

informa Unione

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

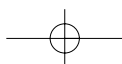
Tiziano Treu al convegno Fipe-Camera di commercio: sul lavoro a chiamata possibile trovare una soluzione

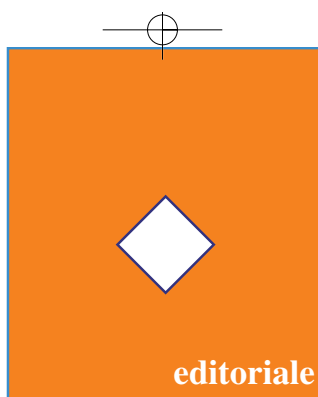


Milano "fa squadra" per Expo 2015



- Confcommercio: il falso "fattura" 7 miliardi di euro
- Albergatori lombardi: fa male al turismo Malpensa in serie B
- Agenti di commercio e protocollo welfare Fnaarc: autonomi discriminati sulle pensioni





ATTUALITA' **2**
MILANO: LE FOTO
DI UNA CITTÀ
"PROIETTATA"
VERSO EXPO 2015

ATTUALITA' **9**
CONTRAFFAZIONE:
UN MERCATO DI OLTRE
7 MILIARDI DI EURO.
L'INDAGINE
CONFCOMMERCIO

ASSOCIAZIONI **22**
INVESTIMENTI
IN TECNOLOGIA:
IL REPORT 2007
DI ASSINTEL

Unioneinforma è stato ultimato
il 2 novembre

**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**

Expo 2015: quando Milano sa "fare squadra"

L'avventura di Expo 2015 è entrata nel vivo. Nei giorni di visita degli ispettori del Bie (l'organismo internazionale deputato a valutare la possibilità di fare della città la sede della prestigiosa manifestazione), Milano ha saputo "fare squadra". E il mondo del commercio ha fatto in pieno la sua parte: camminando lungo le vie imbandierate, bastava guardare le vetrine dei negozi con le locandine a sostegno del nostro impegno per Expo 2015.

Dico subito che, per Milano, Expo 2015 è un obiettivo imperdibile. Non è un pronostico, ma il frutto di una constatazione: con le sue 3.000 multinazionali estere, le 2.000 piccolo-medie multinazionali nostrane, il 15% delle imprese italiane che fa innovazione e la seconda rete consolare dopo New York, Milano è già snodo del mercato globale. Dall'industria al commercio, dall'artigianato ai servizi, dai consumatori ai lavoratori, tutti i settori fanno di Milano una realtà economica tra le più forti d'Europa. Le eccellenze (grandi imprese manifatturiere, distretti biotecnologici, design e moda) sono la punta dell'iceberg: sotto c'è una base solida, una popolazione di imprenditori che oggi rappresentano il nuovo ceto medio, dinamico e capace di costruire ricchezza diffusa.

La Camera di Commercio di Milano - che presiedo - con le sue 400mila imprese, è la più grande Camera di Commercio d'Europa; una realtà internazionale, con 25 sedi estere, inserita nella rete delle oltre 2mila camere europee. Il nostro territorio, con Monza, ha un imprenditore ogni 8 residenti. Imprese che contribuiscono al 10% del Pil nazionale e che per il 95% hanno meno di 10 dipendenti. Milano è una città aperta e solidale, che ha fatto e continua a fare del lavoro e del fare impresa la chiave dell'integrazione reale. Qui gli immigrati hanno trovato la loro strada di "cittadinanza attiva" e ad oggi hanno creato 20mila nuove imprese, aumentate del 10,7% rispetto all'anno precedente.

Milano, che si candida all'Expo, lo fa in modo sobrio e operoso. Lo fa accettando una doppia responsabilità.

La prima è verso i suoi abitanti, perché Milano resta un laboratorio della modernità, delle nuove professioni, del design e della moda, della finanza e dell'economia diffusa, ma soprattutto un luogo di opportunità, dove realizzare sogni e aspirazioni.

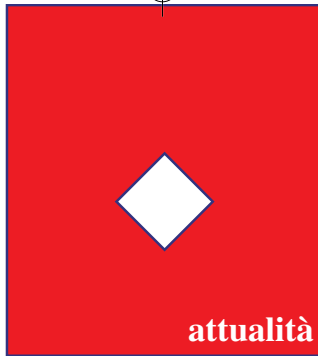
La seconda responsabilità è nei confronti di tutto il pianeta, per il fatto che il "modello" di sviluppo della piccola e media impresa può essere un esempio di come variabili economiche e sociali possano convergere, mettendo al centro l'idea di qualità. Che significa, poi, mettere al centro la persona.



