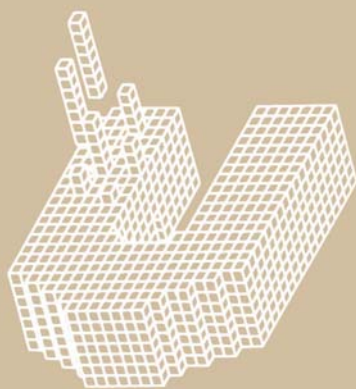




informa Unione

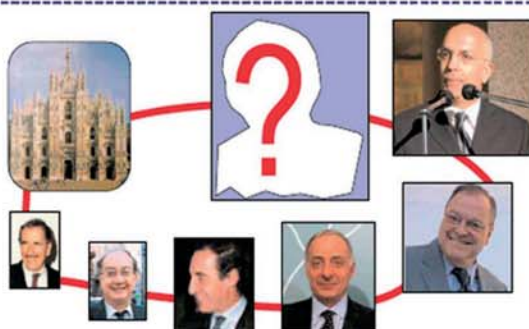
MENSILE DELL'UNIONE DEL COMMERCIO DEL TURISMO DEI SERVIZI E DELLE PROFESSIONI DELLA PROVINCIA DI MILANO

- Milano: progetto pilota di Unione e Fondazione Iulm

UN MANAGER PER BRERA

- **A PAGINA 3
RISPONDI E INVIA**

Un programma per Milano



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



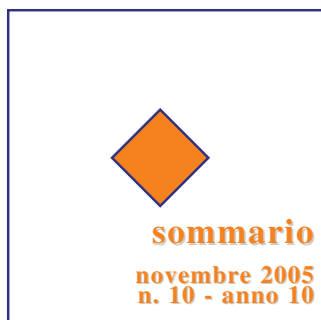
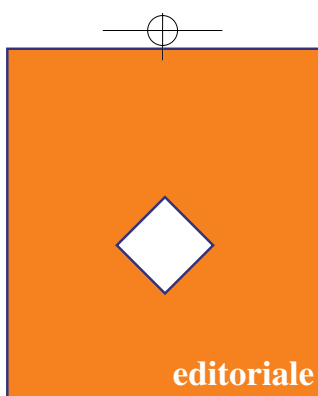
Indirizzata ai consumatori
la campagna informativa del Cim
La collaborazione Unione

**NON ACQUISTARE
PRODOTTI CONTRAFFATTI**



Milano e la memoria
del commercio

IL LIBRO



6
CITTA'
UN MANAGER
PER BRERA.
PRESENTATO
IL PROGETTO
PILOTA DI UNIONE
CON FONDAZIONE
IULM



9
PARLIAMO DI...
MILANO E LA LOTTA
ALLA CONTRAFFAZIONE.
AL VIA LA NUOVA
CAMPAGNA
INFORMATIVA
PER SENSIBILIZZARE
I CONSUMATORI

12
FIERE-EXPO CTS
PRIME ANTICIPAZIONI
SU BIT 2006.
BIT FOR JOB,
BIT GREEN E BIT
TECHNOLOGY:
I TRE "FOCUS"
DELLA BORSA
INTERNAZIONALE
DEL TURISMO

Unioneinforma è stato ultimato
il 3 novembre.

**Il commercio
"racconta" Milano**

**Il libro "La memoria
del commercio.
Negozi storici
e imprenditori
commerciali a Milano"**

a pagina 11

Le due "anime" di Milano

Parlare della Milano di oggi significa considerare le sue due "anime": quella del nuovo ceto medio, quella del welfare ambrosiano. Dobbiamo, infatti, tener presente questo nuovo ceto sociale, fatto di 400 mila imprenditori, di lavoratori autonomi, di professionisti. "Cittadini esigenti" che pongono domande specifiche alle istituzioni, caratteristica distintiva di una società aperta, solida, operosa e anche tollerante.

Un ceto sociale inquieto, sempre sulla porta della modernità, che sa riconoscere gli "amici", quelli in sintonia con le proprie scelte di vita, con la cultura del fare. Ebbene, questa identità profonda di Milano va tenuta presente.

La seconda anima è il tema della famiglia e del nuovo welfare. Riguarda la consapevolezza di come stia crescendo la distanza tra le due Milano, quella del benessere e quella delle difficoltà. La distanza tra redditi familiari è una "dimensione metropolitana" comune nelle grandi città, ma che richiede alle istituzioni un supplemento di responsabilità: di ripensare, cioè, al ruolo del pubblico nei servizi, a un nuovo welfare ambrosiano che metta insieme pubblico e privato. Sulle famiglie si stanno scaricando costi legati all'assistenza e ai servizi alla persona, ormai "privatizzati". E' un cammino da rivedere, senza riproporre uno Stato assistenziale, ma uno "Stato liberale della sussidiarietà", cioè delle garanzie e delle pari opportunità. C'è bisogno, insomma, di una carica riformatrice continua e incessante per interpretare politicamente queste due anime milanesi.

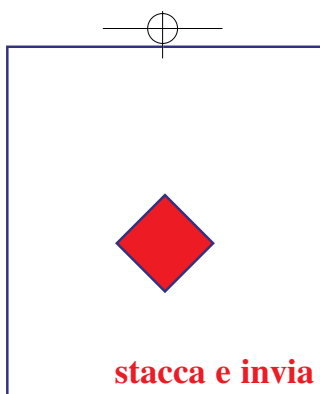
Le rendite - in politica come in economia - hanno il fiato corto. Il ceto medio della piccola e media impresa e del lavoro autonomo non ha rendite: vive dentro il mercato, che è come il mare, quando è in burrasca non risparmia nessuno. A me pare che la politica debba essere capace di "riformare", di stare un passo avanti alla società. A Milano e in Lombardia si sono sperimentati nuovi strumenti, anche politico-amministrativi, come la finanza di progetto e il cammino delle privatizzazioni locali. Strumenti e azioni che, per la voglia di sperimentare nuove strade, hanno anche il merito di aver tolto un bel po' di retorica alla politica utilizzando un linguaggio nuovo.

CARLO SANGALLI
Presidente dell'Unione di Milano



Unioneinforma
novembre 2005





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

Un programma per Milano

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

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

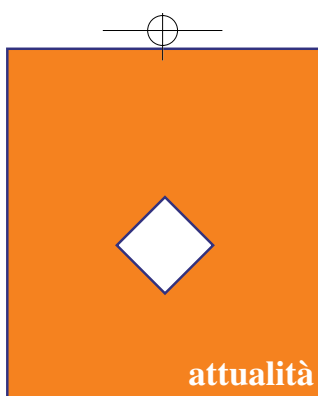
.....

Inviare questa pagina con i vostri consigli e le vostre proposte:

per posta: ad UnioneInforma - Unione Commercio Turismo Servizi e Professioni della
Provincia di Milano, corso Venezia 49, 20121 Milano - **per fax:** al numero 027750468

Rispondete anche per **e mail** : unioneinforma@unione.milano.it

Unioneinforma
novembre 2005



"Sportelli Rosa" Prosegue la collaborazione tra Unione e Comune di Milano

Ha avuto buon esito la collaborazione instaurata tra l'Unione - con il Gruppo Terziario Donna - e

**Consulenze
per aspiranti
imprenditrici
fino
al 30 giugno 2006**

l'Amministrazione comunale milanese per l'iniziativa "Sportelli Rosa" con la fornitura di una consulenza mirata alle utenti degli sportelli che, nel corso di preliminari colloqui di orientamento, manifestavano la volontà e l'interesse a diventare imprenditrici.

Il servizio, in forma sperimentale e gratuito, è stato fornito attraverso "Il Marcopolo", l'associazione Unione per gli aspiranti imprenditori: un funzionario Unione per sei mesi a partire dallo scorso gennaio, si è recato presso gli uffici comunali in Zona 1 (via degli Angiolini), ogni mercoledì mattina svolgendo attività di orientamento per chi intendeva avviare un progetto imprenditoriale: rilevando, quindi, le singole esigenze, fornendo informazioni di carattere generale per espletare le pratiche burocratiche per l'avvio dell'attività e, nel momento in cui le richieste risultavano più complesse, coinvolgendo le associazioni di categoria Unione. Nel periodo gennaio/giugno, fra tutti i contatti avviati, sono emerse 30 aspiranti imprenditrici interessate prevalentemente al settore dei servizi (asili nido, organizzazione eventi), al commercio di prodotti di nicchia con particola-

re attenzione ai "servizi accessori", e anche a professioni innovative come l'attività imprenditoriale che prepara ai concorsi pubblici. Alcune utenti hanno avuto occasione di incontrare presidenti e consiglieri di associazione in grado di trasferire esperienze e suggerimenti utili per l'avvio dell'attività imprenditoriale. Visti i buoni risultati e la soddi-

sfazione delle utenti che si sono rivolte agli sportelli per questo tipo di consulenza, è stato deciso, su richiesta del Comune di Milano-Assessorato al Decentramento, di poter prolungare il servizio di consulenza fino al giugno 2006 con le modalità a suo tempo concordate.

Aperture domenicali: non più di 8 deroghe all'anno Dal Tar lombardo una nuova conferma

Negozi aperti la domenica? Mese di dicembre a parte, non si possono

superare, nel corso dell'anno, le 8 deroghe all'obbligo di chiusura. Anche il Tar della Lombardia (Milano, sez. I) ha confermato l'orientamento della sezione IV accogliendo una richiesta di sospensiva - avanzata sempre dall'Unione di Milano (Ascom territoriale di Corsico) - di un provvedimento del Comune di Trezzano sul Naviglio con il quale era stata prevista la facoltà di apertura di ulteriori quattro domeniche.

Ricordiamo che il Tar lombardo (Milano, sez. IV) aveva accolto il ricorso presentato dall'Unione (Ascom territoriale di Corsico) per annullare un provvedimento

Dopo l'annullamento del provvedimento del Comune di Cesano Boscone è arrivata la sospensione di un provvedimento dell'Amministrazione comunale di Trezzano sul Naviglio

adottato dal Comune di Cesano Boscone (vedi Unioneinforma

di ottobre a pagina 14).

Nelle due pronunce del Tar è stato inoltre affermato il principio secondo cui l'autorizzazione all'apertura - nei giorni e negli orari di svolgimento dei mercati in giornate domenicali e festive - degli esercizi vicini territorialmente, non può essere estesa alle medie e grandi strutture di vendita.

Nelle decisioni del Tar è stata riconosciuta la legittimazione degli operatori commerciali a poter ricorrere se la violazione di norme danneggia la loro attività. Un principio che dovrebbe essere pacifico, ma che invece era stato negato in occasione di altre sentenze.

Unioneinforma

novembre 2005



Progetto pilota di Unione e Fondazione Iulm di una metodologia - "Town Centre Management" - già consolidata all'estero, per una migliore gestione del territorio urbano

Un manager per Brera

Vocazione al commercio, all'intrattenimento, alla moda, all'artigianato, atmosfera bohemienne. Tutto questo rappresenta Brera con parti significative della vicina zona Garibaldi. Circa 700 tra negozi, bar, locali e ristoranti, attività dei servizi e artigianali, centri culturali e ricreativi: gli esercizi commerciali della moda sono il 34% del totale. Il 17% è invece rappresentato dall'arredamento. Oltre 100 i pubblici esercizi e più di 50 i negozi d'antiquariato. Una risorsa per Milano che va al più presto valorizzata: già il 10% dei negozi di quell'area è vuoto o chiuso.

