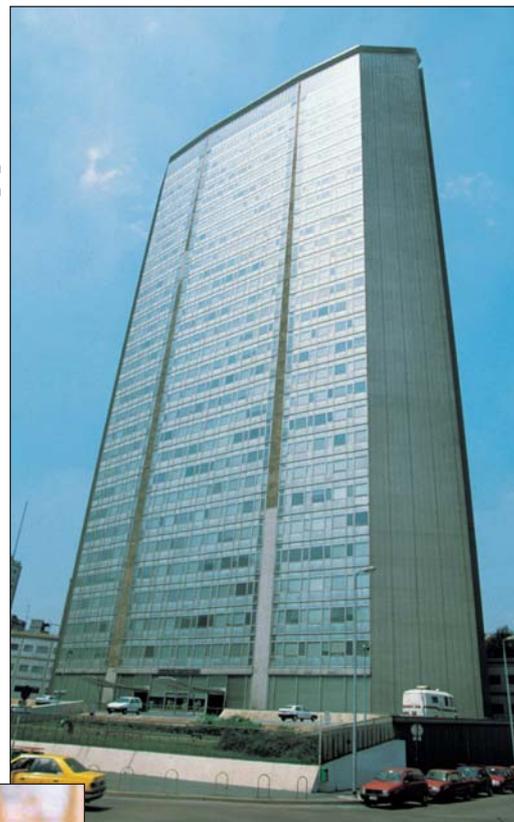
Proposta del vicepresidente Paolo Malvestiti agli Stati Generali del "Patto per lo sviluppo"

Sicurezza sul lavoro Confcommercio lombarda: vanno premiate le aziende "virtuose"

L'Unione Regionale Lombardia del Commercio del Turismo e dei Servizi ha sottoscritto l'Intesa per la promozione del Piano regionale 2008-2010 sulla sicurezza e la salute negli ambienti di lavoro fra Regione Lombardia e i rappresentanti delle parti sociali. L'Unione Regionale condivide le scelte strategiche elaborate con il Piano: "Apprezziamo - afferma Paolo Malvestiti, vicepresidente dell'Unione Regionale - il metodo di coinvolgimento adottato dalla Regione Lombardia per arginare il più possibile un fenomeno drammatico": con oltre 149 mila casi (dato 2006) e con una tendenza all'incremento nelle province di Milano, Bergamo e Brescia. La casistica degli infortuni sul lavoro riguarda, comunque, in modo marginale il terziario (commercio, servizi alle imprese e, in minor

Condivise le scelte strategiche elaborate con il Piano triennale per la cui promozione la Regione ha sottoscritto un'intesa con le parti sociali. Disponibilità del terziario lombardo a collaborare per l'attuazione

misura il turismo) con di 29 mila casi, meno del 20% del totale degli infortuni sul lavoro in Lombardia. Malvestiti ha rimarcato anche la valenza di responsabilità sociale del terziario sul tema sicurezza nel lavoro: "Con le nostre strutture - ha spiegato - abbiamo svolto un lavoro estremamente intenso che ha portato ad un intervento formativo di molte migliaia di operatori e lavoratori per la sicurezza e salute nei luoghi di lavoro. L'auspicio è che il Piano regionale si traduca in un programma efficace che, ed è un esempio, porti al superamento di verifiche di tipo formale che compor-



Paolo Malvestiti

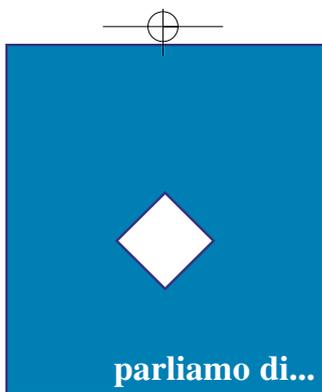
tano un appesantimento burocratico a vantaggio, invece, di controlli sostanziali. E le aziende virtuose dovranno essere premiate anche - crediamo - dal punto di vista economico".

"Il terziario lombardo - ha concluso Malvestiti - è pienamente disponibile a fornire un contributo per l'attuazione del Piano entrando a far parte dei 'Laboratori di approfondimento' che saranno costituiti".

Unioneinforma

marzo 2008





Commercio ambulante Nasce contro gli abusivi un Comitato regionale

Giro di vite contro gli abusivi nel commercio ambulante, fenomeno che danneggia le 20.000 imprese regolari e autorizzate, con una concorrenza sleale e diffusi fenomeni di contraffazione, a tutela anche del consumatore. Il primo passo della strategia antiabusivismo è la costituzione di un Comitato permanente fra rappresentanti delle associazioni dei commercianti e degli enti locali, decisa dalla Giunta regionale, su proposta dell'assessore al Commercio, Franco Nicoli Cristiani.

Nel Comitato fanno parte anche esponenti delle associazioni più rappresentative del commercio.

Tre i livelli di intervento del Comitato: monitoraggio della situazione, prevenzione e dissuasione, azioni di contrasto. Si arriverà a costituire un'anagrafe dell'abusivismo e, per quanto riguarda le attività di prevenzione e dissuasione, saranno individuati interventi per la qualificazione, la certificazione e la riconoscibilità del commercio autorizzato, ma anche misure rivolte ai consumatori, per far riconoscere il danno causato dal commercio abusivo.

Un ruolo importante svolgono, infine, le attività di contrasto, per cui il Comitato dovrà stu-

diare misure nei confronti degli operatori autorizzati, per facilitarne la collaborazione con le Forze dell'Ordine, ma anche per la dissuasione degli abusivi. Il commercio su aree pubbliche (ambulante) è una realtà che conta in Lombardia oltre 20.000 imprese, con un consistente numero di occupati, tra imprenditori e dipendenti. Di queste, più di 14.000 imprese sono su posteggio fisso (di cui 3.600 nel settore alimentare) e oltre 6.000 sono operatori definiti "itineranti". Si tratta di dati in continuo incremento, in particolare per quel che riguarda le imprese itineranti. L'attività in Lombardia viene svolta su 1.416 mercati con 62.443 posteggi in 992 comuni.

Prosegue sino a fine anno Bus by night, l'iniziativa promossa dal Comune di Milano, in collaborazione con Atm e con i gestori dei locali da ballo (Silb) aderenti ad Epam (l'Associazione milanese dei pubblici esercizi). Sostenuta dall'assessore alla Mobilità, trasporti e ambiente Edoardo Croci "Bus by Night" nasce da una proposta "bipartisan" di cinque consiglieri comunali under 34: Alan Christian Rizzi, Carlo Fidanza, Gianfranco Baldassarre, Lorenzo Malagola e Pierfrancesco Maran. Rispetto ai mesi in cui il Bus by night era sperimentale, sono state introdotte alcune modifiche per soddisfare maggiormente le richieste dei passeggeri: i capolinea, da cui si parte con orari differenziati tra le ore 2 e le ore 5.10, sono sei per la nottata di venerdì (Valtellina, Cadorna-Sempione, Garibaldi, Umbria-XXII Marzo, Umbria-Tito Livio e XXIV Maggio) e otto per quella di sabato (Valtellina, Cadorna-Sempione, Garibaldi, Umbria-XXII Marzo, Umbria-Tito Livio, XXIV

Bus by night fino al 31 dicembre

Prosegue l'iniziativa promossa dal Comune di Milano in collaborazione con i gestori dei locali da ballo aderenti ad Epam, l'Associazione milanese dei pubblici esercizi

Maggio, con l'aggiunta di Castelbarco e Ripamonti).

I bus Atm (da 16 posti ciascuno) sono pronti a partire per qualsiasi destinazione all'interno del territorio comunale milanese.

Invariati la modalità e il costo: basta salire sul minibus e comunicare all'autista dove si vuole essere accompagnati; il viaggio è gratuito per chi possiede l'abbonamento ai mezzi Atm. Chi non dovesse averlo deve pagare il costo del

biglietto - 1 euro (la tariffa ordinaria urbana) che si può anche trovare in vendita sul bus. In tre mesi di attività - da novembre a febbraio - per 14 fine settimana i bus by night, sono stati utilizzati da oltre 4.400 ragazzi con punte di quasi 1.200 in partenza dalla fermata di piazza XXIV Maggio, quasi 1.400 da corso Garibaldi e circa 750 da viale Umbria.



A.L.

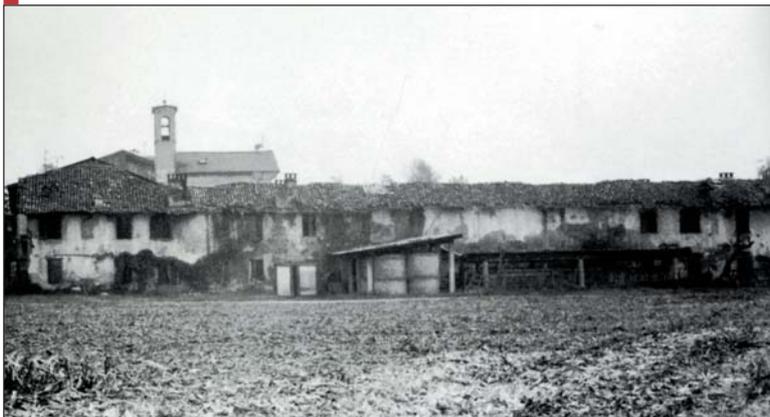
Unioneinforma
marzo 2008



Il commercio "racconta" Milano

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

Lainate La famiglia Cribiù



Il retro della Cascina Grancia a Lainate, da dove proveniva la famiglia Cribiù



Un momento della sfoglia delle pannocchie (Stuia del maragun)



Francesco e Maria con la piccola Rosa nell'angolo della posteria (1927)

L'impresa della famiglia Cribiù nasce nel 1921 dalla decisione di Francesco Cribiù di organizzare una piccola posteria nella cascina in cui viveva, la Grancia, nel paese di Lainate. Membro di una famiglia contadina – il cognome Cribiù gli deriva proprio dal termine criatori che in dialetto bergamasco designava i contadini che separavano la pula dal grano – diversamente dai tre fratelli maggiori che riescono ad affittare come mezzadri degli appezzamenti nella zona, Francesco si impiega come fattorino in una trattoria toscana, specializzata nella vendita di vini, a Milano in corso XXII Marzo.