CARLO SANGALLI
Presidente dell'Unione di Milano

Unioneinforma
novembre 2007





Expo 2015: Milano ce la mette tutta

Una Milano che (lo scrive nell'editoriale di pagina 1 il presidente di Unione e Camera di commercio Carlo Sangalli) ha saputo "fare squadra" tra istituzioni e mondo

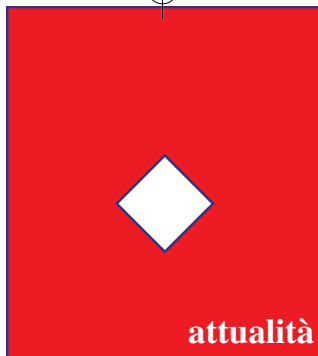
Grande impegno al fianco delle istituzioni nei giorni di visita degli ispettori del Bie (l'organismo che valuta la candidatura del capoluogo lombardo). Importante contributo anche dal mondo del commercio. La collaborazione dell'Unione con il Comune

l'Expo 2015, l'esposizione universale (incentrata sui temi dell'alimentazione e dell'acqua) che con 7 mila eventi culturali e scientifici in sei mesi costituisce indubbiamente un'occasione irripetibile per lo sviluppo economico del nostro territorio: perché gli investimenti pre-

viste dovrebbero produrre ricchezza per 10 miliardi di euro, assicurare 70 mila nuovi posti di lavoro, attrarre 29 milioni di visitatori, il 25% provenienti dall'estero. Per Milano (che è in competizione per questa candidatura con la città

visti dovrebbero produrre ricchezza per 10 miliardi di euro, assicurare 70 mila nuovi posti di lavoro, attrarre 29 milioni di visitatori, il 25% provenienti dall'estero. Per Milano (che è in competizione per questa candidatura con la città





turca di Smirne: la scelta verrà compiuta nella primavera del prossimo anno) un formidabile "volano" economico ed immagine.

Vi è stato un grande sforzo pubblico e privato per fare una buona impressione agli ispettori del Bie: una città più pulita che ha dato l'idea di partecipazione a quest'impegno per sostenere la candidatura all'expo universale. E il mondo del commercio, del terziario ha dato il suo apporto. L'Unione del commercio ha collaborato con il Comune di Milano e il sindaco Moratti: 3.000 fra negozi, pubblici esercizi, attività di servizio hanno ricevuto ed esposto locandine ed espositori su Expo 2015. Coinvolte 70 fra vie e piazze; quattromila bandiere (di Expo 2015, dell'Italia, dell'Unione del commercio) hanno colorato la città. Grazie ad un accordo con Camera di commercio (dove gli ispettori Bie si sono recati ricevuti dal presidente Sangalli) ed Amsa è stata effettuata, gratuitamente, la riverniciatura di un migliaio di saracinesche di esercizi commerciali. In queste pagine le immagini di quei giorni (parte delle foto è di Giovanni Collinetti).



Con l'esposizione universale 160 mila visitatori al giorno

Per Expo 2015, se otterrà la candidatura, Milano progetta di essere "palcoscenico del mondo" capace di attirare (vedi le stime nel pezzo introduttivo) un vasto pubblico nazionale ed internazionale. Il progetto di Milano per Expo 2015 basa le sue ipotesi su numero complessivo di 181 espositori: 120 paesi, organizzazioni internazionali, soggetti nazionali (dal Governo alle regioni ad altri organismi), aziende espositrici. Vi sarà una media di 40 manifestazioni al giorno. L'afflusso medio quotidiano stimato è di 160 mila visitatori che determinerebbero un numero medio di 320.000 spostamenti (il 7% del totale

degli spostamenti giornalieri nel territorio comunale milanese). Il tema dell'alimentazione e dell'acqua sarà declinato attraverso elementi simbolici insiti nella natura stessa di un'esposizione universale: contemporaneità, innovazio-

ne, universalità, multilateralismo, dialogo fra culture, cooperazione e solidarietà.

L'esposizione universale sarà connessa alla vita socio-culturale della città attraverso due percorsi preferenziali - la Via di Acqua e la Via di Terra -

che consentiranno al visitatore di integrare la visita ad Expo 2015 permettendogli di conoscere le eccellenze storico-culturali di Milano.