Il progetto

Una prima risposta arriva con lo studio - "Town Centre Management" - che Unione del Commercio di Milano e Fondazione Iulm hanno realizzato per avviare un progetto pilota dedicato all'area di Brera. Quella del "Town Centre

L'area - percepita con confini più vasti che includono la zona Garibaldi - è una risorsa per Milano che va valorizzata. Dall'indagine voluta dall'Unione emerge come Brera sia un punto di riferimento della città sia per i frequentatori che per i residenti. Campanello d'allarme: il 10% degli esercizi commerciali è vuoto o chiuso. Renato Borghi, vicepresidente Unione: "un manager dedicato esempio anche per altre zone di Milano"



vo di gestione urbana e commerciale. In pratica una "cabina di regia" che coordini le azioni di rilancio necessarie perché il quartiere di Brera - modello di commercio urbano nato per aggregazione spontanea di singoli operatori commerciali - possa competere con forme di commercio e attrazione organizzate e pianificate quali i centri commerciali. Perché, allora, non poter usare le stesse "armi"? Cioè monitoraggio della concorrenza e definizione del proprio posizionamento; migliore articolazione



Management" è un'esperienza già consolidata nella tradizione anglosassone: il progetto è finalizzato proprio alla ricerca di un modello innovati-

Unioneinforma
novembre 2005





dell'offerta; fornitura di servizi comuni (sicurezza, pulizia, arredo urbano, parcheggi, connessioni con il trasporto pubblico); gestione delle attività di marketing: pubblicità e iniziative promozionali.

L'indagine

Secondo le risposte all'indagine conoscitiva, voluta dall'Unione del Commercio, che ha coinvolto 1.000 fra frequentatori, residenti e operatori, Brera viene identificata come un'area più vasta del cuore storico del quartiere, fino a comprendere via Solferino, via Palermo, corso Garibaldi. Brera dal grande carattere: per oltre il 33% dei residenti e per più del 30% dei frequentatori rappresenta un punto di riferimento per Milano. Per il 19% dei residenti e quasi il 17% costituisce un irrinunciabile punto di ritrovo della città. Solo il 5,8% dei residenti non riconosce a Brera caratteristiche particolari. Residenti e frequentatori sono pressoché concordi nel considerare molto positiva l'offerta di bar e ristoranti mentre sicurezza, isole pedonali ed arredo urbano registrano differenze d'opinione fra i frequentatori (soddisfatti), i residenti (moderatamente soddisfatti) e i commercianti (critici).

Dai dati rilevati emerge la necessità di un organismo di coordinamento e di promozione dell'area. Il progetto pilota di "Town centre management" lo prevede, con compiti di regia e gestione/supervisione degli interventi sulla base di un documento di programma condiviso. La proposta di un organismo



di gestione/supervisione deve emergere da un Forum allargato a tutti i componenti della società civile ed economica, ai rappresentanti delle istituzioni pubblico-private e religiose. Il Forum diviene quindi il luogo



Qui sotto, in primo piano, da sinistra: Franco Nicoli Cristiani, assessore al Commercio della Regione Lombardia e Renato Borghi, vicepresidente Unione, alla presentazione del progetto pilota Unione-Fondazione Iulm su Brera.



L'incontro si è svolto alla Facoltà Teologica dell'Italia Settentrionale (complesso della Chiesa di S. Simpliciano: nelle altre due foto uno scorcio dei suggestivi chiostri)

dove realizzare il consenso come premessa alle attività operative che verranno realizzate.

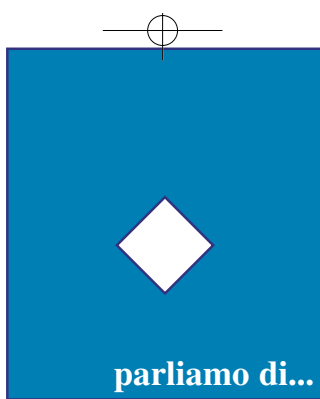
"L'Unione del Commercio - dichiara il vicepresidente Renato Borghi - guarda con fiducia allo sviluppo del progetto, innovativo in Italia, che rivaluta una delle risorse di Milano. La figura del manager dedicato può costituire un esempio operativo anche per altre zone della città".

Ora più controlli con i poliziotti di quartiere

Operativi nella zona Garibaldi-Brera due poliziotti di quartiere che operano prevalentemente in corso Como, corso Garibaldi e via Solferino svolgendo soprattutto un'azione di prevenzione e controllo su abusivismo e accattonaggio. L'arrivo dei poliziotti di quartiere è stato accolto più che positivamente da commercianti e residenti.

Unioneinforma

novembre 2005



Consumatore: "Aiuta la legalità" non acquistare prodotti contraffatti

**Al via la campagna
informativa ideata
dal Cim, Comitato
istituzionale milanese
per la lotta
alla contraffazione
e all'abusivismo**

Parte la nuova campagna informativa ideata dal Cim, Comitato istituzionale milanese, per la lotta alla contraffazione è all'abusivismo. L'iniziativa è stata presentata dall'assessore al Commercio del Comune di Milano Roberto Predolin. Milano verrà tappezzata di manifesti e locandine sui quali campeggia la scritta "Aiuta la legalità". "Il messaggio è chiaro – afferma Predolin – L'industria del falso è in espansione e questo è in gran parte dovuto agli incauti acquisti di chi sottovaluta la portata di questo problema. Gli acquirenti finali pensano di 'fare un buon affare': comprando, invece, merce contraffatta si mette in crisi l'imprenditorialità e la creatività viene uccisa da chi copia". Soddisfazione e apprezzamento per il lavoro del Cim sono stati espressi dal segretario generale Unione Costante Persiani, presente alla conferenza di presentazione della campagna. Persiani, ricordando come Milano sia all'avanguardia in Italia nella lotta alla contraffazione e all'abusivismo, ha rilevato l'importanza

della collaborazione con il consumatore: "Il peggior nemico fino ad oggi è stato il ritardo nell'intervento, la non

conoscenza del fenomeno. Quindi la strategia in atto ha come obiettivo la ricerca di collaborazione con il consumatore". Mario Boselli, presidente della Camera della Moda, ha rilevato come l'Italia sia anche uno fra i maggiori paesi produttori di merce contraffatta ed ha espresso qualche riserva sulle sanzioni all'acquirente finale. Predolin ha osservato come la sanzione debba essere commisurata al danno. Sanzioni, per chi acquista prodotti contraffatti, che sono anche all'attenzione del Cim. Il riferimento è al decreto legge 35 del 2005 sulla competitività. "La legge così com'è formulata è destinata a non durare a lungo – sostiene l'avvocato Daniela Mainini – prima di tutto non è previsto un minimo sanzionatorio, ma soltanto un tetto massimo, 10.000 euro. In secondo luogo nel testo è contenuta un'espressa riserva di legge 'salvo che il fatto non costituisca reato'". "Ma il fatto – continua l'avvocato Mainini – costituisce già un reato". Il Cim si è quindi impegnato ad approfondire l'intera questione per proporre al più presto una modifica legislativa.

La Guardia di Finanza, la cui attività si concentra per individuare i centri di stoccaggio di merce contraffatta, ha dato un esempio dei risultati ottenuti con l'operazione denominata Ottobre Rosso: in via Bramante per soli 2 centri di stoccaggio sono stati recuperati 150.000 pezzi.

Il Cim ha ottenuto un rafforzamento dell'organico impiegato nei controlli nei mercati comunali scoperti e nei maggiori assi commerciali. Tre pattuglie della Polizia locale gireranno infatti ogni giorno, in modo da poter accrescere il controllo. "Le ispezioni verranno effettuate soprattutto in orari strategici – conferma Riccardo Perini, responsabile della Polizia Annonaria – al fine di prevenire possibili tentativi di inserimento abusivo". Tra le zone considerate più a rischio c'è Brera: su segnalazione dell'Unione l'assessore Predolin, in collaborazione con l'assessore al Demanio e all'identità Diego Sanavio, ha deciso di avviare una serie di iniziative per creare momenti di aggregazione e per rendere le strade più vivaci, scoraggiando così ogni tipo di attività irregolare. Questi interventi saranno realizzati con la collaborazione delle Associazioni di via.



Roberto Predolin
assessore
al Commercio
del Comune
di Milano



Costante Persiani,
segretario generale Unione

Unioneinforma
novembre 2005

parliamo di...

Milano e la memoria del commercio

La memoria del commercio. Negozi storici e imprenditori commerciali a Milano" è la pubblicazione della Camera di commercio milanese, edita da Rubbettino, - nel momento in cui si scrive prossima alla stampa - che nasce dalla

collaborazione avviata dal Centro per la cultura d'impresa con l'Unione (nel libro c'è, fra l'altro, una presentazione di Maria Antonia Rossini, consigliere di presidenza Unione responsabile delle iniziative culturali) e che si è sviluppata dal 2001 attraverso le interviste su Unioneinforma de "Il commercio 'racconta' Milano". "Il libro - spiega Giuseppe Paletta, responsabile del Centro per la cultura d'impresa e curatore del volume (310 pagine, tiratura di 1.000 copie) - contiene 30 interviste su un totale di 55 raccolte in questi anni. Il criterio di selezione seguito è stata la più ampia rispondenza ad una griglia interpretativa che consentisse di far emergere tutta la complessità delle dinamiche di trasformazione, nel tempo, del sistema commerciale milanese".

Sta per uscire il volume della Camera di commercio con un'ampia selezione delle storie de "Il commercio 'racconta' Milano".
Intervista a Giuseppe Paletta, responsabile del Centro per la cultura d'impresa e curatore del volume

Paletta, cosa emerge dalle storie dei commercianti milanesi?

"Innanzitutto la centralità della dimensione familiare dell'impresa commerciale.

Il binomio famiglia-impresa si armonizza e completa: la famiglia è ragione dell'efficienza dell'impresa, l'impresa si riempie dei fattori motivazionali ed affettivi della famiglia".

Le storie aiutano a comprendere meglio Milano?

"Non c'è dubbio. Si coglie una grande utilità, un dato che identifica Milano: sono storie che hanno alle spalle un senso del fare, dell'operosità e una connotazione positiva del lavoro. Tutte caratteristiche di una città come Milano. Sono racconti dai quali si percepisce come Milano sia un ambiente economico-sociale che 'aiuta'. Dobbiamo inoltre tener presente che queste interviste sono state realiz-



zate in un momento non facile per le attività commerciali: dal 2001 al 2004. Sono inoltre spesso storie di milanesi 'acquisiti' che testimoniano la capacità di Milano di saper accogliere".

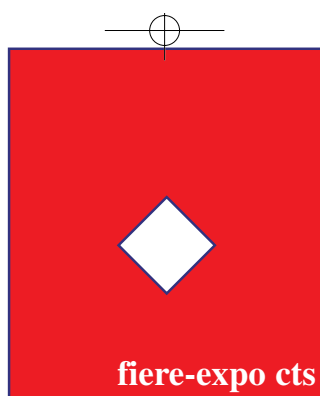
Ora che le storie de "Il commercio 'racconta' Milano" proseguiranno, qual è, come ricercatore, il suo "sogno nel cassetto"?

"Ci sarà un maggiore coinvolgimento delle imprese nella provincia di Milano, ma mi piacerebbe anche riscoltare le persone che abbiamo intervistato. Le 55 storie, non soltanto quelle pubblicate sul libro, costituiscono una vera e propria banca dati sul sistema commerciale milanese. Tornare dalle persone significa vedere cosa nel frattempo è accaduto: capire se, ad esempio, le aspettative dichiarate qualche anno prima si sono concretizzate. O, e penso alle dinamiche della successione, se sono emerse soluzioni alternative".



Giuseppe Paletta

Unioneinforma
novembre 2005



*Prime
anticipazioni
sulla rassegna
in programma
dal 18 al 21
febbraio 2006
a Fieramilanocity*



Bit for Job, Bit Green, Bit Technology

I tre "focus" della Borsa Internazionale del Turismo

Si terrà da sabato 18 a martedì 21 febbraio 2006 a Fieramilanocity la ventiseiesima edizione di Bit, Borsa Internazionale del Turismo, organizzata da EXPOcts, società controllata per il 51% da Fiera Milano e partecipata per il 49% da Unione di Milano e Confcommercio. Dopo gli ottimi risultati record dell'edizione 2005 - area espositiva netta di 56mila mq (+2% rispetto al 2004) con oltre 5.000 realtà turistiche, tra le



quali 1.600 espositori internazionali provenienti da 120 Paesi. 146.685 le presenze complessive (oltre 100.000 gli

operatori professionali) - Bit 2006 valorizza tutti i vantaggi della formula multitarget. La rassegna vedrà infatti la

presenza di differenti tipologie di domanda in momenti diversi e dedicati, e sarà aperta due giorni al pubblico e tutti e quattro i giorni agli operatori. Bit 2006 raggruppa in tre grandi "focus" - ampliati e rinnovati - le aree espositive dedicate ai temi forti del mercato turistico. Bit ha delineato tre grandi aree tematiche: formazione e lavoro, natura-gusto-aria aperta, tecnologie innovative.