Decide, poi, di aprire un esercizio simile nella sua zona, forte anche della conoscenza della futura moglie, Maria Zoppi, nipote del proprietario dell'osteria milanese, che dopo il matrimonio

nel 1926 gli sarà di prezioso sostegno nell'attività.

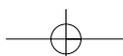
Per quarant'anni il locale funziona come mescita e punto vendita di vini e prodotti alimentari e come piccola osteria, grazie soprattutto all'abilità di Maria, cuoca eccellente, che organizza i pranzi dei matrimoni e delle ricorrenze nella zona. Francesco amplia nel tempo la sua attività, estendendo progressivamente la gamma della merce venduta. Da pochi prodotti essenziali come il sale, il lardo o la salsa, ai primi beni voluttuari, come il cioccolato Ferrero che arriva negli anni quaranta trasportato dal camion con l'accattivante insegna pubblicitaria; dai vini acquistati direttamente da Francesco nell'Oltrepò pavese e nei colli piemontesi, a quelli pugliesi proposti dai rappresentanti che visitavano l'osteria con il loro caratteristico mantello nero; dal riso e dai pochi prodotti di contrabbando, recuperati

con lunghi viaggi in bicicletta insieme ai figli, alla sempre più varia richiesta del dopoguerra; dalle carni macellate direttamente dalla famiglia, ai primi prodotti di gastronomia, preparati nell'osteria da Maria. Nel 1931, intanto, vi è la concessione della licenza da parte del Comune e nel 1939 Francesco riesce ad acquistare le mura dei locali, quando la vecchia corte, proprietà del conte tenutario della zona, viene divisa in appartamenti e venduta ai contadini in grado di comprarli. Negli anni cinquanta vi è inoltre una prima riorganizzazione degli spazi fra i due rami dell'attività, con la realizzazione di un'entrata separata per la drogheria e l'osteria.

Si arriva, così, al 1961, quando lo sviluppo di entrambi i settori, conseguente all'espansione edilizia della zona, porta alla definitiva divisione fra la vendita e la ristorazione con la costruzione di un negozio indipendente di drogheria, macelleria e salumeria con anche servizio di gastronomia che offriva piatti pronti sul modello dei negozi del centro di Milano. Il nuovo esercizio, situato nelle vicinanze dell'antica osteria, è fornito anche di un magazzino per i prodotti secchi e di un piccolo macello nella parte retrostante dell'edificio.

Inizia così una fase di rapida crescita e trasformazione dell'impresa che la

CCLXXXV





Rinnovo dell'attestato d'esercizio rilasciato dal Comune di Lainate nel 1931

Il bar tabaccheria e posteria negli anni 60. Il negozio di macelleria e salumeria era stato costruito di fronte in quegli anni



La vetrina della macelleria (anni 60)

porterà a diventare in breve tempo supermercato e poi addirittura piccola catena con la costruzione di nuovi punti vendita.

Nel frattempo Angelo, Mario e Franco, tre dei quattro figli di Francesco e Maria – la quinta, Cesarina, è morta a soli 3 anni – fin da bambini coinvolti nell'attività, si affiancano stabilmente nella gestione dell'esercizio subentrando poi ai genitori dopo la morte del padre avvenuta nel 1972. La sorella Rosa invece, la maggiore dei quattro, che è stata un fondamentale aiuto per i genitori negli anni a cavallo della guerra, anche grazie al suo lavoro di impiegata a Milano e poi nel Comune di Lainate, ha ormai preso un'altra strada seguendo il marito nella sua attività di vendita di strumenti musicali.

Angelo, nato nel 1931, si è specializzato nell'acquisto dei salumi, seguendo nel tempo diversi corsi di enogastronomia. Mario, del 1936, che ha studiato ragioneria lavorando di giorno in negozio e seguendo i corsi a Milano la sera, si occupa prevalentemente dell'amministrazione. Franco, del 1940, si dedica al settore delle carni, forte anche della gavetta come garzone fatta in una macelleria dopo le scuole medie. Ma le competenze e le mansioni spesso si sovrappongono, nel difficile compito di seguire le diverse incombenze dell'attività fra cui, non ultimo, il servizio ai banchi alimentari e anche quello al bar che rimane aperto la sera fino a tarda ora.

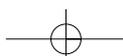
Ad aiutarli sono alcuni commessi e le mogli: Carla, moglie di Angelo, che rimarrà nell'attività fino alla chiusura nel 1999, Rosa, moglie di Mario, che vi lavora dal 1970 al 1975 nel delicato passaggio successivo alla conversione dell'esercizio in supermercato.

Negli anni settanta l'attività è ormai cresciuta al punto che lo spazio non è più sufficiente a reggere la quantità delle merci vendute e la famiglia avverte la necessità di rinnovarsi. Trasformarsi in uno dei

tanti supermercati che iniziano a sorgere prendendo il posto dei piccoli esercizi significherebbe, però, perdere la maggiore ricchezza ed anche la parte più amata dell'attività, quella della ricerca e della vendita di prodotti freschi di qualità. Nasce, quindi, in anticipo di quasi vent'anni rispetto alle catene della grande distribuzione alimentare, l'idea di creare un punto vendita in cui gli scaffali con prodotti sempre più numerosi e a basso prezzo si affianchino ai due banchi alimentari che offrono prodotti freschi di alta qualità. Il tutto separato dalla scaffalatura dei vini, su cui, anche qui precorrendo un'idea di enoteca dalla tipologia trasversale che si afferma solo negli anni '90, si può trovare dal vino corrente al Brunello di Montalcino.

E' il primo supermercato con servizio diretto che nasce nel 1972 con il nome di Unisuper. L'idea è un successo superiore a qualsiasi aspettativa, il negozio raccoglie una numerosa clientela di affezionati sedotti dalla doppia offerta, disposta anche a sopportare le lentezze di una gestione ancora familiare e la ristrettezza degli spazi tornati ben presto inadeguati rispetto alla quantità della merce. L'Unisuper viene premiato, oltre che dall'affezione della clientela, dal costante posizionamento ai primi posti nella classifiche della rivista Altroconsumo e riceve svariate visite da parte dei maggiori gruppi italiani della grande distribuzione alimentare: Esselunga, GS, l'allora Città Mercato, interessati a studiarne e copiarne il modello.

Per far fronte ai nuovi e maggiori impegni derivanti da questo originale modello distributivo, nel quale i tre fratelli fanno confluire i rispettivi rami di specializzazione com-





Il commercio "racconta" Milano

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



La prima Esposizione di bestiame di Lainate che avvenne per le vie della cittadina e a cui partecipò il macello di proprietà dei Fratelli Cribiù. Sul posteriore dell'animale in primo piano è visibile la scritta Unisuper (1969-1970)



merciale, essi decidono - sempre nel 1972 - di chiudere le rispettive ditte individuali e fondare una nuova società, prima nella forma collettiva e, dopo pochi mesi, a responsabilità limitata, sotto la denominazione Unimarket.

Nel frattempo la gestione del bar è divenuta insostenibile e i Cribiù decidono di cedere l'attività, che viene rilevata da due ristoratori toscani i quali, però, dopo alcuni anni, chiuderanno riconsegnando alla famiglia i locali che verranno ristrutturati e adibiti ad uffici.

Nel 1984 si ha il terzo passaggio nodale nella storia dell'impresa, che la porta da supermercato singolo a piccola catena.

Viene aperto un nuovo punto vendita ad Arese, seguito poi nel 1992 da quello nel quartiere milanese della Bovisasca.

Ad Arese l'impresa acquista uno spazio all'interno di uno dei primi centri commerciali, il Giada, ed apre un supermercato che ricalca la formula già sperimentata a Lainate, con la presenza di banchi di alimenti freschi di alta qualità affiancati dagli scaffali con i prodotti di più largo consumo a basso prezzo.

Il tutto è affidato ad un personale qualificato proveniente da una lunga tradizione di vendita al dettaglio ed attento a mantenere uno stretto rapporto fiduciario con la clientela. L'operazione risulta subito vincente grazie alla mancanza di altri esercizi simili nella zona, dotata solo di una Coop di piccole dimensioni, soprattutto grazie alla formula della vendita diretta al banco delle carni che l'Esselunga della vicina Garbagnate non aveva ancora.

Il nuovo supermercato, dotato anche di un grande parcheggio adeguato alle potenzialità del nascente "shopping automobilistico", cattura così l'utenza di un bacino sempre più ampio che va da Pero a Busto Arsizio, da Legnano a Saronno.

Alla Bovisasca invece, nel 1992, con una grande cautela dovuta agli stretti controlli per il nascente scandalo di tangentopoli, viene acquistata un'intera area edificabile a centro commerciale, e sono direttamente i Cribiù ad

Il volantino pubblicitario in occasione della inaugurazione del nuovo supermercato di Arese (1984)

occuparsi della costruzione dei locali che poi verranno in parte affittati ad altri commercianti.