La Via dell'Acqua sarà un percorso di circa 20 chilometri che attraverserà i luoghi storici cittadini, i parchi, le aree verdi e riqualificate. Via percorribile a piedi, in bicicletta, a cavallo, con mezzi ecologici a basso consumo energetico e, in parte, navigabile su battelli. La Via di Terra (itinerario di circa 22 chilometri) consentirà ai visitatori di entrare nel tessu-

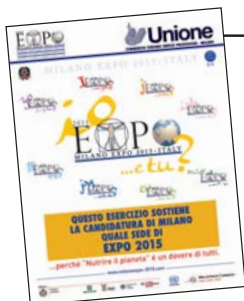
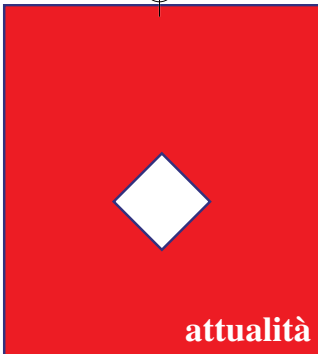
segue a pag. 5



Gli ispettori del Bie fotografati in Galleria Vittorio Emanuele

Unioneinforma

novembre 2007



segue da pag. 3

to urbano milanese per ammirare le parti storiche, ma anche i grandi progetti di riqualificazione urbana; di abbinare la visita ai padiglioni di Expo 2015 (individuata la zona del nuovo polo fieristico) all'arte, al divertimento e alla vita della città. Via di Terra percorribile a piedi, in bicicletta o su un sistema di trasporto innovativo ad elevata sostenibilità ecologica. Fra i progetti per Expo 2015 anche un intervento sull'area



dei mercati generali finalizzato a creare una "Città del Gusto e della salute".

Accadde nel 1906...

L'Esposizione Internazionale 1906: la realizzazione del valico del Sempione, della Fiera, 200 edifici, fra cui l'Acquario rimasto fino ad oggi, oltre 7 milioni e mezzo di visitatori, in una città di 550 mila abitanti, 6.266.346 passeggeri trasportati da una ferrovia avveniristica sopraelevata, un grande lavoro per l'epoca costato 13.043.873 di lire. E come un secolo fa, oggi l'Expo 2015 con il suo simbolo, l'uomo vitruviano. Il volume sull'Esposizione Internazionale del 1906, realizzato dalla Camera di commercio di Milano, con la collaborazione del Centro per la cultura d'impresa (edito da Libri Scheiwiller), raccoglie storie, documenti, immagini e loghi della prima esposizione industriale italiana di dimensioni internazionali, inauguratasi il 28 aprile 1906 a Milano.

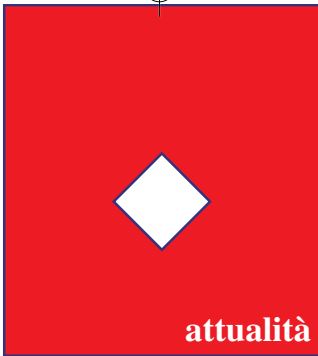
Testimonianza di come Milano aveva affrontato all'epoca la realizzazione dell'esposizione, il volume ha 33 pagine, 38 illustrazioni tra loghi, manifesti, piantine, fotografie e documenti storici. Tra i temi: la concertazione istituzionale, la competizione internazionale, i padiglioni, la piazza d'Armi, l'Acquario, la ferrovia sopraelevata, i costi per la realizzazione. "Il volume - ha dichiarato Carlo San-

segue a pag. 7



Unioneinforma

novembre 2007



segue da pag. 5

galli, presidente della Camera di commercio di Milano (e dell'Unione) -

ci offre un'immagine di Milano, come città attiva e intraprendente, creativa, aperta alle novità, capace di far fronte con successo a un evento straordinario e internazionale. Un segno di continuità nel tempo che ancora oggi rappresenta l'elemento di forza su cui costruire la competitività in una realtà diversa come quella attuale sempre più globale, innovativa e dinamica.

E l'Expo 2015 può rappresentare un'importante occasione per il futuro di Milano e del Paese".