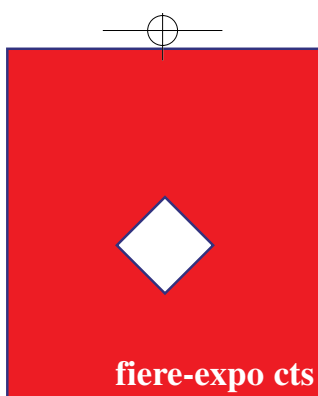
operatori professionali) - Bit 2006 valorizza tutti i vantaggi della formula multitarget. La rassegna vedrà infatti la

Bit for Job è la manifestazione concepita per favorire l'incontro tra domanda e offerta di formazione e lavoro nel turismo.

Bit for Job 2006 conferma un denso programma di seminari.

Quest'anno, saranno due i temi di punta: il comparto alberghiero e i tour operator e la comunicazione nel turismo.

Unioneinforma
novembre 2005



fiere-expo cts

Per quanto riguarda l'incontro tra turismo e natura, **Bit Green** racchiude tutte le espressioni dell'offerta "verde, gusto, aria aperta" per rispondere alle esigenze di mercati diversificati, ma interdipendenti, che ruotano intorno al turismo rurale, all'enogastronomia, al turismo eco-sostenibile e all'aria aperta. Bit Green è collocato nel cuore di Bit: per la prima volta si offre anche alle piccole realtà la possibilità di

ri, sia agli utenti, in particolare quelli "web-based". Il legame tra turismo e tecnologie, in particolare la tecnologia web, è sempre più stretto. Secondo una ricerca di Novartis, società di ricerche di mercato specializzata nel monitoraggio del web, il 55% degli italiani visita abitualmente siti di viaggi e turismo mentre il 37% utilizza la rete per programmare i propri viaggi. Un dato che diventa ancora più interessante se incrociato con il 42% di italiani che prevede di spendere più di 1.500 euro per il prossimo viaggio.

ti aveva già comprato viaggi on line e il 40% prevede di rifarlo. Ma quali le dimensioni di questo mercato? Uno studio di PhoCusWright, "researcher" specializzato nel settore, prevede che alla fine di quest'anno il mercato europeo dei viaggi on line varrà 28,6 milioni di euro, con un incremento del 49% sul 2004. Per il 2006 le previsioni parlano di un valore di 41,6 milioni di euro, e l'aumento sarà del 46%. Esempio il caso del-



**Informarsi
su Bit 2006? Visitate
il sito internet
www.bit.expocts.it.**



essere presenti in un contesto internazionale attraverso la formula "work station", un desk dedicato all'interno dell'area. Bit Green

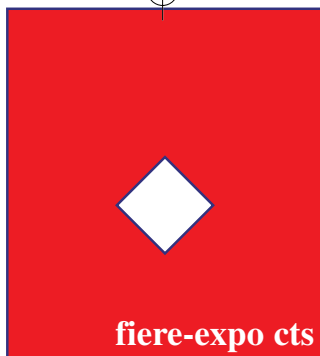
punta inoltre ad offrire agli operatori professionali un ricco calendario di seminari e convegni. Dall'evoluzione di Bit Virtual nasce infine **Bit Technology**, il focus espositivo di Bit in cui conoscere e far conoscere le ultime soluzioni, i servizi e gli strumenti tecnologici per il turismo destinati sia agli operato-



gio. Secondo un altro report, curato da Last Minute, gli italiani che utilizzano il web per acquistare viaggi on line sono il 54%. E, tra chi non lo fa ancora, più del 36% ci sta comunque pensando. Ma i vantaggi sono anche qualitativi oltre che quantitativi. In termini di fidelizzazione, ad esempio: il 50% degli intervista-

l'hotellerie: nelle strutture di dimensioni maggiori, ormai una prenotazione su 10 viene effettuata on line, con incrementi anno su anno anche del 60-70%. Nelle catene minori che hanno scelto il web come forma di prenotazione principale, la percentuale raggiunge il 15%, a fronte di una media europea che si attesta intorno al 6%. "Quelle di Bit 2006 sono tutte innovazioni di sostanza - commenta Fabio Majocchi, direttore generale di EXPOcts - Innovazioni che continuano a far crescere Bit a livello internazionale: Bit risponde alle esigenze dei mercati e valorizza i trend più significativi".

Unioneinforma
novembre 2005



Bilancio delle rassegne svoltesi al nuovo polo di Fiera Milano



Sono stati 153.000 i visitatori nei cinque giorni di manifestazione di Host ed Expotrade, le rassegne organizzate da EXPOcts nel polo di Fiera Milano a Rho Pero: 129.000 le presenze per Host (il 27% , 35.000 visitatori, proveniente da 134 paesi esteri) mentre Expotrade ha chiuso, invece, con 24.000 presenze. Host ha incrementato la superficie espositiva. In un'area di oltre 100.000 metri quadrati hanno trovato spazio 1800 aziende, di cui 350 provenienti dall'estero in rappresentanza di 35 Paesi.

"L'affluenza dei visitatori professionali in questa edizione ha battuto ogni record. - ha detto Carlo Bassi, amministratore delegato di EXPOcts - Host è una fiera che rappresenta le eccellenze italiane e il 30% in più di visitatori stranieri dimostra inequivocabilmente l'interesse per la nostra produzione". L'internazionalizzazione è uno degli assi portanti di Host, ma anche di Expotrade (Salone

internazionale del sistema del commercio) che, su uno spazio di 9.000 metri quadrati netti (+ 5% rispetto alla precedente edizione), ha registrato un incremento delle aziende straniere del 50% allargando i suoi orizzonti a nuovi e diversi mercati presenti per la prima volta alla rassegna. Un dato che in un momento di congiuntura economica non certamente favorevole dimostra quanto questa

manifestazione sia considerata un qualificato riferimento europeo del retail.



Adalberto Corsi (a sinistra) presidente di EXPOcts e Carlo Bassi, amministratore delegato di EXPOcts



segue a pag. 16 ►

Unioneinforma
novembre 2005

fiere-expo cts

Ristorazione collettiva

Nel 2004, le aziende del settore hanno aumentato il proprio fatturato dell'8,8% (983mln euro) con un +11,5% (4,6mln euro) sulla domanda interna, un +7% (601mln euro) su quella estera e un aumento dell'8% delle importazioni (24mln euro). Per il 2005 si prevede una tenuta generale dei tassi di crescita. L'Italia resta leader in Europa nella produzione del catering equipment con il 35% della produzione totale e un export che si mantiene stabile oltre il 60%. Il volume totale delle vendite del settore professionale ha raggiunto nel 2004 quota 742.000 pezzi con una prevalenza della tipologia 'freddo' (38%) sulle macchine per la 'cottura/caldo' (23%), seguita da quelle per la 'preparazione dei cibi' (21%).

Host (con Sic, Salone internazionale del caffè) ed Expotrade sono due manifestazioni strettamente correlate che hanno realizzato a pieno il concetto di 'fiere di sistema' rappresentando alcuni dei più importanti comparti del Made in Italy: ristorazione professionale, ospitalità, filiera del caffè, gelateria e franchising.



Filiera del caffè

Il mercato mondiale del caffè vede il Brasile primeggiare: da solo, produce quasi un terzo del caffè nel mondo: il suo raccolto medio, nelle ultime tre stagioni, si aggirava sui 32 milioni di sacchi (un sacco equivale a 60 kg) con esportazioni intorno ai 27 milioni. Al secondo posto tra i produttori troviamo il Vietnam, che ha superato in pochi anni la Colombia, ora al terzo posto. Altri grandi produttori mondiali sono



Indonesia, Messico, India ed Etiopia. L'intera produzione mondiale, secondo i dati dell'Organizzazione mondiale del Caffè, ammonta nel 2004 a circa 110 milioni di sacchi. In Italia, il settore è in crescita, con un fatturato di oltre 2 miliardi di euro l'anno e un milione di addetti in circa 141.000 tra bar e caffetterie, ai quali vanno aggiunti i circa 86.000 ristoranti. Il nostro Paese importa il caffè verde soprattutto da Brasile (36,09%), Vietnam (13,98%), India (13,09%), Indonesia (5,76%), Camerun (5,25%) e Colombia (3,93%):

secondo i dati Istat, nel 2004 sono stati raggiunti i 3.874.505 quintali pari a 6.457.505 sacchi. Un dato pressoché in costante ascesa se si osserva l'andamento dell'import a partire dal 1925, quando i quintali erano 422.130 e i sacchi 703.550.

Sul fronte delle esportazioni, sono circa 3.800 le tonnellate

di caffè che vanno dall'Italia verso l'estero, grazie al lavoro di circa 750 torrefattori presenti nel nostro Paese. Un capitolo a parte spetta al caffè porzionato che vive un periodo di vero e proprio boom, complice il cambiamento delle abitudini e delle esigenze del consumatore. Il caffè in pillole (cialde in carta compatte e capsule in plastica e alluminio) sta conquistando gradualmente il mercato. Nel 2004, in tutto il mondo, il volume di affari è stato di oltre 5 miliardi di porzioni e 1,7 milioni di macchine. In Italia, sono state vendute 1,5 miliardi di porzioni di caffè e più di mezzo milione di macchine per un mercato nazionale che ammonta a circa 400 milioni di euro. In generale, rispetto al 2003, i dati sono triplicati in positivo, al punto che i quattro grandi produttori di caffè (Nestlé, Sara Lee, Kraft e P&G) si sono già mossi e stanno per rilanciare sul mercato la propria offerta produttiva.

(foto di Anna Luccisano)

Ospitalità professionale

Secondo Federalberghi siamo in una fase delicata che ha visto diminuire, nel periodo gennaio-settembre, di quasi 1 milione di unità i pernottamenti degli italiani e aumentare di circa 600 mila quelli stranieri. Il risultato è una stagnazione complessiva: da gennaio a luglio il saldo valutarario segna una flessione del 19,8% con una perdita di 1,6 miliardi di euro nel periodo gennaio/luglio 2005. Ma non mancano i segnali positivi e proprio il 2006, secondo il presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca, potrebbe far segnare la svolta.

Gelato artigianale

Un'attenzione particolare ha avuto il settore artigianale del gelato che, nel 2004-2005, ha aumentato del 3% la quantità prodotta raggiungendo le 270.000 tonnellate. In Italia, il settore dà lavoro a 78.000 addetti distribuiti in 15.000 imprese con un fatturato di 3,5 miliardi di euro.

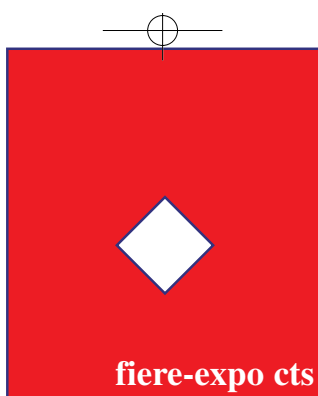


Franchising

In Italia, secondo i dati di Assofranchising, il settore si attesta intorno ai 18 miliardi di euro con 45.153 affiliati e 118.800 addetti.

Unioneinforma

novembre 2005



Lo "street food" e le novità di nicchia

Host ha dedicato ampio spazio alle novità della ristorazione collettiva, che oggi richiede standard sempre più elevati. Un adeguamento richiesto dal profondo cambiamento delle abitudini alimentari con il consumo di oltre il 50% dei pasti svolto fuori casa. Un processo in continua evoluzione che, in particolare in Italia, esige una cultura alimentare orientata alla qualità. Non è un caso visto che – come cita la fonte Nemo Lab – lo "street food" è considerato oggi uno dei settori più "frizzanti" del comparto. I single pretendono monodose facili da consumare, gli

relle di bufala. Realtà innovative e per ora di nicchia, alle quali probabilmente ci abitueremo presto e per cui la specializzazione dei macchinari professionali diventa una costante per il successo del business.