La situazione è dunque capovolta rispetto a quella di Arese e comporta un investimento e un rischio molto maggiori.

Anche questa volta, però, grazie al suo carattere pionieristico, l'impresa riesce ad ottenere un notevole successo portando nella zona servizi prima assenti. Il centro commerciale, chiamato Unicenter, prevede una quindicina di negozi tra cui una banca, alcuni locali concessi gratuitamente al Comune come contro-partita per la concessione edilizia ed adibiti a sede dell'anagrafe, e poi i negozi classici come la lavanderia, il "tacco lampo", i negozi di scarpe e abbigliamento e naturalmente il supermercato che è l'esercizio trai-



Il nuovo centro commerciale della Bovisasca (anni '90)



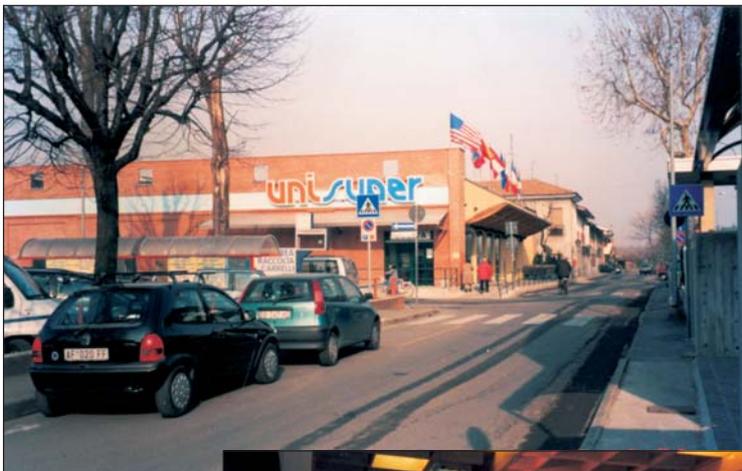
I tre fratelli Cribiù: da sinistra Franco, Angelo e Mario (2006)





Il commercio "racconta" Milano

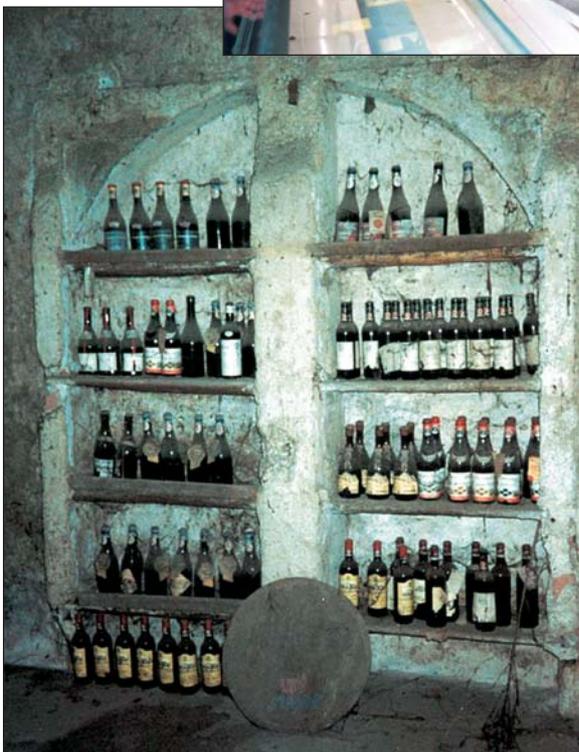
Iniziativa realizzata in collaborazione con il Centro per la cultura d'impresa



Il nuovo Unisuper di Lainate (1999)



Il banco della carne nel nuovo supermercato di Lainate (1999)



Il vino di Francesco Cribiù ancora conservato nella cantina di famiglia costruita nel 1600 sotto la chiesa della Grancia (1997)

nante dell'intera struttura e che i Cribiù chiamano, come il precedente, Unisuper.

A partire dagli anni ottanta Franco Cribiù affianca all'attività nell'impresa l'impegno in varie organizzazioni di commercianti. Dalla Sai (Supermercati associati italiani), il sindacato di categoria dei supermercati, di cui è presidente dal 1986 al 1997, alla Crai (Commissionaria riunita alimentaristi italiani), legata alla Confcommercio, di cui è presidente nel biennio 1997-98, all'Eda (Esercenti drogheria associati), che raggruppava nomi famosi come Galli, Pracchi e Ferrari.

Angelo è per lungo tempo impegnato politicamente a Lainate, dove per un quinquennio viene nominato anche assessore al commercio, con delega

all'assistenza per le licenze, nella giunta democristiana.

Mario invece presidia l'organizzazione amministrativa e finanziaria dell'impresa occupandosi anche del piano di sviluppo immobiliare.

Va segnalato inoltre, nel 1997, lo spostamento del macello da Lainate a Saronno per ragioni di legislazione sanitaria, sotto la gestione del figlio di Angelo,

Marco, unico degli eredi a rimanere legato all'impresa, ma con un'attività indipendente e collaterale.

Nel corso degli anni novanta

l'avanzare dell'età dei tre fratelli e la mancanza di interesse verso la loro attività da parte dei figli, li induce a riflettere sui destini futuri dell'impresa ed a valutare l'ipotesi della possibile vendita ad altri gruppi. Intanto, però, viene ritenuto primario l'ampliamento del punto vendita storico di Lainate, sia perché aveva ormai superato il limite della capacità di vendita per metro quadrato costringendo la clientela ad attese estenuanti, sia perché una riqualificazione si sarebbe dimostrata vantaggiosa anche in caso di un'eventuale futura vendita.

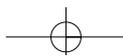
Nel 1995 iniziano quindi i lavori per triplicare la metratura dei locali che passano da 400 a 1200 metri quadrati, grazie all'acquisizione di spazi limitrofi, con una faticosa operazione di ristrutturazione portata a termine senza chiudere l'esercizio.

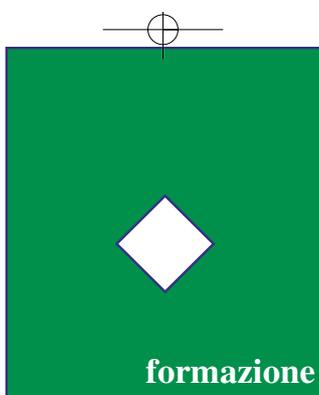
Poi, nel 1998, la famiglia Cribiù decide di accettare una nuova offerta d'acquisto da parte della Conad che voleva entrare nel mercato lombardo partendo da tre punti vendita di rilievo.

La cessione dei supermercati non porta però alla fine dell'impresa che, alleggeritasi del peso di una struttura commerciale di vendita al dettaglio ormai di difficile gestione, con i suoi oltre 150 dipendenti, si specializza nella distribuzione all'ingrosso, rifornendo con la sua rete pluridecennale di fornitori, supermercati, ma soprattutto ristoranti, enoteche, alberghi e occupandosi dell'omaggistica natalizia per le imprese, con prodotti di nicchia caratterizzati dalla consueta qualità, anche se ora limitati al solo confezionato.

Andrea Orlando

(con la collaborazione di Giuseppe Paletta e Sara Talli Nencioni)





Domande entro il 31 maggio

Imprese del terziario Voucher formativi per i dipendenti

E' in corso di realizzazione un progetto finanziato di formazione aziendale ("Nuove iniziative per il terziario 2007") promosso, nell'ambito dei fondi della legge 236/93, dall'Unione Regionale Lombardia e gestito dalla Scuola Superiore del Commercio del Turismo e dei Servizi e delle Professioni con il Capac-Politecnico del Commercio, che prevede la disponibilità di 40 voucher aziendali rivolti a dipendenti, in particolare di livello direttivo, inseriti in imprese del terziario. I voucher aziendali si configurano come interventi di sostegno a progetti di sviluppo aziendale, attuati da consulenti ed esperti esterni all'impresa attraverso incontri della durata massima di 16 ore, volti ad organizzare e sistematizzare i piani di aggiornamento aziendale che riguardano settori e gruppi di addetti rientranti nella responsabilità dei quadri direttivi coinvolti. Ciascun voucher prevede un

Progetto promosso dall'Unione Regionale Lombardia e gestito dalla Scuola Superiore del Commercio con il Capac-Politecnico del Commercio

cofinanziamento da parte dell'impresa beneficiaria pari a 2.000 euro che può essere espresso con il costo del lavoro dei dipendenti fruitori del voucher. Il cofinanziamento aziendale è calcolato nel rispetto della normativa comunitaria in materia di aiuti di Stato. Pertanto, se a farne richiesta per un proprio dipendente è un'impresa di grandi dimensioni, questa dovrà essere in grado di documentare il costo del lavoro del fruitore del voucher per un importo pari al valore del voucher stesso, ossia 2.000 euro. Nel caso, invece, di una piccola o media impresa (numero dei dipendenti inferiore a 250, fatturato annuo non superiore a 50 milioni di euro oppure un totale di bilancio annuo non superiore a 43 milioni di euro) il cofinanzia-



mento aziendale richiesto a fronte di un voucher di 2.000 euro è di 600 euro,

Per valutare le modalità di accesso e di utilizzo le imprese interessate possono rivolgersi alla Direzione Formazione e studi dell'Unione, tel. 02.77.50.677-688

In particolare, i voucher possono essere utilizzati per le seguenti tipologie di azioni:

- interventi formativi mirati a specifiche esigenze di formazione che possono emergere, ad esempio, a seguito dell'introduzione di nuove tecnologie o su specifiche attitudini professionali;
- diagnosi dei fabbisogni formativi, attività propedeutiche alla definizione di progetti formativi, redazione di piani formativi riguardanti l'azienda, nonché la capacità di quest'ultima e dei suoi lavoratori di interagire con il settore/territorio di riferimento;
- interventi di consulenza e azioni di monitoraggio tesi ad aumentare le competenze professionali dei lavoratori attraverso azioni di affiancamento.

corrispondente al 30% del valore del voucher. Le domande vanno presentate entro il 31 maggio.