Il valico del Sempione. L'e-

sposizione fu prevista inizialmente per il 1904, data programmata per l'apertura del valico. Tuttavia i lavori del traforo conobbero ritardi che portarono a rinviare la data della manifestazione al 1906. Grazie al traforo Milano era diventata il perno della comunicazione ferroviaria con l'Europa centrale. Il nuovo percorso riduceva la quota del valico da 1.294 a 704 metri e ciò consentiva ai convogli un'andatura commerciale più elevata.

La ferrovia sopraelevata.

Un'avveniristica ferrovia elettrica sopraelevata collegava le due sezioni della mostra, su un percorso di 1.380 metri.

La Fiera. Con l'esposizione del

1906 la piazza d'Armi venne utilizzata per la prima volta ai fini fieristici e ciò costituì un precedente di rilievo che nel 1923 influenzò la decisione del Comitato promotore della Fiera di Milano, che decise infatti di acquistare il terreno e far sviluppare per più di settant'anni la Fiera di Milano.

I padiglioni. Tanti Paesi avevano aderito all'iniziativa costruendo propri padiglioni nazionali: la Svizzera, il Belgio, la Bulgaria, la Cina, il Canada, il Sud America, il Marocco e la Russia.

L'Acquario: l'ultimo ricordo dell'Esposizione. L'Esposizione visse dall'aprile al novembre e alla chiusura

della manifestazione iniziò l'opera di demolizione. Solo l'Acquario Civico, situato accanto all'Arena, venne conservato.

Il logo e i manifesti ufficiali vennero realizzati attraverso concorso pubblico. Il logo ufficiale ha raffigurato un uomo in atto di lanciare la ruota di un treno lungo una via che porta al tunnel del Sempione. Un manifesto invece



Milano: l'insediamento della Commissione per l'Expo 2015

riporta un Mercurio alato e una figura femminile seduti su una locomotiva che sta



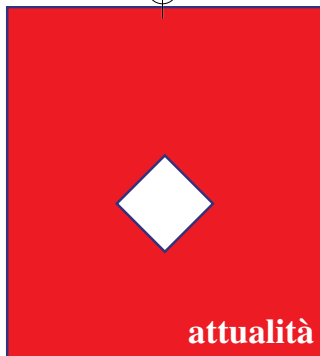
uscendo dal tunnel del Sempione con la Pianura Padana e in lontananza la città di Milano dominata dal Duomo.



Un libro della Camera di commercio ripercorre l'avventura vissuta da Milano oltre 100 anni fa per l'esposizione universale. Resta l'Acquario civico come "traccia"

Unioneinforma

novembre 2007



Indagine commissionata da Confcommercio all'Istituto Piepoli sul peso della contraffazione

Un "falso" da 7 miliardi di euro

In Italia il giro d'affari del falso ha ormai superato i 7 miliardi di euro. Lo afferma

una ricerca condotta dall'Istituto Piepoli per conto di Confcommercio su un campione rappresentativo della popolazione italiana. Ricerca presentata nella sede della Confederazione a Roma (piazza Belli) con il convegno "Un mercato contraffatto, un danno certo per le imprese, un rischio per i consumatori". Di questa gigantesca torta, una fetta di

3,3 miliardi riguarda oggetti d'abbigliamento, accessori moda e prodotti multimediali e informatici, con il numero di acquisti che ha toccato i 108 milioni. Il giro di affari complessivo per abbigliamento, accessori moda e prodotti multimediali è, più in dettaglio, così ripartito: il 56% per abbigliamento/moda (con 60,6 milioni di acquisti annui stimati di articoli contraffatti per un giro di affari di circa 2 miliardi di euro); il 35% per gli accessori moda (con 38 milioni di acquisti annui e un giro di affari stimato di 1,2 miliardi di euro); il 9% per i prodotti multimediali/informatici (10 milioni di acquisti per un giro d'affari stimato di 130 milioni di euro). L'Italia risulta il primo produt-

tore di beni contraffatti a livello europeo e il terzo a livello mondiale. Ad acquistare al-

tuale di acquisto di merce contraffatta (11%), soprattutto t-shirt e camicie (41%).