Un'indagine Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) rivela come attualmente in Italia il consumo a pranzo sia al massimo di 2 portate (40%), dove la combinazione più gettonata è quella antipasto e secondo. Tra le portate continuano a prevalere decisamente primi o secondi abbinati ad un antipasto. Meno richiesti sono i dessert

e bassa è la percentuale di chi sceglie un contorno.

E a cena? Se il 47% dei clienti forma uno "zoccolo duro" che sceglie ancora di fare un pasto completo, in pochi decidono di consumare un solo piatto, ma l'alternativa "pizza" conquista sempre più terreno an-

Shop Project

Quest'anno EXPOcts ha presentato Shop Project - Shopfitting Exhibition, vero e proprio spin-off di ExpoTrade. Il salone – organizzato insieme ad Assoarredo – avrà carattere internazionale, cadenza triennale e si rivolgerà a tutti gli allestitori. L'idea di fondo è quella di organizzare a Milano un appuntamento di rilievo capace di rappresentare la leadership italiana in questo settore.

che nella cosiddetta ristorazione tradizionale. E' il secondo il piatto che attira maggiormente i clienti. Le combinazioni più gettonate prevedono, infatti, quasi sempre questa portata, magari in abbinamento soltanto ad un antipasto o ad un primo piatto. Perdono terreno, in accordo con quanto visto a pranzo, i contorni.

Donne e ristorazione

Sempre più donne, infine, tra tavoli e fornelli, non quelli di casa, ma come professioniste della cucina e della ristorazione. Aumenta, infatti, il numero delle donne impiegate nella ristorazione. Negli ultimi 10 anni l'occupazione delle donne nel settore è cresciuta del 54% passando da poco meno di 300 mila a 450 mila unità. Sempre nello stesso periodo, sui 297 mila posti di lavoro creati dalle imprese del settore, 160 mila (pari al 54%) sono stati occupati da lavoratrici. Il ruolo delle donne è cresciuto sia nella componente imprenditoriale che in quella sul lavoro dipendente dove il 63% dei nuovi posti di lavoro parla al femminile.



indaffarati vogliono cibi pronti da mangiare. Il futuro non è solo dei minimarket completamente automatici, delle vending machine - concepite come veri e propri ristoranti automatici – ma delle panetterie che al design futurista uniscono il pane appena sfornato, come dei mozzarella bar, dove gustare ottime mozza-

NemoNext Shop I dieci trend del negozio del futuro

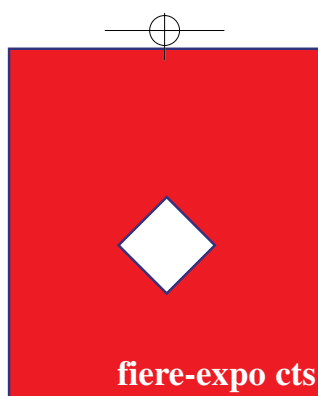
Il consumatore sarà attratto sempre più dai negozi che sapranno proporsi con una forte e definita identità. Nascono così i 10 trend dei negozi del futuro. La mostra NemoNext Shop, all'interno di ExpoTrade ha presentato a video simulazioni e case-history di questi trend.

Wow shopping. Attenzione agli ambienti e alle percezioni sensoriali: è l'intero negozio che deve stupire. Intrattenimento, formazione, sensorialità, coinvolgimento emotivo, sperimentazioni tecnologiche, iperoffer-

ta di beni e servizi, miscelanea di generi e stile anche architettonici. Tutto in un unico luogo. Tutto in un unico universo quasi onirico.

Brand shopping. Il negozio che lascia il segno: il brand come interprete e anticipatore dei cambiamenti sociali. Il no logo può attendere; la stragrande maggioranza dei consumatori è ancora inebriata. Il luogo del logo come tempio sacro raccoglie miliardi di anime devote in tutto il mondo. Mantenere questa posizione non è facile.

segue a pag. 18



fiere-expo cts

L'idea di fondo: dopo il cult-movie arriva il cult-shop.

Authentic shopping. Il negozio vero, il ritorno alle origini, il bisogno di garanzia riguardo alla qualità dei prodotti e dei rapporti umani. Fuga dalla città; vita in campagna, il sapore delle vecchie tradizioni.

Relazioni autentiche e calore umano. Una fetta sempre più consistente di consumatori fa le sue scelte sulla base di principi che esulano dalle convenzionali logiche di shopping.

Social shopping. Il negozio virtuoso che risponde all'esigenza di un acquisto connesso ad un valore etico del prodotto e del servizio. Trend in forte crescita inizialmente poco considerato e oggi rilevante anche per la grande distribuzione. Consumare meno per consumare tutti. E' la terza via a un nuovo modello di società in armonia con il mondo.

My shopping. Il negozio su misura che risponde alle esigenze di personalizzazione nell'era della globalizzazione. Il negozio diventa luogo di relazione e conoscenza non del singolo cliente, ma di ogni

NemoNext Shop

segue da pag. 17

cliente. Chiedi e ti sarà detto: come il cliente vuole il negozio.

Club shopping. Il negozio sempre "chiuso" è fatto per rispondere all'esigenza di rientrare in un gruppo sociale e di riconoscibilità interpretato come gruppo unitario o come preselezione dell'offerta in funzione dei bisogni comuni dei soci.

Solo i clienti con membership card sono benvenuti e per farne parte bisogna mettersi in lista d'attesa.

24 shopping. Il negozio sempre "aperto" risponde alla deontualizzazione degli acquisti

effettuabili sempre, senza orari, in funzione dei ritmi della clientela e del contesto urbano e sociale.

Move shopping. Il negozio molto disponibile; il negozio deve essere accessibile ovunque e in particolare nei luoghi dove c'è maggiore flusso. Il cellulare e il convenience store sono i protagonisti futuri dell'atteso boom del move shopping. L'obiettivo è il negozio sempre e ovunque. I consumatori non stanno mai fermi, vengono e vanno, e il tempo per loro stringe. L'imperativo: diminuire lo stress e il fattore tempo dello shopping.

Smart shopping. Il negozio che risponde all'esigenza dell'hyper smart shopper: un universo di consumatori in aumento. Segno dei tempi: ieri gli spacci aziendali erano la meta di pochi fanatici del risparmio disposti ad avventurarsi per tortuose strade di campagna. Oggi ci sono i factory outlet village o i designer outlet: enormi parchi commerciali per i saldi delle grandi marche.

Coach shopping. Il negozio che allena consiste nell'evoluzione del servizio alla clientela; allenare sul sistema prodotto-servizio diventa l'imperativo futuro. Il sapere è il vero potere. Il consumatore evoluto lo sa e ora pretende questo potere. Consumare conoscenze e soluzioni.



Spesa tra reale e virtuale

Il negozio del futuro fonderà virtuale con reale, rivoluzionando in modo totale l'esperienza della spesa. Il supermercato si integrerà sempre di più con la vita del cliente, dialogherà direttamente tramite web con gli apparecchi di casa. Una volta compilata la lista della spesa, grazie a una web pc tablet posizionata sul carrello, il consumatore non rischierà più di dimenticare nulla perché attraverso l'inserimento dei prodotti nel carrello l'elenco della spesa sarà aggiornato in modo dinamico. Si potrà anche fare spesa senza i sacchetti: i clienti potranno osservare il prodotto, assaggiarlo e, attraverso una tessera, ordinare la quantità desiderata che sarà imballata e consegnata al cliente al momento dell'uscita dal supermercato o direttamente a casa. La spesa sarà sempre più veloce grazie alle etichette intelligenti che dialogano con il carrello e la cassa, il frigorifero da casa avviserà se un prodotto è in scadenza o esaurito e indicherà i prodotti da comprare per preparare la cena. Shopping virtuale per il consumatore pigro che, da casa, potrà muoversi all'interno del centro commerciale come se fosse fisicamente sul posto. Potrà quindi virtualmente entrare in un negozio, toccare i prodotti esposti, chiedere informazioni e acquistarli. Comodità e sicurezza le parole chiave della spesa del futuro. Per pagare saranno utilizzate le impronte digitali.

Ristorazione: il "ritorno" dell'Apecar

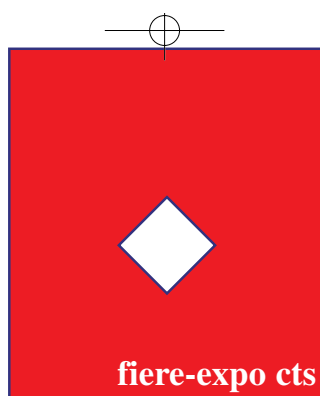
Ma il trend del futuro riguarda anche la ristorazione. All'interno di ExpoTrade la tendenza emersa è il franchising del "moving food" come risposta alle esigenze di una società sempre in continuo movimento. Si ritorna al passato: l'happy hour si consuma in strada. Hot dog, spremute, piatti etnici, insalate fresche e sandwich senza grassi si acquistano in piccoli bar su ruote che faranno rivivere il fascino dell'Apecar.

Ma c'è un futuro per il negozio di quartiere e nel centro città

Da un'indagine realizzata da Nemo su 500 visitatori di Expotrade, è emerso come il negozio del futuro per il 41% degli intervistati affiancherà alla sua funzione commerciale quella di luogo di incontro e di riferimento sociale. Secondo un altro 40%, sarà un luogo di relax dove poter ritrovare se stessi. Sono ancora pochi (19%) quelli che ritengono possibile la trasformazione del negozio in luogo dove fare cultura. Anche in futuro, per il 40% degli intervistati, il negozio dovrà essere ubicato nel centro della città o nel proprio quartiere (31%). L'accessibilità al punto vendita (parcheggi, trasporti pubblici ecc.) è ritenuto fondamentale per il 93%.

Unioneinforma

novembre 2005



Chiude con un + 30% di visitatori la mostra realizzata con la collaborazione del Sindacato Mercanti d'Arte Antica di Milano

ANTIQUARIA

Dall'arte antica all'arte moderna, passando per le arti decorative del XX secolo, il design e le avanguardie. E' lo scenario di Antiquaria 2005, la mostra mercato degli antiquari milanesi organizzata da EXPOcts con la collaborazione del Sindacato Provinciale Mercanti d'Arte Antica di Milano che, giunta alla 43ma edizione, si è svolta dal 22 al 30 ottobre al padiglione 9 di Fieramilanocity. La tradizionale mostra degli antiquari milanesi ha visto crescere del 30% i visitatori e si è rinnovata aprendosi, appunto, all'arte



Da Antiquaria 2005: caffettiera in argento (marchio dell'argentiere appartenente Stefano Sciolet II 1826-1869)

moderna e contemporanea, alle arti decorative del XX secolo e al design. Oltre 200 gli espositori per un totale di 4500 metri quadrati netti espositivi. In mostra, nella sezione antiquariato, si trovavano pregiati mobili Luigi XIV, neoclassici lombardi, veneti ed emiliani e una ricca collezione di dipinti e sculture della scuola italiana dal '500 all'800. Ammirabili anche numerosi oggetti in coppia, per arredamento oltre che per collezionismo. Dall'Estremo Oriente sono arrivati invece i Musha Ningyo, oggetti del-

l'antica tradizione giapponese, protettori dei ragazzi, figurine in legno, stoffa, carta e metallo, con il volto in lacca e gli occhi di vetro. Dalla Melanesia, in Oceania, sono giunti i tapa, manufatti della fine dell'Ottocento con valore rituale, ottenuti dalla battitura di corteccia e dipinti con motivi tradizionali.