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
marzo 2008



turismo

Ricerca presentata in Bit

Agenzie di viaggio lombarde: puntare sulla formazione

Nel corso della 28.ma edizione di Bit, la Borsa internazionale del turismo (vedi pagine 8 e 9 n.d.r.), ha debuttato Unart, l'Unità nazionale di ricerca per il turismo, in un convegno alla presenza, fra gli altri, di Adalberto Corsi, vicepresidente vicario dell'Unione e presidente di Exprots (spa organizzatrice di Bit), e Adriano Biella, presidente di Ainet (Associazione italiana network turistici).

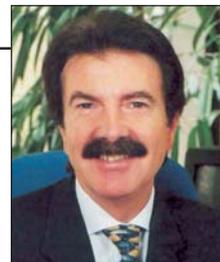
Promossa da Fiavet (la Federazione delle agenzie di viaggio), Ainet, Scuola Superiore di Milano e Biblioteca nazionale del terziario, non a caso Unart ha scelto proprio Bit per presentare la sua prima ricerca. Unart nasce infatti - perfettamente in linea con la filosofia di Bit - per contribuire a fornire indicazioni utili agli operatori del settore sull'andamento e sugli orientamenti del mondo del turismo e del mercato italiano intervenendo sia con attività strutturali a lungo termine sia con osservatori del mercato (anche con l'aiuto degli enti bilaterali territoriali e nazionali), sia con attività legate all'attualità. Unart si propone, inoltre, di realizzare progetti transnazionali, analizzare e rispondere ai bisogni formativi e di assistenza delle agenzie di viaggi, anche nella configura-

Debutto all'ultima Borsa internazionale del turismo di Unart, l'Unità nazionale di ricerca per il turismo promossa da Fiavet (agenzie di viaggio), Ainet (network turistici), Scuola Superiore di Milano e Biblioteca nazionale del terziario

zione di master universitari, di promuovere seminari e di supportare gli studenti laureandi in corsi sul turismo.

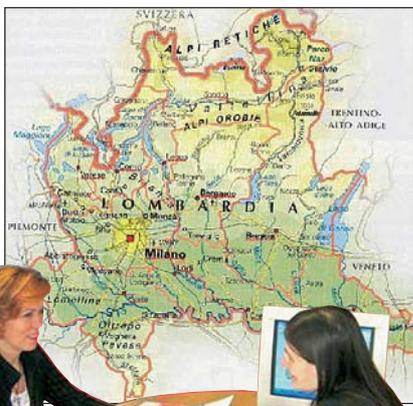
"Il debutto dell'Unità nazionale di ricerca per il turismo qui in Bit

- ha commentato Adalberto Corsi - è un altro segnale importante a conferma del ruolo sempre più centrale che la manifestazione riveste. E mi sembra anche significativo che la prima ricerca di Unart riguardi le agenzie di viaggi in Lombardia: una regione che non solo è prima in Italia per consumi turistici (29,4%), ma che è anche al centro dell'attenzione per la candidatura di Milano all'Expo 2015 e per la salvaguardia del ruolo di Malpensa: due momenti chiave per la crescita di tutto il sistema-Paese".



Adriano Biella,
presidente di Ainet

B.B.



La prima ricerca Unart dedicata alle agenzie di viaggi della Lombardia di fronte ai processi di innovazione del settore analizza l'evoluzione del comparto evidenziando le dinamiche in atto e il futuro che si prospetta. E' confermato il trend delle aperture: dalle 2.100 agenzie di viaggi presenti in Lombardia nel 2003, si passa a 2.800 nel 2008: il 30% delle agenzie presenti in Italia, con un tasso di crescita del 33%. Le agenzie di viaggi di nuova apertura preferiscono la forma associata: le agenzie lombarde aderenti a network sono, infatti, il 67%.

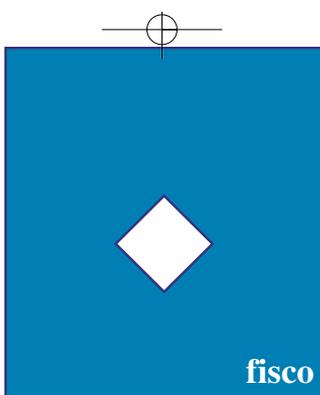
Nonostante la concorrenza di internet, la qualità e la professionalità del servizio, il prezzo, la scontiistica al cliente e il know how rimangono fattori di successo per le agenzie che dovranno puntare sempre di più sulla formazione del loro personale stimolando ad approfondire le conoscenze di prodotti e destinazioni e delle tecniche di vendita, e ad instaurare una buona comunicazione con il cliente.

Le prospettive sui canali di acquisto per le vacanze fino al 2010 sono all'insegna della multicanalità e registrano un significativo aumento dell'acquisto anche on line, soprattutto per prodotti più semplici. Si prevede anche una maggiore razionalizzazione della rete distributiva che spingerà sempre più a rivolgersi, per prodotti complessi, a consulenti viaggi e verso modelli di impresa efficienti e prevalentemente associativi.

**Mercato turistico:
multicanalità
con l'on line
per i prodotti semplici**

Unioneinforma

marzo 2008



Ecopass deducibile

L'Ecopass, il ticket d'ingresso nella cerchia dei Bastioni per gli autoveicoli più inquinanti istituito dal Comune di Milano (vedi i numeri di dicembre e gennaio di *Unioneinforma* n.d.r.) può essere annoverato tra i costi inerenti all'esercizio dell'attività d'impresa, e, per questo motivo, si ritiene possibile la sua deducibilità nella determinazione del reddito d'impresa secondo i criteri stabiliti dalla normativa vigente.

Secondo l'articolo 164 del Tuir (Testo unico delle imposte sui redditi) le spese e gli altri componenti negativi relativi agli autoveicoli a deduzione limitata (carburanti, lubrificanti,



custodia, manutenzione, riparazione, pedaggi, assicurazione, tassa di possesso o di immatricolazione, ecc.) sono deducibili in percentuali diverse a seconda della modalità di utilizzo. Più precisamente sono integralmente deducibili nel caso in cui gli autoveicoli siano destinati ad essere utilizzati esclusivamente come beni strumentali nell'attività propria dell'impresa; con per-

Ma nella dichiarazione va associato con certezza il costo sostenuto con l'autoveicolo, ovviamente utilizzato per fini aziendali. E' meglio, quindi, fra le diverse modalità di richiesta ed attivazione dell'Ecopass, utilizzare quella che fornisce una ricevuta del pagamento con indicata la targa del veicolo

centuali diverse se utilizzati in modo promiscuo, da agenti rappresentanti di commercio, da lavoratori autonomi o dati in uso promiscuo ai dipendenti. A parere dei Servizi tributari dell'Unione di Milano i costi sostenuti per l'Ecopass rientrano tra gli altri componenti negativi relativi ai mezzi di trasporto a motore con riferimento all'art. 164 citato e, pertanto, scontano gli stessi limiti di deducibilità dei veicoli a cui sono associati. Va precisato che, ai fini della deducibilità all'interno della dichiarazione dei redditi, è però necessario associare con certezza il costo sostenuto con l'autoveicolo, ovviamente utilizzato per fini aziendali. A tal fine è quindi opportuno, fra le diverse modalità di richiesta ed attivazione dell'Ecopass, utilizzare quella che fornisce una ricevuta del pagamento con l'indicazione della targa del veicolo.

15 KM DA MILANO/LINATE - Adiacenze VIGNATE

LISCATE *Casine San Pietro*

...Un sogno di CASA



CANTIERE APERTO SABATO - DOMENICA

Per maggiori informazioni: www.faini.it

cantiere esente da mediazione

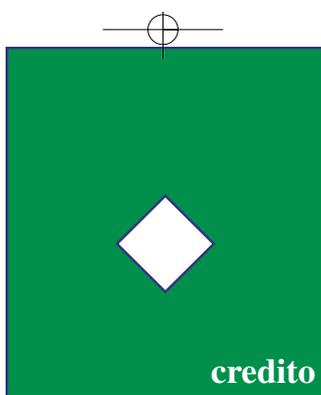
faini case

Tel. 02 95739809

CHIAMATA GRATUITA
NUMERO VERDE
800-206320

Unioneinforma

marzo 2008



Milano, tempo di "Imprendium"

Il Comune di Milano ha aperto un bando - "Imprendium" - indirizzato a chi intende avviare una piccola impresa (o alle piccole e medie imprese che intendono realizzare progetti finalizzati alla crescita e allo sviluppo della loro attività) in una serie di quartieri di Milano: Adriano, Baggio, Barona, Bovisa, Bruzzano-Comasina, Cagnola-Villapizzone, Calvairate, Corvetto, Crescenzago, Giambellino-Lorenteggio, Gratosoglio, Greco, Lambrate-Ortica, Niguarda-Ca' Granda, Olmi-Muggiano, Ponte Lambro, Quarto Oggiaro, Quinto Romano, San Siro, Spaventa, Stadera, Taliedo-Morsenchio, Vialba-Certosa, Vigentino-Chiaravalle-Quinto Sole. L'agevolazione è composta da: contributo a fondo perduto, sino al massimo del 25% della spesa complessiva ammessa; finanziamento a tasso agevolato, nel limite massimo del 25% della spesa complessiva ammessa. In ogni caso il contributo non può essere superiore a 100.000 euro per investimenti minimi di 20.000 euro. La domanda di agevolazione va consegnata in formato cartaceo e su supporto infor-

Il Comune ha stanziato oltre 3 milioni e 700 mila euro per pmi e aspiranti imprenditori. Domande entro le ore 12 del 14 aprile

matico (cd) in un'unica busta chiusa (tramite consegna a mano o a mezzo raccoman-

Sulla busta dev'essere apposta la dicitura: "Domanda di agevolazione per le piccole imprese - Programma di intervento ex art. 14 L.266/97 e D.M. 267/04". Per le domande inviate con raccomandata, fa fede la data di arrivo in Comune. I moduli per la domanda di agevolazione sono scaricabili dal sito internet del Comune di Milano: www.comune.milano.it/bandi/contributi/im



Per ulteriori informazioni contattare l'Unità finanziamenti Unione: 027750497-469 finanziamenti@unione.milano.it

data con avviso di ricevimento) all'indirizzo: Comune di Milano - Ufficio Protocollo Direzione Attività Produttive - Settore Imprese, Moda, Design e Libere Professioni - stanza 389 piano terzo - via Larga 12 - 20122 Milano.