Quasi il 50% (3,3 miliardi di euro con 108 milioni di acquisti stimati) per abbigliamento, accessori moda, prodotti multimediali e informatici. Abusivismo ed internet i canali privilegiati. Chi compra contraffatto ha un'età media giovane, dai 18 ai 34 anni, in particolare donne (che nel 62% dei casi non si sentono in colpa per l'acquisto)

meno un articolo falso - sia esso di abbigliamento, accessori o prodotti multimediali, nel corso dell'ultimo anno - è stato il 16% delle persone che fanno acquisti. E' l'abbigliamento a collocarsi in pole position con la maggiore percen-

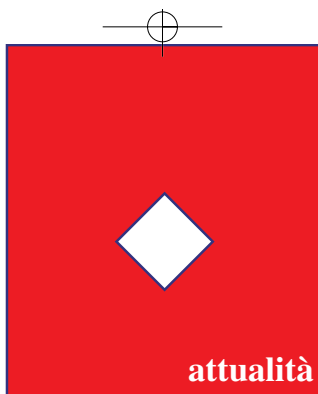
Secondo la ricerca, l'età media di chi compra "contraffatto" va dai 18 ai 34 anni: per la maggior parte si tratta di donne che, nel 62% dei casi, non si sentono in colpa per l'acquisto. Almeno il 30% della merce venduta via Internet è contraffatta. Per quanto riguarda la produzione di falsi in Italia, essa risulta strettamente legata agli stessi distretti industriali

che operano nella produzione legale. I "centri del falso" italiani ormai molto spesso si pongono unicamente come centri di mediazione: tendono cioè a non produrre più, ma semplicemente a rifinire, marcare e smistare le merci. I canali attraverso cui vengono veicolati i prodotti contraffatti sono principalmente gli abusivi, in gran parte stranieri, ed Internet. L'abusivismo commerciale riverserebbe una quota dei suoi profitti alla criminalità organizzata. Riguardo alla merce contraffatta venduta via Internet, le previsioni suggeriscono che la citata quota del 30%, secondo una prima analisi dei dati, si incrementerà ancora.

A.L.

Unioneinforma

novembre 2007



Merci contraffatte ed "usurpative"

Cos'è un prodotto contraffatto? Ed uno usurpato? In base al regolamento comunitario del 2003, per prodotti contraffatti si intendono "le merci, compreso il loro imballaggio, su cui sia stato apposto senza autorizzazione un marchio identico a quello validamente registrato per gli stessi tipi di merci, o che non possa essere distinto nei suoi aspetti essenziali da tale mar-

chio di fabbrica o di commercio e che pertanto violi i diritti del titolare del marchio". Quindi, merci contraffatte sono quelle che riproducono un marchio non distinguibile da quello

originale (identico), ma in realtà non prodotte né autorizzate dalla casa proprietaria del marchio.

Merci "usurpative" sono invece "le merci che costituiscono o che contengono copie fabbricate senza il consenso del titolare del diritto d'autore o dei diritti connessi relativi al disegno o modello, registrato o meno a norma del diritto nazionale, o di una persona

da questi autorizzata nel paese di produzione, quando la produzione di tali copie costituisce una violazione del diritto in questione ...". Merci usurpative sono perciò le copie (con fattura pressoché identica all'originale) di prodotti rinomati anche se senza marca o con un marchio che richiama o imita grossolanamente quello originale.

Il prodotto contraffatto si reperisce solitamente per le strade e, visto il suo prezzo relativamente basso, si usa con spensieratezza, senza il timore di rovinarlo perché vi è consapevolezza della sua limitata natura. Ma perché allora si acquistano prodotti contraffatti?

Le motivazioni sono molteplici. Con l'acquisto di prodotti



In un momento in cui il prezzo del petrolio supera "quota" novanta (dollari al barile) non far finalmente decollare il contratto servizio energia e non ripristinare l'agevolazione Iva del 10% sulle forniture per il riscaldamento degli edifici, significa voler perdere una grande opportunità di poter dare un efficace contributo al risparmio energetico. Lo sostiene Assopetroli che all'Unione di Milano ha promosso un convegno su "Certificazione energetica ed interventi sugli impianti termici: adempimenti ed opportunità nelle gestioni condominiali" con la partecipazione di Anaci (l'Associazione nazionale che riunisce gli amministratori di condominio e immobiliari); Cir

In Unione convegno su certificazione e interventi sugli impianti termici

Assopetroli: regolamentare il contratto servizio energia e ripristinare l'Iva agevolata

(Centro italiano riscaldamento) ed Anta (Associazione nazionale termotecnici ed aerotecnici). "Certificazione - dichiara il presidente di Assopetroli Enrico Risaliti - che vediamo con favore perché non basta un buon impianto, ma occorre anche una buona manutenzione".