Nella sezione di arte moderna sono stati esposti i maestri dell'arte italiana del Novecento: fra tutti Giorgio de Chirico. Per le arti decorative era ben rappresentata l'Art Nouveau con lampade, vasi di pasta vitrea, opere di ceramisti italiani e oggetti a firma Lenci, Jo Pesce e Albini. Nell'area dedicata al design e alle avanguardie contemporanee c'erano opere di collezionismo tra cui mobili, complementi e argenti, numerosi prototipi e oggetti. L'esposizione si è sviluppata sui due piani del Padiglione Nervi con momenti a sorpresa di forte impatto visivo grazie a otto grandi installazioni. Al primo piano, assieme ai pezzi antichi di grande pregio proposti dagli antiquari, il visitatore si poteva imbattere nell'esplosione di "bouilles" in vetro dell'artista Masuda Hiromi, direttamente dalla Biennale di Venezia e si poteva ammirare un'opera di design di David Palterer (tavolo con vetro) e "La casa del linguaggio" di Pier Luigi Meneghello. Da segnalare, ad Antiquaria,

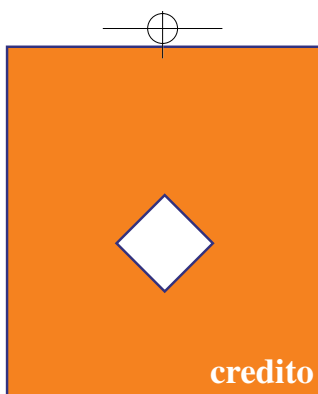
anche una mostra fotografica di Loris Cecchini e una retrospettiva del pittore Fausto Pirandello per il trentennale della morte.

"Ad Antiquaria - ha commentato Adalberto Corsi, presidente di EXPOcts - l'arte antica è restata protagonista, ma ha aperto le porte all'arte moderna, al design e alle avanguardie contemporanee, espressioni artistiche diverse, ma assolutamente complementari, che riproducono quella 'contaminazione' di stili che oggi ritroviamo nelle nostre case".

Per Ruggero Longari, presidente del Sindacato Provinciale Mercanti d'Arte Antica di Milano, la nuova formula consentiva di attirare "un pubblico più vasto e di età media più bassa rispetto a quello che ci segue da anni, ossia amanti del design, dell'arte moderna e contemporanea che riconoscono anche il valore dell'oggetto antico e che ad Antiquaria trovano l'occasione giusta".



Da Antiquaria 2005: i Musha Ningyo, oggetti giapponesi in legno, stoffa, carta e metallo realizzati, secondo la tradizione, per proteggere i ragazzi



Con Fidicomet finanziamenti agevolati da UniCredit Banca

Accordo tra Fidicomet (la cooperativa di garanzia fidi dell'Unione di Milano) e UniCredit Banca. Con la firma di questa nuova convenzione, UniCredit mette a disposizione un plafond di 5 milioni di euro per operazioni di finanziamento, assistite dalla garanzia di Fidicomet, a tasso agevolato. Nel box le condizioni previste. Le operazioni di finanziamento possono, inoltre, beneficiare di

un'ulteriore agevolazione in abbattimento tassi grazie

- ✓ tasso: Euribor 3 mesi + 1,10% (nel momento in cui si scrive pari al 3,265% circa).
- ✓ durata massima operazione: 60 mesi
- ✓ importo massimo operazione: 500.000 euro
- ✓ spese istruttoria-banca: esente

alla riduzione del tasso di interesse dell'1,5% con la Camera di commercio di Milano per investimenti produttivi.

Con 300 agenzie su Milano e provincia, UniCredit Banca assicura un'ampia copertura del territorio. Sul sito www.unicreditbanca.it è disponibile un motore di ricerca per individuare le filiali più vicine al domicilio dell'azienda.

 **UniCredit Banca**

*Per tutte le informazioni,
telefonare a Fidicomet,
027630021 o visitare il sito
internet
www.fidicomet.it*

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



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

Lettere ordinarie, prioritarie, raccomandate, posta target

Tutti i servizi di stampa e preparazione della corrispondenza

Punti di accettazione in Milano:

Via S. Andrea 10 – Tel. 0276031

Via G. Govone 26 – Tel. 02312308

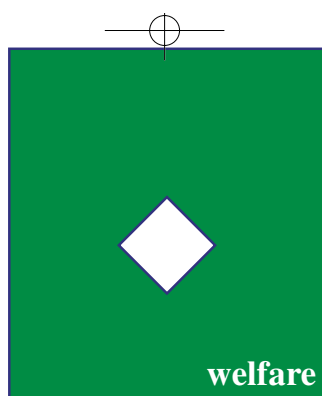
Via Rutilia 17 – Tel. 0257410200

Via Andrea Doria 30 – Tel. 0266715259



mail

Unioneinforma
novembre 2005



In un periodo in cui, tutti i giorni, sentiamo parlare del problema della previdenza in Italia, ed in cui è in fase di realizzazione il nuovo decreto ministeriale che dovrebbe veicolare il trattamento di fine rapporto dei lavoratori alle forme di previdenza integrativa, è opportuno ricordare come l'Unione del Commercio, del Turismo, dei Servizi e delle Professioni della Provincia di Milano abbia tra i propri servizi un Ente dedicato alla soluzione di queste problematiche.

Emva, Ente Mutuo Volontario di Assistenza, infatti, dal 1981 si pone come obiettivo quello offrire agli operatori del settore del terziario una

EMVA

previdenza e assistenza su misura

L'Ente Mutuo Volontario di Assistenza amplia la sua offerta ed affianca al programma di previdenza integrativa nuove soluzioni specifiche di assistenza e tutela alla persona

garanzia per il futuro loro e delle loro famiglie. L'Unione di Milano è stata tra le prime Associazioni a condividere quest'iniziativa e oggi, in una situazione di sempre maggiore incertezza sulla sostenibilità del sistema previdenziale pub-

blico, rilancia in prima persona una nuova versione dell'**Emva** per i propri associati.

EMVA si avvale di una rete di consulenti fiduciari dell'Unione che sono a disposizione degli associati presso il box EMVA in corso Venezia 49 a Milano. Inoltre per appuntamenti, informazioni, consulenza e assistenza sono attivi un **numero**

verde 800-119270

e un **indirizzo e-mail:**

EMVA-gp@gestione-previdenza.it

È possibile anche ottenere tutte le informazioni necessarie presso le associazioni territoriali dell'Unione di Milano.

L'Ente si propone agli associati con un programma rinnovato ed integrato che può essere attivato non solo dai titolari e i soci delle imprese associate all'Unione, ma anche dai loro dipendenti e familiari.

Emva infatti prevede la possibilità di costruirsi un capitale rivalutatosi a scadenza con l'aggiunta di garanzie assistenziali che vanno a coprire il rischio di invalidità grave e permanente derivante da malattia o infortunio e il rischio di premorienza durante il periodo di contribuzione.

In questa seconda situazione **Emva** liquiderà ai beneficiari designati un capitale pari alla somma di tutti i contributi versati comprensivi della rivalutazione maturata.

Nel caso di invalidità grave e permanente l'Ente provvederà a liquidare immediatamente un consistente capitale per far fronte alle spese impreviste causate dall'evento e si sostituirà all'associato nel versamento dei contributi mancanti per portare a termine il piano previdenziale prescelto al momento della sottoscrizione.

Il programma di previdenza EMVA può essere sottoscritto per una durata minima di 10 anni e massima di 20 anni, ma prevede un'estrema flessibilità contributiva che concede agli associati di poter sospendere temporaneamente o definitivamente il versamento dei contributi in relazione all'eventuale variabilità di disponibilità o necessità nel percorso contributivo.

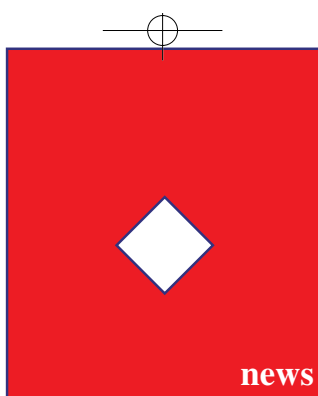


Al programma previdenziale si affianca una nuova convenzione rivolta alla tutela della persona.

Emva offre infatti delle garanzie rivolte all'associato nei casi di malattia e infortunio, dando la possibilità di sottoscrivere delle coperture assicurative quali diaria da ricovero per malattia o infortunio, invalidità permanente da malattia, infortunio e morte da infortunio.

Unioneinforma

novembre 2005



Gli incontri culturali Unione

Ha preso il via in Unione con un approfondimento sul libro di Livio Buttignol "Sun Tzu. L'arte della guerra - Riletto a uso dei manager" (Etas editore, 172 pagine, prezzo: 14 euro - recensione pubblicata su UnioneInforma di luglio/agosto a pagina 15 n.d.r.) il programma degli incontri culturali 2005-2006 promossi dall'Unione di Milano. "Nei

**Programma 2005-2006
avviato con
un approfondimento
sul libro
di Livio Buttignol
"Sun Tzu. L'arte
della guerra - Riletto
a uso dei manager"**

prossimi mesi - spiega Maria



Antonia Rossini, consigliere di presidenza Unione responsabile delle iniziative culturali - vorremmo stimolare il dibattito su temi che hanno ricadute nell'attualità: come, ad esempio, gli strumenti di rappresentanza, l'etica della responsabilità, la sicurezza alimentare". Al dibattito sul libro di Buttignol (foto sopra), aperto dagli interventi del presidente dell'Unione Carlo Sangalli e di Maria Antonia Rossini (e con il giornalista Alberto Comuzzi) ha partecipato, con l'autore, il docente della Facoltà di Scienze della comunicazione e dell'economia dell'Università di Modena e Reggio Emilia, Roberto Ravazzoni.



In Unione con Ascofoto

465 fotonegozianti al Pma Europe 2005

La presenza di 465 fotonegozianti; la partecipazione (a pagamento) di 135 operatori alle quattro sessioni dei seminari. Sono i numeri che sintetizzano il più che positivo bilancio del Pma Europe 2005 (Pma: Photo Marketing Association International - vedi

UnioneInforma di settembre a pagina 28) svoltosi all'Unione di Milano il 17 ottobre.

"Alla tavola rotonda (vedi foto n.d.r.) gli imprenditori hanno fatto il punto sul mercato della fotografia e la sua evoluzione - spiega Dario Bossi, presidente di Ascofoto - e il Minitradeshow ha consentito agli operatori di vedere tutte le principali novità nei prodotti per l'imaging". Una curiosità: fra i produttori erano presenti anche un'azienda cinese ed una malese.

TIR

**L'unico TIR omologato
per viaggiare in centro**

TIR è l'unico ciclomotore capace di trasportare fino a 100 Kg di merce (sui due portapacchi) in tutta sicurezza e nel rispetto delle norme ambientali che regolano l'inquinamento acustico e le emissioni dei gas di scarico.



**Agile, sicuro, forte, capace.
TIR: il più piccolo gigante della strada**

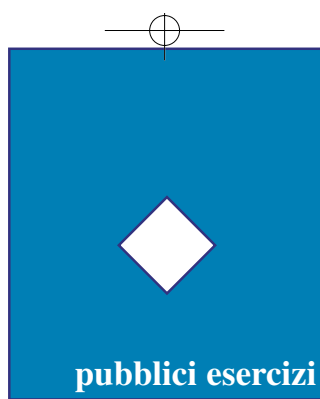


Moto Martin

Via Procaccini, 15 - 20154 Milano
Tel. +39.02.3313730 - Fax +39.02.34533032
E-mail: info@motomartin.it - www.motomartin.it

Unioneinforma

novembre 2005



pubblici esercizi

“Chi beve non guida, chi guida non beve”

Venerdì 21 ottobre presso la discoteca Old Fashion di Milano, il prefetto Bruno Ferrante - con il presidente di Epam (l'Associazione milanese dei pubblici esercizi) Lino Stoppani - ha presentato la seconda fase della campagna istituzionale “Chi beve non guida, chi guida non beve”



Lino Stoppani,
presidente Epam

promossa dal Comitato Permanente per la Sicurezza Stradale, costituito presso la Prefettura. La campagna vede l'attiva partecipazione degli operatori del Silb Milano (presidente Rudy Citterio).