Imprendium
A.L.

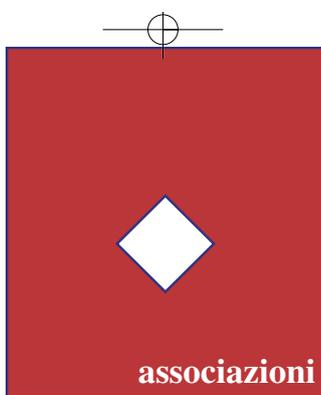
Diverse le tipologie di iniziative ammissibili:

- ✓ Rinnovo locali, quali ad es. opere edili e impiantistiche;
- ✓ sistemi di sicurezza;
- ✓ informatizzazione;
- ✓ innovazione di prodotto e servizio (solo per le imprese esistenti);
- ✓ diffusione dell'innovazione (solo per le imprese esistenti);
- ✓ spese in conto gestione, quali ad es. acquisto di materie prime/ semilavorati/prodotti finiti, locazione immobile, utenze, etc. (solo per le nuove imprese).

SEGNALIAMO CHE...

Bandi: con l'Unione più del 90% di finanziamenti approvati. Dal riconoscimento dei negozi storici, alla sicurezza anticrimine, alle tecnologie per le imprese dei servizi, al passaggio generazionale fra imprenditori, alle luminarie delle festività natalizie: di varie opportunità creditizie per le imprese si è occupata, lo scorso anno, l'Unità finanziamenti dell'Unione (tel. 027750497-469 finanziamenti@unione.milano.it) con una percentuale complessiva di domande approvate elevata: oltre il 90%.

Unioneinforma
marzo 2008



Carne? Il milanese la preferisce Made in Italy

L'indagine della Camera di commercio (con CedCamera) diffusa in occasione dell'incontro "La filiera della carne tra criticità e prospettive" promosso dall'Ente camerale in collaborazione con Unione, Associazione macellai di Milano e con il patrocinio di Federcarni

Di consumi della carne, opportunità e prospettive di costituzione di un organismo di filiera si è parlato nel corso dell'incontro "La filiera della carne tra criticità e prospettive" organizzato dalla Camera di commercio di Milano in collaborazione con Unione del commercio e Associazione macellai di Milano e provincia e con il patrocinio di Federcarni.

E in occasione dell'incontro è stata diffusa un'indagine - realizzata dalla Camera di commercio di Milano attraverso la sua azienda speciale CedCa-

mera - con un campione di 1.043 persone a Milano (e Bologna, Roma, Napoli e Palermo).

Riguardo al capoluogo lombardo, rientrata la paura della mucca pazza e dell'aviarica, i milanesi continuano a consumare carne, prevalentemente pollo (circa 30%), vitello (25%) e manzo (oltre 20%) anche se uno su sette mangia un po' di tutto. I criteri di scelta? Conta innanzitutto l'aspetto (26,4%), il Paese di origine,

in quasi un caso su cinque, e per un milanese su otto il prezzo. Ma per l'11% è determinante il consiglio del macellaio.

Tendenzialmente la carne si consuma nei mesi freddi (quasi il 60% tra inverno e autunno), a cena (58%) e indi-

pendentemente da occasioni particolari (81,2%) anche se per un milanese su cento è il mezzo migliore per riacquistare energie dopo una malattia.

Per quelli che hanno ridotto il consumo di carne negli ultimi due anni (22%) i motivi principali sono un nuovo stile di vita (30,5%) o aver iniziato un regime alimentare e dieta (27,1%) solo il 3,4% per paura dell'aviarica, (meno che in Italia 6,3%).

E tra chi invece ha consumato più carne, uno su venti l'ha fatto perché il prezzo è più conveniente rispetto ad altri prodotti.

I milanesi sono piuttosto fiduciosi nei confronti del sistema

di controllo qualità: se il 73,7% si ritiene garantito a sufficienza dalla documentazione sui controlli sanitari presenti nei punti vendita e oltre l'80% si fida delle informazioni che trova nelle etichette, quasi la totalità ha più fiducia nella carne made in Italy. Se proprio si deve ricorrere a carne estera, meglio quando proviene da Argentina (22,5%), Francia (17,8%) o Germania (10,7%), decisamente non da Cina o Est-Europa.

La carne a Milano si acquista soprattutto nei supermercati (70%), facendo la spesa generale settimanale (60,5%), anche se oltre uno su quattro preferisce servirsi dall'abituale macellaio, soprattutto per una questione di fiducia (49%) e perché considera più garantita la qualità del prodotto (31%).

La carne viene prevalentemente comprata al supermercato, ma resta importante la figura del macellaio che consiglia il consumatore e dà garanzia sulla qualità del prodotto

Macellai milanesi Arosio confermato presidente

Maurizio Arosio, presidente Federcarni, è stato riconfermato presidente dell'Associazione macellai di Milano.

L'assemblea, svoltasi in Unione, ha eletto il nuovo consiglio direttivo in carica fino al 2011. Con Arosio presidente ci sono i vicepresidenti Giorgio Pellegrini, Donato Turba e Graziano Zanetti.

Gli altri consiglieri sono:

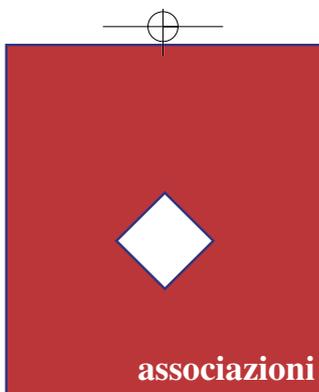
Francesco Biassoni, Gianluigi Cerioli, Roberto Malavasi, Gerardo Mongiello, Luigi Ricotti, Roberto Suman, Gaetano Colnaghi, Roberto Como, Paolo Corberi, Osvaldo Meneghelli, Sergio Motta, Giovanni Sozzani. I probiviri dell'Associazione macellai milanese sono: Dario Daffra, Franco Novarini, Luigi Nava.



Maurizio Arosio

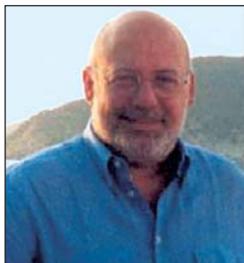
Unioneinforma

marzo 2008



Per l'azienda un "manager" di progetto

Che cos'è il project manager? E', lo dice il termine, un gestore di progetti. E cosa fa il project manager? La sua professione ha competenze trasversali con il fine di rendere, in sostanza, concreta un'idea di sviluppo imprenditoriale incidendo sull'efficacia e l'efficienza della gestione aziendale. Il project manager è una figura relativamente nuova: è nata negli Stati Uniti negli anni Sessanta e negli anni Novanta è cresciuta nelle multinazionali. Il Project Management Institute è un sodalizio internazionale con 250 mila operatori associati in



Carlo Notari

tutto il mondo. All'Unione di Milano aderisce il Pmi-Nic, Project Management Institute - Northern Italy Chapter. Presidente è l'ingegner Carlo Notari. "Nel Nord Italia - spiega - siamo più di 600 professionisti. La sede centrale è a Milano. Vi sono poi sedi per il Nord Ovest (a Chivasso, in Piemonte) e per il Nord Est (a Verona)".

Notari, che tipo di professionisti sono quelli che si occupano di project management?

"L'area dell'information technology riguarda all'incirca il 50% dei soci. Si tratta di figure di vario tipo: dal dirigente aziendale al quadro. All'inizio vi era una prevalenza di tecnici d'aziende poi si è avuta

Intervista a Carlo Notari, presidente Project Management Institute - Northern Italy Chapter (Pmi-Nic): associazione di professionisti, aderente all'Unione, che fa parte di un network internazionale. Un'opportunità anche per gestire progetti aziendali in altri Paesi

un'evoluzione più verso la figura di un capofila, dal punto di vista gestionale, di un progetto (uomini, risorse, tempi, rischi) con il supporto delle necessarie conoscenze tecnico-specialistiche. Il project manager ha tecniche comuni: dev'essere capace di gestire rischi e criticità in qualsiasi ambito".

Cosa fa il Pmi-Nic?