"Dal 1993 stiamo aspettando la regolamentazione del contratto di servizio energia - spiega Franco Ferrari Aggradi, vicepresidente vicario di Assopetroli - attraverso il quale, stiamo parlando dei tanti dei palazzi dei centri urbani con riscaldamento centralizzato, si otterrebbe una maggiore

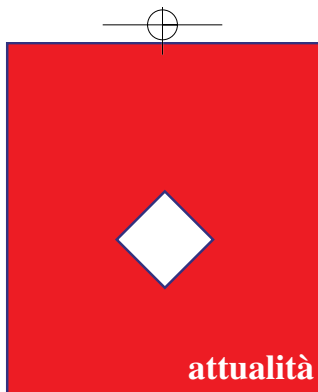
efficacia di gestione tecnologica e di uso degli impianti".

Anche il mancato ripristino dell'agevolazione Iva non aiuta certo il risparmio energetico: un risparmio diretto e immediato - rileva Assopetroli - di almeno il 20% (generato dai contratti con i relativi interventi e servizi di assistenza) per gli edifici residenziali di maggiori dimensioni tipici delle aree fortemente urbanizzate.

Risparmio ora vanificato. L'agevolazione Iva, fra l'altro, comporterebbe nel complesso un gettito positivo per l'Erario. Perché - spiega Assopetroli - il minor gettito Iva sarebbe più che compensato dall'incremento Iva derivante dal forte aumento di fatturato che si registrerebbe nel comparto proprio grazie all'incentivo. "Il piano energetico nazionale - conclude il presidente di Assopetroli Risaliti - è fermo al 1981. E' tempo di riscriverlo proprio ponendo l'attenzione al sostegno del risparmio energetico, ma anche pensando allo sviluppo delle fonti rinnovabili".

Unioneinforma

novembre 2007



contraffatti si soddisfa la fantasia di "potere"; ci si concede ciò che si vuole, si soddisfa il desiderio di essere sempre alla moda (i prodotti contraffatti riproducono i "must" della stagione) e si crede di far parte dell'élite che possiede i prodotti originali.



L'Alto Commissario per la lotta alla contraffazione (di seguito denominato Alto Commissario), con sede in Roma, via Sallustiana, n.53, in persona del Cons. Giovanni Kessler, domiciliato per la carica presso la stessa sede, e la Confcommercio, con sede in Roma, Piazza G. G. Belli, n. 2, in persona del Presidente Avv. Carlo Sangalli, domiciliato per la carica presso la stessa sede, VISTO l'art. 1 quater del decreto legge 14 marzo 2005, n. 35, convertito con legge n. 80 del 14 maggio 2005, che istituisce l'Alto Commissario per la lotta alla contraffazione con compiti di:

- coordinamento delle funzioni di sorveglianza in materia di violazione dei diritti di proprietà industriale ed intellettuale;
- monitoraggio sulle attività di prevenzione e di repressione dei fenomeni di contraffazione; VISTA la continua espansione del fenomeno, la Confcommercio ravvisa la necessità di potenziare il livello di protezione secondo linee di indirizzo basate su una più stretta collaborazione tra istituzioni pubbliche ed operatori, sull'implementazione della legislazione, sullo sviluppo della cooperazione internazionale, sul rafforzamento delle operazioni di controllo che vadano a colpire il livello organizzato dei traffici illeciti;

VISTO l'articolo 4 bis del decreto legge 10 gennaio 2006, n. 2, convertito con legge 11 marzo 2006, n. 81, con il quale vengono assegnati all'Alto Commissario i compiti di:

- assicurare il monitoraggio, anche nel settore agroalimentare, dei fenomeni in materia di violazione dei diritti di proprietà industriale e di proprietà intellettuale, nonché di coordinamento e di studio delle misure volte a contrastarli;
- assistenza alle imprese;

CONSIDERATO che la Confcommercio ritiene che occorra elaborare un piano di azione mirato a fronteggiare la contraffazione nella maniera più efficace, attraverso il monitorag-

Alto Commissario-Confcommercio Il protocollo d'intesa anticontraffazione

Pubblichiamo il testo del primo protocollo d'intesa tra l'Alto Commissario per la lotta alla contraffazione Giovanni Kessler e il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli (vedi *Unioneinforma* di luglio-agosto a pagina 5 n.d.r.). Scopo dell'accordo è quello

di dare - sulla base dell'ottimo livello di collaborazione già raggiunto attraverso la partecipazione di Confcommercio al Tavolo permanente degli imprenditori, dei lavoratori e dei consumatori presso l'Alto Commissario - ulteriore impulso alle attività per combattere la contraffazione.