Nella prima fase della campagna, nei mesi di maggio, giugno e settembre e fino all'8 ottobre, il venerdì o il sabato, il Comitato ha distribuito all'ingresso e all'uscita di alcune discoteche di Milano e provincia, attraverso i volontari della Croce Rossa e del Rotaract, un volantino per sensibilizzare i giovani sugli effetti che l'alcol può avere sulla capacità di guida. Contestualmente è stata offerta ai ragazzi la possibilità di sottoporsi ad una prova di misurazione del tasso alcolico informandoli sulle conseguenze sanzionatorie legate alla guida in stato di ebbrezza e dei pericoli di incidenti ad essa legati. In caso di esito positivo del test, i giovani erano informati della presenza, nelle strade adiacenti le discoteche, di pattuglie delle forze dell'ordine o della polizia locale che effettuavano controlli a campione con gli etilometri. Veniva quindi

Alla discoteca Old Fashion presentata dalla Prefettura di Milano con la collaborazione di Epam la seconda fase della campagna istituzionale promossa dal Comitato Permanente per la Sicurezza Stradale

offerta loro la possibilità di essere accompagnati a casa dai volontari dei City Angels. La seconda fase della campagna utilizzerà come strumenti di comunicazione manifesti, spot televisivi e radiofonici, e si svolgerà sino a fine anno. La realizzazione di tutti gli strumenti utilizzati è stata curata gratuitamente per il Comitato dalla società Adv Activa di Milano ed è stata finanziariamente sostenuta dall'Anas. Strumenti che verranno veicolati grazie al supporto e all'impegno di tutti i componenti del Comitato Permanente per la Sicurezza Stradale. Presso la discoteca Old Fashion di Milano (che aveva partecipato all'iniziativa già nei mesi scorsi) si è svolta anche una festa a tema dedicata ai giovani “Chi beve non guida-party”: presenti come testimonial della campagna il dj Ringo e la show girl Alena Seredova. Un giovane che ha subito un grave incidente stradale ha raccontato la sua drammatica



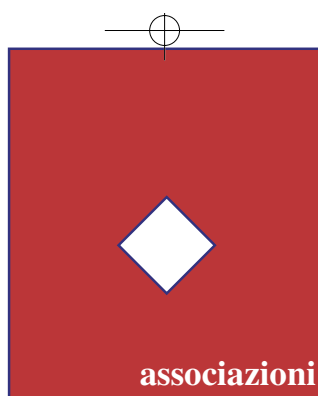
esperienza e nella discoteca è stata allestita una mostra - “Non bruciarti sulla strada” - di fotografie d'incidenti accaduti. Sono stati distribuiti volantini informativi, elaborati dal Comitato, per descrivere gli effetti dell'alcol sulla guida, nonché altro materiale di documentazione (come il bollettino informativo della

Provincia di Milano con ampio spazio dedicato alla campagna).

Distribuiti anche gadget attinenti alla sicurezza stradale; 5 caschi per moto e 5 giubbotti di protezione per la schiena sono stati invece messi in palio (mediante un sorteggio di biglietti numerati consegnati all'ingresso della discoteca) da “Cinque Anelli” di Milano; erano inoltre allestiti, all'interno della discoteca, personal computer con installati programmi di “guida sicura” - autorizzati dal Ministero delle Infrastrutture e Trasporti - per poter sperimentare la propria abilità alla guida. All'esterno dell'Old Fashion erano presenti i volontari per potersi sottoporre al test dell'alcol e davanti alla discoteca sono state collocate un'automobile e una moto “incidentate” per far vedere e capire quali devastanti effetti possa produrre un incidente.



Rudy Citterio,
presidente Silb Milano



Binasco agevola giovani imprenditori e professionisti

Interessante opportunità di finanziamento per i giovani imprenditori associati grazie alla collaborazione tra l'Associazione territoriale di Binasco - con Fidicommet (la cooperativa fidi Unione n.d.r.) - e la Cassa Rurale ed Artigiana di Binasco Credito Cooperativo. L'istituto di credito riserva particolari condizioni alle imprese (iscritte alla Camera di commercio da meno di un anno) i cui titolari hanno

Grazie all'impegno di Ascom territoriale e Fidicommet finanziamenti ad ottime condizioni dalla Cassa Rurale ed Artigiana di Binasco. Plafond di 2,5 milioni di euro

un'età al di sotto dei 35 anni e di liberi professionisti con meno di 35 anni d'età ed iscritti all'albo da meno di un anno.

La forma tecnica di finanziamento individuata è il mutuo chirografario di 5 anni (con 1 anno di preammortamento e 4 anni di ammortamento). L'importo massimo finanziabile è 50.000 euro a un tasso fisso del 2,90%. Le spese d'istruttoria sono contenute: 30 euro l'i-

struttoria standard e 2 euro la commissione d'incasso per ogni rata. L'iniziativa ha durata fino all'esaurimento dei fondi disponibili: il plafond operativo è di 2,5 milioni di euro.

Ridotti gli "spread". La Cassa Rurale ed Artigiana di Binasco Credito Cooperativo ha inoltre deliberato la riduzione dello 0,25% degli spread per le pratiche di finanziamento degli associati dell'Ascom di Binasco. Le operazioni finalizzate all'acquisto e/o alla ristrutturazione dei locali o al rinnovo e/o sistemazione delle attrezzature avranno un tasso Euribor 6 mesi + 1,25%.



Finanziamenti Accordo di Fidicommet e Ascom di Gorgonzola con la Banca di Credito Cooperativo di Inzago

Accordo tra l'Associazione territoriale di Gorgonzola e Fidicommet con la Banca di Credito Cooperativo di Inzago. L'intesa è stata siglata dal presidente dell'Ascom Paride Bolis (con il segretario Giovanni Licciulli) con i dirigenti dell'istituto di credito: "sono state approvate - rileva l'Ascom di Gorgonzola - le condizioni bancarie per i finanziamenti garantiti da Fidicommet (la cooperativa fidi dell'Unione n.d.r.) alla presenza del presidente di Fidicommet Dino Abbascià e del presidente della Banca di Credito Cooperativo Angelo Mambretti". La convenzione prevede mutui chirografari Euribor 3 mesi +1,50% e ipotecari +1,25%. Esenti le spese di istruttoria. Previste particolari agevolazioni per i soci sulle condizioni di c/c.



GRUPPO FAINI

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

CHIAMATA GRATUITA
NUMERO VERDE
800-206320

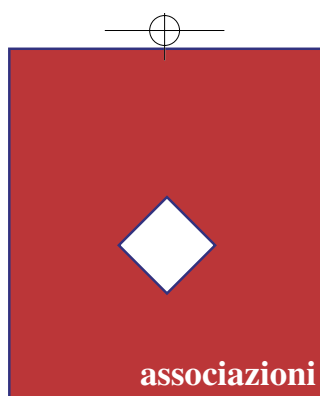
soluzioni intelligenti per...IDEE in movimento

da Faini

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

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

Unioneinforma
novembre 2005



Il 26 novembre all'Hotel Principe di Savoia il 23° convegno di Ascomed Milano

Distribuzione edile il futuro è dietro l'angolo

E' una fase di veloce evoluzione quella che la distribuzione edile sta attraversando. "Il mercato sta cambiando - spiega Giuseppe Freri, presidente di Ascomed Milano (e presidente nazionale di Federcomated) - e come Associazione dobbiamo dare un segnale forte agli operatori: dall'innovazione del punto vendita al saper indirizzare gli associati verso forme di maggiore aggregazione". Un momento importante per riflettere sarà l'appuntamento del 26 novembre all'Hotel Principe di Savoia di Milano in occasione del ventitreesimo convegno di Ascomed Milano - promosso con l'editore Tecniche Nuove - e che si intitola "Il futuro del sistema distributivo nell'industria delle costruzioni" (nella scheda maggiori informazioni sull'evento).

Futuro che ha già una scommessa molto vicina: "il 2006 sarà per noi l'anno dell'ambiente e dell'energia. Dal prossimo anno, secondo il recepimento di norme europee, le abitazioni nuove e quelle restaurate dovranno avere una certificazione ambientale. Noi stiamo operando per far sì che gli operatori della distribuzione edile possano dare questa certificazione".

Il presidente di Ascomed Milano spiega, poi, perché è importante sviluppare l'aggregazione fra

**Mercato
in rapida trasformazione.
Giuseppe Freri,
presidente Ascomed
(e Federcomated):
"puntiamo a forme
di aggregazione per
gli operatori del settore".
Per l'utenza privata punti
vendita più accoglienti.
Certificazione ambientale:
sarà la scommessa
del 2006**

imprese distributive: "il mercato si sta trasformando sia a livello nazionale che milanese. In Italia sono circa 90 le aziende che si sono già aggregate e a Milano si può lavorare molto in questo senso. Le imprese che si aggregano trovano migliori condizioni negli acquisti, ottengono una maggiore visibilità sviluppando un

marketing mirato e riescono a ridurre i costi di gestione".

Chi sono i clienti del rivenditore edile? "Artigiani, in piccola parte la grande impresa, poi il privato: settore, quest'ultimo, che per noi ha un'importanza strategica. Ecco che allora il punto vendita si trasforma - afferma Freri - diventa accogliente con show room dove l'utente può trovare sia i prodotti di base che di finitura".

"Una ricerca con 400 interviste - conclude il presidente di Ascomed Milano - ha sintetizzato gli handicap per il nostro settore: la dimensione d'impresa e la tutela del credito. Su entrambi i problemi stiamo operando perché il mercato delle costruzioni dà grandi opportunità e noi non abbiamo paura della crisi".



Giuseppe Freri, presidente Ascomed Milano (e presidente nazionale Federcomated)

Ascomed: il programma del 26 novembre

"Il futuro del sistema distributivo nell'industria delle costruzioni. Le dinamiche del settore e presentazione dei Top 200": l'appuntamento con il 23° convegno di Ascomed Milano (realizzato in collaborazione con le riviste specializzate dell'editore Tecniche Nuove e che ha come patrocinatori Ance, Andil, Assopiastrelle, Finco ed Oice) è per il pomeriggio del 26 novembre all'Hotel Principe di Savoia di Milano in piazza della Repubblica. Fra gli ospiti (con un intervento di saluto assieme al presidente dell'Associazione, Giuseppe Freri) l'assessore all'Urbanistica del Comune di Milano Giovanni Verga. Mario Verduci, segretario generale Federcomated, presenterà il convegno e Lorenzo Bellicini, direttore tecnico Cresme, avrà il compito di illustrare le dinamiche del settore e di presentare i "Top 200" con i principali gruppi d'acquisto. Alla tavola rotonda (in programma alle 19.30) sui rapporti di filiera nel settore delle costruzioni parteciperanno: Edoardo Sabbadin (ricercatore Cermes Università Bocconi e docente dell'Università di Parma), Fabrizio Schiaffonati (Politecnico di Milano), Catervo Cangiotti (presidente Andil), Paolo Beneggi (presidente Sercomated), Luca Beltrami Gadola (Impresa Gadola spa), Guido Pesaro (Cna costruzioni). Nel corso del convegno verrà presentato l'Ideario 2006 (la pratica agenda con tutta la documentazione normativa-tecnica del comparto edile) e saranno premiate da Ascomed Milano aziende della distribuzione edile. Un buffet concluderà la giornata.

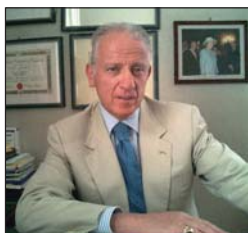
Unioneinforma

novembre 2005

associazioni

Dalla Gran Bretagna riconoscimento ad Aldo Milli

L'ambasciatore britannico sir Ivor Roberts ha conferito ad Aldo Milli, presidente onorario di Assomoda Italia, il titolo onorifico dell'Order of the British Empire. La Croce dell'Ordine dell'Impero Britannico è stata consegnata a Milli nel corso di una cerimonia svoltasi il 5 ottobre a Roma, a Villa Wolkonsky.



Aldo Milli

Nell'arco della sua carriera Milli ha svolto un ruolo di primo piano nella diffusione della moda e dell'abbigliamento britannici in Italia (e, in generale, nel sud dell'Europa).