"Siamo un'Associazione inserita in un network internazionale: quindi con contatti in vari paesi europei ed extraeuropei. A noi ci si può, per esempio, rivolgere con l'obiettivo di trovare un contatto per gestire un progetto aziendale in un altro paese. Possibilità, questa, oggi ancora poco sfruttata. In sintesi il Project Management Institute - Northern Italy Chapter sviluppa la sua attività lungo tre direttrici. Una di divulgazione: cioè spiegare cos'è il project management e come poterlo applicare. Una di sviluppo

professionale, rivolta più agli addetti ai lavori, con momenti d'aggiornamento (realizzati da esperti provenienti dall'estero). La terza direttrice della nostra attività riguarda percorsi formativi particolari indirizzati soprattutto allo sviluppo delle capacità personali (il saper comunicare, relazionarsi ecc.). Realizziamo, inoltre, progetti editoriali (in accordo con Franco Angeli). Un progetto di questo periodo è, ad esempio, dedicato a come affrontare le complessità".

Notari, che rispondenza c'è, da parte delle aziende, riguardo al project management?

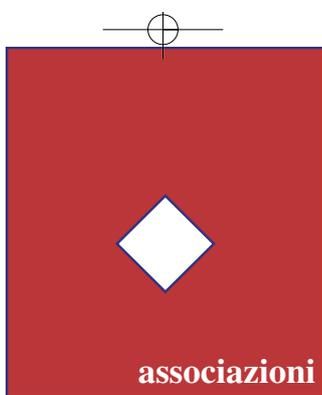
"Una rispondenza maggiore certamente nelle grandi imprese, mentre per quanto concerne la piccola e media imprenditoria dobbiamo trovare un modello italiano e lo dobbiamo fare insieme agli imprenditori stessi. Il project management è una disciplina di tipo organizzativo: bisogna crederci ed applicarla nella maniera corretta. La nostra sfida è proprio quella di esportare la cultura del lavoro - nell'ambito di un'azienda - per

progetti, proprio alle pmi. Si potrebbero sviluppare nuovi mercati. E in Unione favorire la conoscenza professionale di questa metodologia. Esempi aziendali concreti, in Italia, non mancano. Noi ci proviamo".

Come saperne di più?

Per contattare il Project Management Institute - Northern Italy Chapter (Pmi-Nic) telefonare allo 0245409029

Unioneinforma
marzo 2008



www.associazionecartolibrari.it

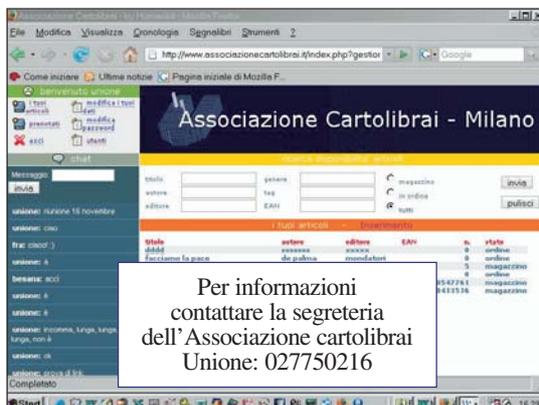
Un'assemblea di "istruzioni per l'uso" promossa in Unione dall'Associazione cartolibrari di Milano per illustrare funzionamento ed opportunità del sito www.associazionecartolibrari.it: si è svolta in Unione per i cartolibrari milanesi ed i librai (allargata, in quest'occasione anche alle imprese non associate). Il sito, operativo già da qualche mese, è uno strumento dedicato ai cartolibrari e librai per migliorare la comunicazione e scambiare informazioni oltre ad accelerare i processi di smaltimento del magazzino ed ottimizzare gli ordini. www.associazionecartolibrari.it si basa sulla condivisione di richieste e disponibili-

Dallo scambio reciproco di informazioni all'ottimizzazione degli ordini: opportunità web per cartolibrari e librai associati all'Unione

lità (cioè gli articoli che, per

diversi motivi, ogni operatore vuol condividere con altri). Per facilitare la gestione, ogni utente ha una propria pagina di disponibilità ("i miei articoli") ed una propria pagina di richieste ("prenotati") dove vengono riassunte sia le richieste inoltrate verso altri cartolibrari e librai, sia quelle ricevute per le proprie disponibilità. Nel

sito ci sono una chat (dove si può colloquiare senza telefonarsi: rendendo quindi pratici e immediati i contatti) e un motore di ricerca sulle novità editoriali. Alle opportunità di www.associazionecartolibrari.it possono accedere solo le imprese associate mediante una password operativa.



Federlingue: forum a Vicenza

Per illustrare principi, linee guida e servizi offerti da Federlingue, la nuova Associazione italiana dei servizi linguistici, (vedi UnioneInforma di gennaio a pag. 24) si è tenuto presso la sede Confcommercio di Vicenza il Forum di Federlingue al quale ha partecipato il presidente nazionale Carla Agostini. Approfonditi due argomenti particolarmente sentiti dalla categoria: quelli della contrattualistica per i rapporti con i clienti e delle tipologie possibili di contratti a progetto per i collaboratori. "Federlingue - ha sottolineato durante il Forum Carla Agostini - intende promuovere e tutelare gli interessi della categoria favorendo, inoltre, le relazioni tra gli associati. Ciò sia attraverso una forte attività sindacale di rappresentanza del

mondo dei centri di traduzione e interpretariato e della formazione linguistica, sia attraverso proposte di aggiornamento professionale costante e continuo a vantaggio delle imprese associate". Federlingue propone un carnet di corsi di formazione studiati proprio per rispondere alle esigenze di specializzazione dei professionisti del settore. Al di là dei momenti formativi mirati alla gestione d'impresa, riscuotono interesse quelli di approfondimenti linguistico: ad esempio i corsi di traduzione giuridica, finanziaria, farmaceutica, di opere d'ingegno e così via. A questi si aggiungono seminari e convegni sulle normative del settore e sulla contrattualistica, sulla comunicazione e il marketing e sulla qualità.

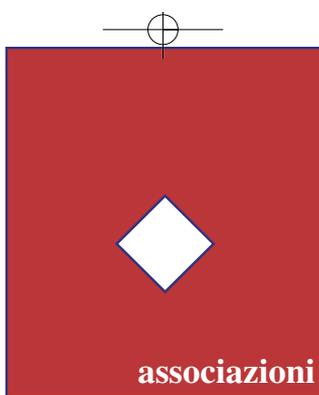
Proprio a proposito di qualità, Carla



Agostini ha sottolineato, durante il Forum di Vicenza, che "Federlingue intende promuovere l'adozione delle norme Uni 10574, En 15038 e Uni En Iso 9001 al settore dei servizi linguistici. Un altro elemento che incide certamente nella qualità dei servizi erogati dai soci Federlingue è l'adozione del codice deontologico dell'associazione che interviene sui delicati aspetti della contrattualistica e dei rapporti con i clienti".



Carla Agostini
presidente
Federlingue



Dario Bossi

Il presidente di Ascofoto Dario Bossi rieletto a Las Vegas nel "board" di Pma

Conferma di Dario Bossi (è il settimo mandato) come delegato italiano nel board di Pma, Photo marketing association international, una delle più importanti rassegne internazionali della fotografia. La rielezione di Bossi nel consiglio internazionale di

Pma - che riunisce i rappresentanti della distribuzione nel settore della fotografia - è avvenuta negli Stati Uniti, a Las Vegas, in occasione della manifestazione fieristica (punto di riferimento per i professionisti dell'imaging). Bossi è stato rieletto nel board di Pma in qualità di presidente di Ascofoto, l'associazione dei fotonegozianti.

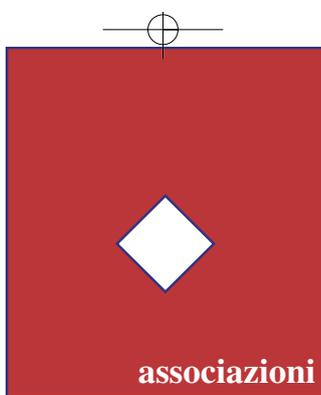
Corso per barman e barlady all'Ascom con il docente Pierluigi Cucchi Seregno a tutto cocktail

Emilio Bellotti, Emanuele Bonfanti, Alessandro Borda, Emiliano Cattaneo, Daniel Chiapparo, Nadia El Oden, Giuseppina Ferragina, Giovanni Fusco, Melissa Naccari, Marco Riboldi, Davide Rota, Isabella Vilella, Desirée Vimercati: sono i partecipanti (età dai 20 ai 48 anni) dell'edizione 2008 del corso di formazione per barman e barlady - docente Pierluigi Cucchi (consigliere Fipe) - svoltosi presso l'Associazione commercianti territoriale di Seregno. Nell'ultimo giorno del corso si è svolta una "cocktail competition" che ha visto vincitore Davide Rota. Ha presieduto la giuria della

gara dimostrativa di cocktail l'assessore alle Attività produttive del Comune di Seregno Marco Formenti.



◀ **Da sinistra: Marco Formenti, assessore alle Attività produttive del Comune di Seregno, il presidente dell'Ascom territoriale di Seregno Dario Nobili e Davide Rota, vincitore della competizione dimostrativa di cocktail al termine del corso per barman e barlady**



Valutazione dell'Associazione dei distributori e importatori sui dati 2007 di Gfk

Elettronica di consumo Andec: cresce il mercato

Cresce, anche se di poco, il mercato dell'elettronica di consumo nel 2007: sono stati quasi 26 milioni i pezzi venduti (telefonia cellulare esclusa) contro i quasi 25 milioni del 2006. Lo rileva un'analisi Gfk.