Protocollo d'intesa: ecco il testo

gio, la prevenzione e la repressione del fenomeno;

CONSIDERATO che l'Alto Commissario esercita le proprie funzioni coinvolgendo tutte le Associazioni delle categorie colpite dalla contraffazione, anche attraverso l'istituzione di un Tavolo permanente di lavoro; RAVVISATA l'opportunità di dare contenuto e stabilità alla collaborazione tra l'Alto Commissario e la Confcommercio;

CONCORDANO

Articolo 1

- La Confcommercio fornisce regolarmente all'Alto Commissario i dati e le informazioni utili per il monitoraggio del fenomeno della contraffazione, nonché delle attività di prevenzione e repressione dello stesso. La Confcommercio può segnalare all'Alto Commissario situazioni e casi specifici, ove ritenga utile l'intervento dell'Alto Commissario.
- Per rispondere a tali obiettivi, la Confcommercio potrà prevedere l'istituzione di un numero verde, gestito dalla stessa, per fornire informazioni di base ed orientamenti in merito alle problematiche ed agli strumenti amministrativi e/o normativi applicabili, nonché l'attivazione di una postazione dedicata alla raccolta delle segnalazioni pervenute dalle associazioni territoriali o dalle imprese da inoltrare all'Alto Commissario.
- L'Alto Commissario utilizza i dati e le informazioni ricevute dalla Confcommercio per l'adempimento dei suoi compiti istituzionali. Ove lo ritenga opportuno, trasmette le segnalazioni ricevute alle Forze di Polizia ed all'Agenzia delle Dogane per gli eventuali sviluppi operativi.
- L'Alto Commissario può richiedere alla Confcommercio particolari approfondimenti utili al monitoraggio del mercato della contraffazione su determinate aree territoriali o di specifici aspetti del fenomeno.

Articolo 2

- L'Alto Commissario realizza il pieno coinvolgimento di tutte le Associazioni delle categorie colpite dal fenomeno della contraffazione attraverso l'istituzione di un Tavolo Permanente degli imprenditori, dei lavoratori e dei consumatori, allo scopo di creare ogni possibile sinergia.
- La Confcommercio si impegna a partecipare alle periodiche riunioni del predetto Tavolo, quale strumento idoneo per la condivisione di strategie ed indirizzi comuni e per lo studio di un quadro normativo coerente ed efficace.

Articolo 3

- La Confcommercio collabora con l'Alto Commissario nell'attività di informazione e di sensibilizzazione dei propri associati e dell'opinione pubblica sulle conseguenze negative della contraffazione e sui migliori strumenti di prevenzione e contrasto.
- Per queste finalità la Confcommercio potrà avvalersi del patrocinio dell'Alto Commissario da apporre sulle locandine da esporre negli esercizi commerciali associati o su materiale divulgativo indirizzato ai consumatori o ai propri soci, che evidenzia la violazione di legge connessa

alla vendita ed all'acquisto di prodotti contraffatti.

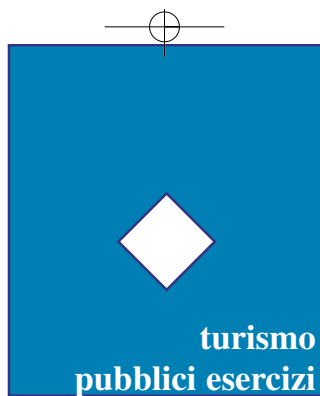
Articolo 4

- Per la realizzazione di specifici progetti, anche comunitari, per il contrasto alla contraffazione, le Parti individueranno le idonee forme di collaborazione anche finanziaria.

Articolo 5

- La presente convenzione ha durata biennale e si intende rinnovata tacitamente, salvo formale disdetta da comunicarsi almeno tre mesi prima della scadenza.
- La convenzione può essere integrata o modificata in ogni momento, con l'accordo tra le parti.