Croce dell'Ordine dell'Impero Britannico per il presidente onorario di Assomoda Italia

Inoltre ha attivamente sostenuto e partecipato a numerose iniziative organizzate dal Consolato Generale Britannico di Milano, in particolare la British Fashion Week nel febbraio di quest'anno. Milli ha iniziato nel 1967 a Londra la sua collaborazione con Aquascutum, quale responsabile dello sviluppo delle attività commerciali con Francia, Sviz-

zera e Austria. Poi è tornato in Italia come agente generale di Aquascutum. Dal 1987 Milli è anche responsabile della rete europea di licenziatari di Aquascutum. A partire dai primi Anni Novanta Aldo Milli (successivamente divenuto anche Cavaliere del Lavoro) è stato per 12 anni presidente di Assomoda Italia, l'associazione degli agenti e rappresentanti della moda. Nel congresso del 1° ottobre – che ha visto l'elezione alla presidenza nazionale di Giulio Di Sabato (vedi *Unioneinforma* di ottobre a pagina 27 n.d.r.) – Milli è stato eletto presidente onorario dell'Associazione.

ICB

INTERNET COMMUNICATION BUSINESS

VIA VERDI 1, MELZO
Tel. 02.95722540

SPEED SERVICE

VENDITA E ASSISTENZA
PRODOTTI INFORMATICI
CREAZIONE SITI WEB

http://www.icbusiness.it

12 serate d'aggiornamento dalla metà di gennaio

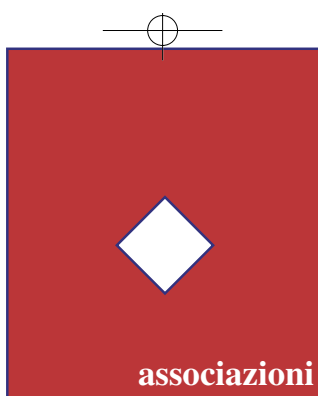
Acad: "Laboratorio avanzato di toelettatura"

Acad (l'Associazione milanese dei commercianti di animali domestici e dei toelettatori) ha istituito il "Laboratorio avanzato di toelettatura – Corso superiore di toelettatura di primo livello" che affiancherà i tradizionali corsi della scuola professionale dell'Associazione. In una nota l'Associazione spiega che "si tratta di una serie di serate di aggiornamento (a tema) riservate agli allievi che hanno già frequentato le edizioni precedenti dei corsi della scuola professionale di toelettatura dell'Acad". Ci saranno 12 serate (il Laboratorio sarà avviato in presenza di un numero minimo di allievi) che si svolgeranno presso il Capac-Politecnico del Commercio di viale Murillo a partire da metà gennaio. L'accesso al Laboratorio verrà consentito anche a quegli allievi "che potranno dimostrare un'esperienza non trascurabile nel ramo": in questo caso le domande dovranno essere corredate della documentazione comprovante quest'esperienza e saranno valutate da Acad. Per informazioni sulle serate e i costi contattare la segreteria Acad: tel. 027750216.



Unioneinforma

novembre 2005



1 995-2005: Asseprim, l'Associazione servizi professionali per le imprese, ha festeggiato il 13 ottobre i dieci anni con una serata, in Unione, dal duplice appuntamento: dapprima nella rinnovata sala Commercio di Palazzo Castiglioni; successivamente al Circolo del Commercio di Palazzo Bovara. "Ci troviamo qui oggi - ha affermato Umberto Bellini, presidente di Asseprim - orgogliosi del lavoro svolto in questi anni e pronti ad affrontare le nuove sfide che ci attendono". Bellini, che ha tracciato un parallelo fra la storia dell'Associazione (vedi box n.d.r.) e lo sviluppo, a Milano, dei servizi (l'incremento del settore dei servizi professionali alle imprese è stato, solo nella prima parte di quest'anno, del 4,1%), ha sottolineato il ruolo "da incubatore" che Asseprim - l'Associazione conta 7 settori di specializzazione - può svolgere per rappresentare gruppi di aziende dei servizi. Il presidente di Asseprim ha inoltre evidenziato l'importanza di una sempre più stretta collaborazione tra impresa associata e associazione. Ospite della serata per i dieci anni di



ASSEPRIM 10 anni

occorre sviluppare sempre più questa collaborazione: da iniziative di supporto all'innovazione tecnologica delle imprese, a bandi di sostegno finanziario, all'apertura verso i mercati esteri delle imprese dei servizi, alle iniziative formative specifiche per il settore dei servizi. Bellini ha infine anticipato futuri approfondimenti di Asseprim come un nuovo convegno sulla previdenza quando saranno definite le norme relative al Tfr.



Festa per i dieci anni di Asseprim al Circolo del Commercio con il tradizionale taglio della torta: da sinistra Stefano Pozzi (past president dell'Associazione); il vicepresidente di Asseprim Marco Schmid, il presidente Umberto Bellini, Paolo Figini (vicepresidente vicario di Asseprim) e Michele Giordano (vicepresidente) - foto di Massimo Garriboli

Asseprim, l'assessore della Regione Lombardia con delega ai Servizi, Marco Pagnoncelli. A Pagnoncelli, Bellini ha sottolineato il buon clima di collaborazione creato con l'Assessorato regionale riaffermando una serie di punti su cui

Asseprim: un po' di storia

E' nel 1995 che, in Unione, nasce Asseprim, l'associazione delle aziende che offrono servizi promozionali alle imprese e alle persone. Socio fondatore e primo presidente è Stefano Pozzi.

L'attività di Asseprim si allarga nell'assistenza ad aziende che operano nei servizi finanziari, assicurativi, di organizzazione e gestione fiere, di consulenza aziendale e servizi comunicazionali. Nel 1997 si aggiungono i settori delle ricerche di mercato e, nel 2001, l'ambito multimediale.

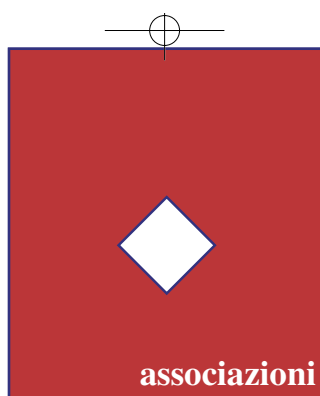
Già nel '97 il consiglio direttivo dell'Associazione è rappresentativo di tutti i settori di attività delle aziende associate. Nel 2000 l'Associazione diventa nazionale "e nel 2001 - ricorda il presidente di Asseprim Umberto Bellini, entra a pieno titolo fra quelle costituenti Confcommercio". Nel 2002 avviene il cambio del nome: da Asseprom ad Asseprim, l'Associazione servizi professionali per le imprese.



Marco Pagnoncelli, assessore della Regione Lombardia con delega ai Servizi, intervenuto alla manifestazione Asseprim per i dieci anni dell'Associazione

Unioneinforma

novembre 2005



Ascom Legnano Ferrè confermato presidente

Conferma di Paolo Ferrè alla presidenza dell'Associazione commercianti territoriale di Legnano. Completano il direttivo: Stefano Amadei, Pierangelo

Borsani, Maurizio Castoldi, Paolo Renzo Cavallari, Giancarlo Cervini, Bruno Colombo, Mariolino Costa, Franco Lattuada, Angelo Pessina, Mario Rivolta, Massimo To-

maselli, Valentino Zuccarini.

L'Ascom territoriale di Legnano associa 1.100 imprese di 9 comuni: con Legnano, Busto Garolfo, Canegrate, Cerro Maggiore, Parabiago, Rescaldina, San Giorgio su Legnano, San Vittore Olona, Villa Cortese.



Paolo Ferrè



Da sinistra: lo chef Giancarlo Morelli; Alfredo Zini, presidente dei ristoranti di Epam; Riccardo De Corato, vicesindaco di Milano; lo chef Alessandro Soldini

Ristorazione milanese e panettone "sugli scudi" a New York lo scorso 11 ottobre nella cena di gala promossa dalle istituzioni milanesi per il Columbus Day al Cipriani Rainbow Room del Rockefeller Center.

Columbus Day: a New York con Epam ristorazione milanese nel segno del panettone

Lo chef Giancarlo Morelli, con la collaborazione dello chef Alessandro Soldini, ha coordinato i cuochi americani per la realizzazione del menu e si è occupato personalmente dei dolci: charlotte al panettone con zabaglione di mascarpone e gelato al tiramisù. Scelta del panettone non casuale: "da tempo lavoriamo - afferma Alfredo Zini, presidente dei ristora-

tori di Epam (l'associazione milanese dei pubblici esercizi) presente a New York in rappresentanza di Epam - per la promozione e valorizzazione dell'autentico panettone artigianale della tradizione meneghina". A New York - con Paolo Secondo, presidente dei ristoranti italoamericani - si sono poste le basi per un gemellaggio con la ristorazione milanese.

**Adeguamento
alla legge 46/90**

VT

ELETTROTECNICA

**Tv a circuito chiuso
(impianto di sorveglianza)
con possibilità
di connessione remota
via internet**

**Condizionamento
d'aria**

**Via Inganni 84
(Milano, cap 20147)
Telefono/fax: 02416911
Valerio Tomescu
Cell. 3394560182
vtomescu@infinito.it**

**Installazione
e manutenzione
banco frigo
e celle frigorifere**

**Manutenzioni
e modifiche
per negozi e uffici**

associazioni

La guida di Acam con Assomobilità e Unione "Da oggi salgo in bicicletta"

Bicicletta: tutto quello che occorre sapere

Una guida rapida che "vuole sensibilizzare tutti coloro che già usano, ma soprattutto coloro che vogliono iniziare ad usare, la bicicletta, a farlo nel miglior modo possibile per sé e gli altri, nel rispetto delle regole del Nuovo Codice della Strada e della buona educazione per la migliore convivenza possibile tra i diversi utilizzatori della strada".



Marcello Doniselli,
presidente
di Acam

Una guida che vuole dare "utili consigli al fine di rendere la bicicletta una compagna fedele per le vostre passeggiate sia in città che fuori, dandovi la possibilità di apprezzare, attraverso questo mezzo di locomozione, la natura che ci sta intorno e la semplicità di trovare parcheggio se la usate in città".

Così il presidente di Acam, Marcello Doniselli introduce "Da oggi salgo in bicicletta", agile pubblicazione che Acam (Associazione commercianti automobilistici), Assomobilità e Unione di Milano hanno realizzato e diffuso nel periodo della recente 63° Esposizione Internazionale del Ciclo con un'anteprima a "La grande notte delle biciclette" promossa in corso Buenos Aires (vedi *Unioneinforma* di settembre a pagina 24 n.d.r.).

La guida "Da oggi salgo in bicicletta" (patrocinata

anche dal Comune di Milano) è stata stampata in 15.000 copie distribuite nei negozi che vendono biciclette e inviata alle associazioni (come Ciclobby, Aci, Megliomilano), all'Urban Center del Comune, agli ostelli della Regione e della Provincia. "Una guida rapida e utile per muoversi in modo intelligente e corretto in bicicletta" aggiunge il presidente di Assomobilità Simonpaolo Buongiardino.

"Da oggi salgo in bici", "Cenni sulla storia della bicicletta", "Materiali della bicicletta", "Componenti della bicicletta", "Consigli per la scelta della bicicletta più adatta a voi": nella guida ci sono tutte le spiegazioni per iniziare e saper scegliere la bicicletta più adatta al bisogno di ciascuno. Dal capitolo "Esco in bicicletta" la guida aiuta ad usare la bicicletta al meglio e correttamente. Ci sono i consigli su "Controlli periodici e piccola manutenzione"; si spiega come comportarsi negli "Incidenti di percorso" più frequenti cioè la foratura e la rottura della catena. Un capitolo è dedicato al "Comportamento in strada" ed altri approfondimenti sono dedicati a "Biciclette e bambini", al "Casco", a "Cortili e biciclette" (deposito delle biciclette in cortili o spazi comuni). In "Bicicletta al seguito" si trovano anche tutte le informazioni utili su come portare la bicicletta nei viaggi ferroviari e

DA OGGI SALGO IN BICICLETTA



l'ultimo capitolo "Attenti ai furti" spiega le precauzioni da prendere per rendere se non altro più difficile la sottrazione della propria bicicletta. La

COMME: possiamo dividere le gomme in due categorie: i copertoni e i tubolari. I primi sono dotati di camera d'aria, i secondi invece sono composti da una carcassa chiusa e aderiscono perfettamente al cerchio grazie a speciali collanti. Sicuramente per il neofita consigliamo il copertino molto più semplice da riparare in caso di foratura. Per quanto riguarda invece la Mountain Bike sono state studiate diverse tipi di carcassa per i diversi tipi di terreno. Da qualche anno per la Mountain Bike sono nate le ruote tubolari con lo stesso concetto automobilistico. A breve lo stesso concetto lo

potremo trovare anche nella bicicletta da strada.