Una crescita annua a volume del 2% circa, con una concentrazione delle vendite pari al 24% sul totale nei mesi di novembre e dicembre. Questo significa che l'oggetto hi-tech rimane sempre un regalo gradito dalla maggior parte degli italiani e che per le aziende di settore gli ultimi due mesi dell'anno rimangono strategicamente i più impor-



Maurizio Iorio
presidente Andec

Europei di calcio ed Olimpiadi possibile "traino" per le vendite

tanti per il loro volume di vendita. Invariati i prodotti leader che trainano il mercato: rispetto al 2006 i tv a schermo piatto crescono a volume del 44%, i navigatori satellitari registrano una crescita del 112% e le chiavette Usb raddoppiano le vendite.

Ma la vera sorpresa del 2007 sono i lettori musicali che leggono sia file audio mp3 che file video Mpeg4. Triplicate le vendite rispetto all'anno scorso: 1.337.614 pezzi rispetto ai 306.802 pezzi venduti nel 2006. Nel solo bimestre novembre/dicembre le vendi-

te relative a questo prodotto hanno superato il mezzo milione di pezzi. In discesa libera invece le vendite dei prodotti che utilizzano tecnologie ormai obsolete come i televisori a tubo catodico, le videocamere analogiche, i lettori cd portatili.

Tengono ancora bene, anche se in leggero calo, i lettori dvd da tavolo, i sistemi hi-fi ed i lettori mp3. "Nonostante la difficile congiuntura di mercato, la perdita di potere di acquisto degli italiani e in generale l'incertezza economica che regna in Italia - dichiara Maurizio Iorio, presidente di Andec (l'Associazione nazionale degli importatori e produttori di elettronica civile) - siamo soddisfatti della tenuta del mercato che ha registrato crescite significative in alcuni comparti. Per quest'anno prevediamo un mercato stabile, ma potremmo avere piacevoli sorprese dagli Europei di calcio e dalle Olimpiadi, eventi che tradizionalmente attirano l'interesse del consumatore sulle nuove tecnologie di fruizione delle trasmissioni televisive".



Ambiente e sicurezza: convegno Aias a Padova

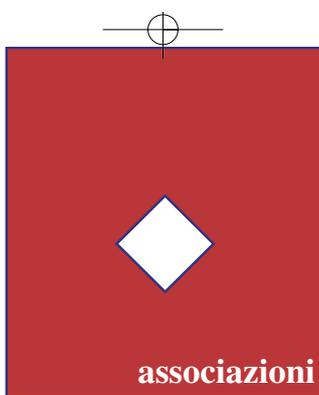
E' in programma il 17 aprile a Padova, nell'ambito della manifestazione fieristica

"Elettricità sicura 2008" (padiglione 8) il convegno tecnico "Unico documento di valutazione dei rischi per gli appalti della manutenzione elettrica" organizzato dal Comitato "Prevenzione rischio elettrico" di Aias, l'Associazione professionale italiana ambiente e sicurezza (aderente all'Unione

In fiera il 17 aprile sul documento unico di valutazione dei rischi per gli appalti della manutenzione elettrica

di Milano). Nel convegno del Comitato di Aias viene presentata agli operatori del settore elettrico una modalità di elaborazione del documento unico che i committenti devono obbligatoriamente allegare al contratto d'appalto (secondo la modifica introdotta al decreto legislativo sulla sicurezza del lavoro dalla legge 123/2007). Per informazioni contattare Aias (0276002015)

Unioneinforma
marzo 2008



Finanziaria 2008 sotto la lente con Asseprim

Ha preso avvio la stagione convegnistica 2008 di Asseprim, l'Associazione dei servizi professionali per le imprese. A metà febbraio si è fatto il punto sull'impatto per le imprese dei servizi della Finanziaria 2008: "che avrebbe potuto essere migliore - ha commentato il presidente di Asseprim Umberto Bellini - se fosse prevalso il metodo della concertazione per condividere le scelte": già dall'autunno il presidente di Confcommercio e Unione Carlo Sangalli aveva

manifestato tutti i limiti di una manovra che non ha tenuto conto di dati di fatto, rilevati anche dall'Ufficio Studi di Confcommercio, secondo i quali la nostra economia continua a crescere troppo lentamente, come poi hanno confermato gli osservatori sia nazionali che internazionali rivedendo al ribasso anche per quest'anno le stime di crescita del prodotto interno lordo. Le imprese di servizi - ha proseguito Bellini - sono ancora in attesa di strumenti normativi

Dopo diversi anni il legislatore è tornato ad affidare alla legge di bilancio il compito di riscrivere molte delle regole della tassazione delle imprese, regole ultimamente modificate solo con provvedimenti specifici. Significativa anche la pressoché totale assenza di disposizioni retroattive: ciò consente ai contribuenti di conoscere le novità prima di doverle applicare nel modello Unico 2009.

Gli interventi della Finanziaria 2008 hanno modificato diversi aspetti della tassazione delle società, compensando la riduzione generalizzata dell'aliquota Ires con una serie di misure volte ad ampliare la base imponibile:

- revisione delle norme relative alla deduzione degli interessi passivi;
- eliminazione delle deduzioni extra-contabili e degli ammortamenti anticipati ed accelerati (eliminato il quadro EC della dichiarazione);
- revisione della durata minima dei

che facilitino "il fare impresa".



SINCERT
ISTITUTO QUALITÀ
SERVIZI



Promo.Ter
ENTE PER LA PROMOZIONE E LO SVILUPPO
DEL COMMERCIO DEL TURISMO DEI SERVIZI
E DELLE PROFESSIONI



Unione
COMMERCIO TURISMO SERVIZI PROFESSIONI - MILANO

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

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 193/07) Tel. 02-7750.590/591 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 QUALITÀ' (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>
--	--	---

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

Unioneinforma
marzo 2008



Finanziaria 2008

(Informazioni presentate al convegno Asseprim da Gilberto Gelosa - Studio Interconsulting)

contratti di locazione finanziaria;
● nuove regole per l'utilizzo delle perdite.

A fronte, però, di queste misure che comportano un incremento dell'imponibile da assoggettare alla nuova aliquota, la Finanziaria 2008 è intervenuta in due direzioni volte a migliorare l'impatto fiscale sulle imprese:

● riduzione della percentuale di tassazione delle plusvalenze sulle partecipazioni Pex;

● nuova normativa in tema di spese di rappresentanza.

Novità anche in materia di Iva, con riguardo soprattutto alla procedura dell'Iva di gruppo sulla quale la Finanziaria è intervenuta con un capovolgimento rispetto alla situazione attuale, con novità mirate ad evitare comportamenti elusivi. Dal 1° gennaio 2008, infatti, non è più trasferibile alla società controllante il credito Iva della società controllata che entra per la prima volta nella procedura di liquidazione consolidata; questo comporta notevoli penalizzazioni in termini di benefici della situazione finanziaria del gruppo che opta per questa procedura.

Interventi anche sull'Irap dove, a differenza dell'Ires, la riduzione dell'aliquota non è stata accompagnata da un aumento della base imponibile: le

novità sono volte a garantire uno sganciamento dell'Irap dall'Ires e creare un primo esempio di imposta diretta la cui base imponibile non risente dell'effetto del cosiddetto doppio binario (al convegno Asseprim è stata però segnalata una criticità:

l'Amministrazione finanziaria potrà sindacare sulla corretta classificazione delle voci in bilancio, visto che ora la base imponibile deriva direttamente dai dati di bilancio)

Anche la disciplina delle operazioni straordinarie è stata oggetto di modifiche: nel conferimento d'azienda è previsto un solo regime fiscale "neutrale" e in "continuità di valori" ex art. 176

Tuir con facoltà di affrancamento dei maggiori valori iscritti per il solo conferitario. Per quanto riguarda le fusioni e le scissioni è stata introdotta la facoltà di affrancamento dei disavanzi iscritti a maggior valore dell'attivo con l'applicazione di un'imposta sostitutiva per scaglioni di maggiori valori affrancati.



Umberto Bellini, presidente di Asseprim

Asseprim ha affidato ad Orazio Compagnino, consulente in formazione manageriale, comunicazione e marketing per Solvi srl, la conduzione di un workshop strutturato su due giornate (5 e 14 marzo).

Compagnino, di cosa si tratta esattamente?

"Parliamo di come aggiungere valore alla vendita di servizi. Il basare tutto sulla razionalità, sul tecnicismo e sulla pur profonda conoscenza del prodotto/servizio non è sinonimo o garanzia di successo, ed oggi non basta più per conquistare il cliente".

Qual è, allora, la ricetta giusta?

"Saper sviluppare le proprie

capacità 'seduttive', ossia attrarre e stimolare il cliente ad accettare il nostro modo di essere con lui, il nostro carisma, la nostra professionalità".

Com'è possibile mettere in atto nella pratica questo processo "seduttivo"?

"Se riflettiamo bene, ognuno di noi in modo consapevole o inconsciamente utilizza il proprio fascino e la seduzione per vendere se stesso ed i propri servizi o prodotti. Il termine 'sedurre' significa infatti esprimere quel fascino capace d'indurre, di invogliare il cliente ad accettare ed a riconoscere il nostro servizio come la soluzione più coerente con la sua realtà, con il suo modo di pensare e d'interpretare il suo business".

Quali sono gli elementi chiave

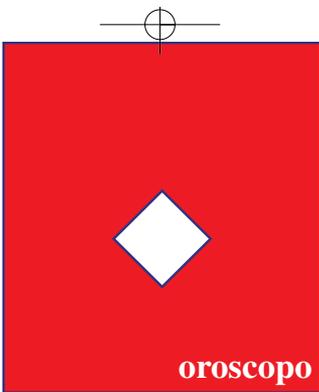
sui quali far leva nell'attività di vendita?

"Ognuno di noi è anche cliente di altri soggetti dai quali acquista prodotti e servizi: il consumatore decide di acquistare non in base ai molti accessori (valore aggiunto) che possono essere proposti, ma essenzialmente in relazione alla soddisfazione del suo bisogno specifico che trae dall'utilizzo di quel bene o servizio.

L'ascolto, la riflessione e analisi dei bisogni irrisolti del cliente sono quindi gli elementi che sono alla base del successo nelle vendite. Ma occorre anche incuriosire il nostro interlocutore, diversificandosi rispetto alla massa, valorizzando le proprie capacità carismatiche e mantenendo fascino e seduzione durante tutto l'incontro".

Workshop di Asseprim su fascino e seduzione nella metodologia di vendita

Servizi: comunicare razionale e irrazionale



Fino al 10 aprile

 **Scorpio**

 **Bilancia**



ARIETE - (21/3 - 20/4)

Prima decade: piuttosto stressante questo primo periodo primaverile con Marte e Plutone che accrescono tensione e nervosismo. Forti contrasti nei rapporti interpersonali.

Seconda decade: solo Giove è in aspetto non armonico al vostro Sole e vi raccomanda per tutto l'anno di essere accomodanti.

Terza decade: il transito di Nettuno vi sostiene e aiuta i nati a fine segno ad essere equilibrati, lungimiranti, con idee chiare e senso della realtà.



TORO - (21/4 - 20/5)

Prima decade: Venere, Marte, Mercurio, Saturno, Plutone... con questi pianeti comincia la vostra riscossa. Non rimandate decisioni importanti, gettate le basi della vostra vita nei prossimi anni. Siate tenaci e più dinamici. Godetevi la pienezza di questo periodo.

Seconda decade: Venere, Mercurio, Giove e, da aprile, anche Marte, sono in aspetto armonico al vostro Sole e vi promettono buonumore, costruttività, energia, risoluzione dei problemi. Tutto il firmamento vi sostiene, soltanto non dovete sprecare tempo.

Terza decade: Nettuno in aspetto conflittuale vi potrebbe confondere e farvi sentire incerti sulla direzione da prendere. Il senso della realtà, con questo transito, è annebbiato e questo scoraggio bloccarvi. Avete comunque l'appoggio di Giove, Mercurio e Venere: molte persone vi aiuteranno. Siate più determinati.



GEMELLI - (21/5 - 21/6)

Prima decade: Venere, Mercurio e Saturno conflittuali determinano freddezza, scarsa capacità di comunicare, contrasti. Vi sentite intrappolati in situazioni che frenano la vostra libertà. Evitate trattative affari.

Seconda decade: Venere e Mercurio disarmonici insieme ad Urano causano rotture improvvise con giornate ansiose e stressanti. Sentite il bisogno di rivoluzionare la vostra quotidianità.

Terza decade: a fine marzo Venere e Mercurio in quadratura possono portare giornate noiose. Avete Nettuno dalla vostra che schiarisce le idee e vi distacca dalle cose materiali facendovi interessare a questioni spirituali ed umanitarie.



CANCRO - (22/6 - 22/7)

Prima decade: Venere e Mercurio in trigono dovrebbero permettervi qualche giornata serena in un periodo stressante con forti tensioni e nervosismo. Ad aprile, in particolare, la tensione è altissima.

Seconda decade: Venere e Mercurio positivi a marzo promettono una primavera armoniosa e serena con rapporti facilitati e viaggi piacevoli. Solo aprile è nervoso con possibili durezza e litigi. Non ruminare sul passato: guardate al futuro.

Terza decade: Venere e Mercurio positivi a fine marzo portano serenità e creatività. Chiarite le situazioni perché da metà aprile il resto della primavera sarà molto nervoso e litigioso: periodo certamente non adatto se avete cause legali in corso.



LEONE - (23/7 - 22/8)

Prima decade: ora un po' di serenità e da aprile Venere e Mercurio in trigono faciliteranno tutti i vostri progetti con giornate allegre e rapporti facilitati.

Seconda decade: pianeti un po' distratti, ma il periodo si preannuncia comunque sereno e carico di progetti da realizzare nei prossimi mesi.

Terza decade: Nettuno è in opposizione ai nati intorno al 23 agosto che devono prestare attenzione ai raggi. Fatevi consigliare da persone di fiducia. Per i nati negli ultimi giorni del segno Plutone facilita cambiamenti costruttivi.



VERGINE - (23/8 - 22/9)

Prima decade: Marte continua a sostenervi regalando vigilia e forza d'animo nonostante Saturno vi soffochi di responsabilità e anche Venere e Mercurio non vi sorridono. Un bellissimo Plutone vi aiuta a cambiare in meglio la vostra vita: ma dovete darvi da fare.

Seconda decade: Venere e Mercurio, in questo mese, sono in opposizione insieme ad Urano. Alti e bassi negli affari e nelle relazioni private potrebbero rendervi ansiosi. Evitate viaggi e siate prudenti. Giove continua a proteggervi.

Terza decade: qualche giornata di incomprensione e di noia, ma da aprile Giove è in trigono al vostro Sole sollecitandovi a non dormire sugli allori. Valutate bene le situazioni e risolvete le tensioni.



BILANCIA - (23/9 - 22/10)

Prima decade: questo periodo si prospetta stressante e nervoso. Tensioni e litigi: qualcuno cerca di ostacolare i vostri progetti. Cercate i giusti compromessi ed apportate cambiamenti al vostro modo di fare.

Seconda decade: Giove e Marte in posizione poco armonica al vostro Sole denotano un periodo di nervosismo. Evitate di irrigidirvi nelle vostre posizioni.

Terza decade: in aprile Giove si pone in aspetto di quadratura al vostro Sole. Nettuno rende chiare le idee; non assumete atteggiamenti arroganti e prese di posizione. Evitate firme di contratti e beghe legali.

Il cielo del mese



Il Sole è nella costellazione dei Pesci ed entra poi nell'Ariete.

ore 19.40 a 25° della Bilancia.



Marte

È il quarto pianeta in ordine di distanza dal Sole. È un pianeta "terrestre" e alcuni parametri orbitali lo rendono abbastanza simile alla Terra, ma la sua atmosfera è rarefatta, costituita da anidride carbonica, azoto e argon, è piuttosto fredda, arriva da un minimo di -140° a un massimo di 20°.

In greco Ares, dio del fuoco e della guerra. In astrologia è signore di Ariete e Scorpio che rende battaglieri, testardi e tenaci.

(A cura di E.T.)



SCORPIO - (23/10 - 21/11)

Prima decade: Mercurio, Venere, Marte, Saturno, Plutone... tutti favorevoli in questo periodo. Saprete senz'altro far fruttare tanta grazia con la vostra tenacia e determinazione. Cambiamenti positivi, rapporti armoniosi. Allegria, buona salute e viaggi piacevoli.

Seconda decade: Venere, Mercurio, Marte, Giove e Urano dalla vostra parte vi sollecitano a sviluppare i vostri progetti. Non fatevi confondere le idee, sappiate distinguere la giusta direzione e seguirla con determinazione.

Terza decade: Mercurio, Venere e Giove si mettono in posizione favorevole al vostro Sole. La primavera si prospetta carica di energia positiva con progetti facilitati e questioni legali che si risolvono.



SAGITTARIO - (22/11 - 20/12)

Prima decade: Mercurio, Venere e Saturno ostili a marzo denotano un periodo davvero pieno di contrasti.

Seconda decade: Venere, Mercurio e Urano poco armonici rendono i rapporti insoddisfacenti. Meglio rimandare eventuali viaggi.

Terza decade: da fine marzo con Venere e Mercurio in quadratura potrebbe verificarsi qualche incomprensione.



CAPRICORNO - (21/12 - 19/1)

Prima decade: Venere e Marte in aspetto armonico addolciscono un po' il nervosismo "marziano" che insieme a Plutone potrebbe portarvi forti opposizioni. Ad aprile la tensione è fortissima. Tensioni e litigi. Rivalità.

Seconda decade: a marzo tutti i pianeti vi appoggiano e con Giove sul Sole potete avere la strada aperta per ogni vostro progetto. Favore le firme di contratti.

Terza decade: a fine marzo i pianeti veloci vi sostengono. Comunicazioni facilitate, rapporti armoniosi, favorite le trattative commerciali.



ACQUARIO - (20/1 - 19/2)

Prima decade: Ad aprile i pianeti veloci sono in aspetto positivo al vostro Sole. Il periodo si prospetta sereno e carico di progetti da realizzare.

Seconda decade: siete ipersensibili e tendete ad idealizzare cose e persone. Cercate di avere le idee un po' più chiare.

Terza decade: i pianeti veloci sono in aspetto armonico fino a metà marzo. Approfittatene per mettere in preventivo viaggi di lavoro o di piacere.



PESCI - (20/2 - 20/3)

Prima decade: Marte dal Cancro continua ad inviarvi energia e grinta per affrontare le difficoltà. Venere e Mercurio sul sole a metà marzo affievoliscono i problemi.

Seconda decade: Venere, Mercurio, Giove e Marte dalla vostra parte rendono l'effetto di Urano meno ansioso. Periodo più sereno e tranquillo. Energia positiva.

Terza decade: a fine marzo Venere e Mercurio sul vostro Sole rendono le vostre giornate molto serene ed allegre. Comunicazioni e viaggi facilitati.

Unioneinforma
marzo 2008