CONSIGLI PER LA SCELTA DELLA BICICLETTA PIÙ ADATTA A VOI

Ora che abbiamo acquistato queste brevi nozioni su come è fatta una bicicletta è giunto il momento dell'acquisto se ovviamente non la possediamo già.

Come fare la scelta giusta? La prima cosa al di là del modello, del colore, o della componentistica, quello che dobbiamo chiederci, è: che uso ne dobbiamo fare. La dobbiamo usare



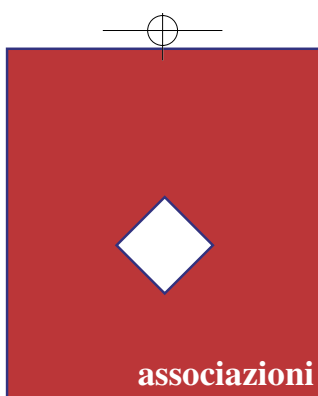
SEGNALI UTILI AL CICLISTA



guida è corredata di pratiche illustrazioni e nel retro dell'ultima di copertina sono riportati i segnali del Codice della Strada utili al ciclista.

Unioneinforma

novembre 2005



associazioni

L'assemblea regionale Figisc

Si è svolta nella sala Orlando dell'Unione l'assemblea regionale di Figisc (il Sindacato dei gestori carburanti) con la partecipazione di 350 operatori. Un'assemblea giunta in un momento "caldo" per i benzinai con l'annunciato sciopero nazionale, successivamente revocato, contro la richiesta della grande distribuzione di avere stazioni di servizio nei centri commerciali. All'assemblea di Figisc il presidente Luca Squeri ha fatto il punto sui maggiori temi d'interesse della categoria. Fra gli argomenti affrontati: la nuova assicurazione fidejussoria per l'acquisto di

carburante e il fondo di solidarietà per le vittime della criminalità nelle stazioni di servizio.



In Unione l'assemblea regionale di Figisc: primo piano del presidente Luca Squeri e veduta panoramica dell'affollata sala Orlando durante il suo intervento



Carlo Alberto Panigo

Conferma di Carlo Alberto Panigo (consigliere di presidenza Unione con delega alla provincia) alla presidenza dell'Ascom territoriale di Rho. Vicepresidenti sono Andrea Agosti e Tina Bellasio. Completano la Giunta di presidenza Angelo Brignoli e Paolo Regazzetti. Così è composto il Comitato direttivo dell'Associazione: Ivan Celli e Cesira Di Foglio

Ascom territoriale di Rho Carlo Alberto Panigo confermato presidente

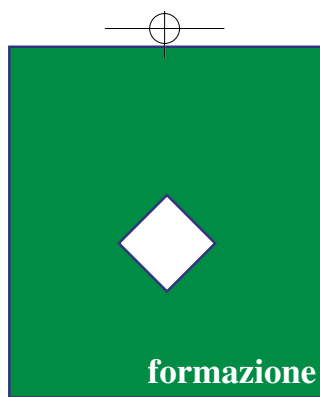
(Arese); Maurizio Latini e Luigi Losa (Arluno); Cinzia Garavaglia, Carlo Alberto Panigo, Guido Vanzulli (Cornaredo); Tina Bellasio, Luigi Bufano, Mirco Crespi (Lainate); Alessandro Bonfiglio, Antonio Ceriani e Renato Parini (Nerviano); Angelo Brignoli, Maria Grazia Meruzzi (Pero); Dante Mezzanica e Alessandra Rampini (Pogliano Milanese); Mario Rossetti e Renato Terrini (Pregnana Milanese); Andrea Agosti, Mattia Allievi, Ferdinando Binoni, Angelo Civaschi, Piero Donati, Luca Freguia, Carolina Pellegrini e Paolo Regazzetti (Rho); Anna Mencaglia e

Ambrogina Moneta (Settimo Milanese); Elisa Giorgetti e Roberto Miccoli (Vanzago).

AINeT: conferma di Biella

Conferma all'unanimità di Adriano Biella alla presidenza di AINeT, Associazione italiana network turistici. L'assemblea elettiva del 31 ottobre ha inoltre eletto come consiglieri: Ezio Cartago (Giramondo), Luca Caraffini (Bravo Net), Piergiulio Donzelli (Uvet), Antonio Stefanelli (Atlantis Travel Network), Simona Zenoni (Ventura).

Unioneinforma
novembre 2005



Capac Politecnico del Commercio accreditato dalla Regione Lombardia per tutte le tipologie formative

La Regione Lombardia ha pubblicato l'elenco dei soggetti erogatori di formazione che, avendo dimostrato il possesso dei requisiti e degli indicatori previsti dalla delibera della Giunta regionale del 16 dicembre 2004, hanno conseguito l'accreditamento SF3 valido per lo svolgimento di attività formative di tutte le tipologie previste dalla normativa vigente. In quest'ambito il Capac Politecnico del Commercio è stato accreditato quale soggetto



erogatore di: servizi di formazione volti all'assolvimento del diritto/dovere all'istruzione e alla formazione per dodici anni (obbligo formativo); servizi di formazione superiore (corsi post diploma); servizi di formazione continua e permanente (rivolti a soggetti occupati, compresi i titolari d'impresa). Il Capac ha altresì conseguito l'accreditamento per l'erogazione di attività d'orientamento (servizi orientativi di base, servizi orientativi specialistici e servizi di accompagnamento e sostegno al lavoro).

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

FOTOCOMPOSIZIONE 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>



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

Potete contattarci senza alcun impegno a questi recapiti:

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

**Divisione
IGIENE DEGLI ALIMENTI
(H.A.C.C.P. D.Lgs 155/97)**
Tel: 02/76006396
E-mail: club.haccp@unione.milano.it

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

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

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

I nostri uffici sono in
VIA SERBELLONI 7 a MILANO
Fax. 02/76017677

Unioneinforma
novembre 2005



oroscopo

Dal 10 novembre al 10 dicembre

i più fortunati sono... i nati dall'1 al 10 gennaio
i meno fortunati sono... i nati dal 23 al 30 luglio



ARIE

(21/3 - 20/4)

Mercurio insieme a Saturno è in ottimo aspetto per i nati della prima decade: spostamenti facilitati, ma soprattutto la possibilità di poter realizzare progetti importanti anche a lungo termine. La quadratura di Venere questo mese è poca cosa in un cielo così positivo per i nati di tutte e tre le decadi.



TORO

(21/4 - 20/5)

Anche se Venere aiuta, per i nati della prima decade tutto è ancora faticoso: con Giove e Saturno in posizione conflittuale, ogni attività appare rallentata. Evitate transazioni finanziarie: potrebbero verificarsi problemi economici. Anche la salute è da tenere sotto controllo. La situazione non è migliore per i nati della seconda decade: con Nettuno e Marte negativi, vivono un periodo di forte stress psicofisico. Ci saranno momenti di dubbi e di scoraggiamento: vi sentirete ingannati, avrete la tentazione di "cedere le armi" di fronte alle difficoltà. Dovrete prendervi del riposo in più, senza sforzarvi di fare cose per le quali è richiesta un'energia che in questo momento non c'è.



GEMELLI

(21/5 - 21/6)

Mercurio con Urano negativo per i nati della prima decade fa emergere contrattempi sul lavoro e nel rapporto con i familiari. I nati della terza decade con Plutone sempre contrario, devono cercare di non voler controllare a tutti i costi le situazioni perché così si rischiano contraccolpi sulla salute.



CANCRO

(22/6 - 22/7)

Giove è positivo insieme ad Urano per i nati in giugno: è un periodo fortunato in cui potrete apportare alla vostra vita cambiamenti molto positivi in ogni campo. Siate ricettivi alle novità e potrete esprimere la vostra personalità più liberamente sperimentando nuove esperienze di lavoro e personali. Buona energia per i nati della seconda decade. Per i nati a metà luglio invece, con Venere opposta, il consiglio è quello di cercare di essere più discreti e di evitare l'eccessiva indulgenza verso se stessi.



LEONE

(23/7 - 22/8)

I nati nella prima decade si ritrovano sempre con Saturno "pesante" a cui, ora, si aggiunge anche Giove. Nonostante, in questo mese, vi sia l'aiuto di Mercurio, sarà tanta la stanchezza e avrete situazioni difficili da affrontare. Attenzione alle troppe spese e alle firme di contratti. I nati della seconda decade sono sotto l'influsso negativo di Marte e Mercurio e vengono sottoposti a stress psicofisico.



VERGINE

(23/8 - 22/9)

In questo mese Urano negativo insieme a Mercurio "consigliano" i nati a fine agosto di evitare i viaggi. Altalenante anche la situazione lavorativa che dà poche sicurezze. Giove, però, vi sostiene assieme a Venere: potrete ricevere aiuti da parte di persone influenti, vivere occasioni inaspettate e momenti di spensieratezza ed allegria. Ottima l'energia per i nati della seconda decade.



BILANCIA

(23/9 - 22/10)

Il pianeta Venere, in questo mese, è "quadrato" e potrebbe portare un po' di pigrizia nell'affrontare le situazioni. Mercurio, Saturno e Nettuno appaiono comunque positivi ed aiutano gli spostamenti ed i rapporti interpersonali. Per i nati della prima decade ci sono ottime possibilità di realizzare progetti a lungo termine.



SCORPIONE

(23/10 - 21/11)

Giove nel segno aiuta i nati della prima decade che hanno

anche un bellissimo trigono di Urano e potranno affrontare cambiamenti positivi nella loro vita. Non tutto, comunque, risulterà semplice: Saturno si mette infatti di traverso causando stanchezza e rallentamenti. I nati della seconda decade devono evitare, in questo periodo, di fare troppe cose: solo così si potranno affrontare alcune situazioni che si presentano complicate.



SAGITTARIO

(22/11 - 20/12)

I nati della prima decade, con Mercurio sul Sole e Saturno positivo, dovrebbero riuscire a stabilizzare la propria vita e a trovare un equilibrio che ultimamente era mancato. Urano è sempre negativo, ma la situazione appare meno instabile. Per i nati della terza decade Plutone invita a tenere sempre la vostra salute sotto controllo.



CAPRICORNO

(21/12 - 19/1)

Tutti pianeti vi sorridono in questo mese e il transito di Venere sul Sole denota un periodo di cambiamenti positivi. Avrete a disposizione una grande energia psicofisica: è un ottimo momento per firmare contratti e per avviare transazioni finanziarie.



ACQUARIO

(20/1 - 19/2)

I nati della prima decade continuano ad essere alle prese con Saturno ed ora anche con Giove negativo. Cresceranno le difficoltà quotidiane. Anche i nati della seconda decade avvertiranno una grande stanchezza. Più serenità, invece, per i nati della terza decade.



PESCI

(20/2 - 20/3)

Urano congiunto ai nati della prima decade con Giove trigono, denota sempre un periodo di cambiamenti che vi permetteranno di esprimere meglio la vostra personalità. Potranno esserci occasioni inaspettate e improvvise. I nati della seconda decade possono contare su un'ottima energia psicofisica.

Il cielo del mese

Il Sole è nello Scorpione, entra in Sagittario il 22 novembre. Mercurio è nel Sagittario. Venere è nel Capricorno. Marte è nel Toro. Giove è nello Scorpione. Saturno è nel Leone (10°). Urano è nel Pesci (7°). Nettuno è nell'Acquario (15°). Plutone è nel Sagittario (24°). La Luna è piena nei Gemelli il 16 novembre. Il nodo lunare passa da 11 gradi a 10 gradi dell'Ariete.

(A cura di E.T.)

Unioneinforma

novembre 2005