**turismo
pubblici esercizi**

Con Pietro Ichino, Maurizio Sacconi e Tiziano Treu a Palazzo Giureconsulti il convegno "Nuova economia – Nuovo lavoro", organizzato da Fipe in collaborazione con la Camera di commercio di Milano



Il palazzo dei Giureconsulti che ha ospitato il convegno

Relazioni sindacali moderne per meglio investire su chi lavora

una nuova cultura del lavoro. Questo significa, secondo Stoppani, una modernizzazione delle relazioni sindacali che permetta alle aziende di investire sui lavoratori; una for-

adeguata alle necessità di flessibilità del mercato del lavoro. E se molti relatori della tavola rotonda, compreso il giuslavorista Pietro Ichino, rimandano la soluzione di molte questioni alla contrattazione di secondo livello, Stoppani rileva come le piccole e piccolissime aziende (di cui il settore è composto) possano avere più di una difficoltà a gestire la complessità. Prima di Stoppani, Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio, della Camera di commercio (e dell'Unione di Milano) ha ribadito che "la questione

“I problemi del lavoro sono al centro del dibattito etico e sociale”: così Lino Stoppani, presidente di Fipe, Federazione italiana pubblici esercizi, ha iniziato i lavori della tavola rotonda su “Nuova economia – Nuovo lavoro”, organizzato da Fipe a Palazzo Giureconsulti in collaborazione con la Camera di Commercio di Milano (e moderato dal giornalista Enrico Cisnetto). A Tiziano Treu, presidente della Commissione Lavoro del Senato e relatore del convegno, Stoppani ha ricordato che l'economia corre, e le sue regole si uniformano a livello mondiale. Non altrettanto accade, invece, per le regole del lavoro: così anche nel turismo l'Italia subisce la concorrenza di altri Paesi che hanno un costo del lavoro più basso. La soluzione è in

stire sui lavoratori; una for-

Lino Stoppani, presidente Fipe: occorre una formazione di più alto livello e una rete di protezione sociale adeguata alle necessità di flessibilità del mercato del lavoro. Carlo Sangalli, presidente Confcommercio (e Unione): completare il disegno riformista della legge Biagi

mazione di ben più alto livello rispetto a quella attuale (che invogli i giovani a lavorare nel settore turistico); la costruzione di una rete di protezione sociale



Lino Stoppani

Unioneinforma

novembre 2007



Pietro Ichino

aperta non è certo il superamento della legge Biagi, ma, al contrario, il completamento del disegno riformista della legge Biagi". Completamento che "non sarà gestibile per via contrattuale, perché richiede un percorso legislativo che va dallo Statuto dei lavoratori alla riforma

degli ammortizzatori sociali. Il Protocollo sul welfare avrebbe dovuto assumere come obiettivo comune dell'impegno del Governo e delle parti sociali, un patto per la produttività, un patto per la società attiva, a cui concorre anche un riformato sistema di sicurezza sociale". Anche Maurizio Sacconi, membro della Commissione Lavoro del Senato, ha richiamato la necessità di un nuovo sistema di sicurezza sociale, per passare da un "welfare to retirement a un welfare to work". Una ricetta che prevede, tra una diversa tassazione per quella

parte di salario frutto della "complicità" tra lavoratore e datore, come lo straordinario, i premi di produttività, le liberalità e così via. Tanto più

nel terziario, dove la contrattazione di secondo livello può essere territoriale, grazie anche alla presenza degli enti bilaterali.

Treu: può esserci una soluzione per il lavoro a chiamata

Ecco come Tiziano Treu, presidente della Commissione Lavoro del Senato, ha affrontato alcuni punti che riguardano direttamente il terziario

Protocollo sul welfare poco attento al terziario? "Il Protocollo è un punto di equilibrio accettabile rispetto all'attuale situazione politica. Abbiamo una difficoltà, trasversale alle diverse maggioranze, tra il disegno di un'Italia ideale e la realtà. E francamente non comprendo le ragioni di merito che hanno indotto Confindustria a non sottoscriverlo. Diverso è semmai il discorso sul metodo, sul quale Confindustria ha qualche ragione".

Cancellazione del lavoro a chiamata: chiaro indizio di disattenzione verso il terziario? "La figura del lavoratore a chiamata che abbiamo cancellato è quella di una persona che vive vicino al telefono, in attesa di una telefonata del suo datore di lavoro, che può arrivare come non arrivare. Mi sembra invece che la figura cui fanno riferimento gli operatori della ristorazione sia molto diversa. E dunque credo che una soluzione per le loro richieste si possa trovare. Ad esempio, si potrebbero considerare le chiamate successive alla prima come un proseguimento del rapporto di collaborazione breve snellendo così notevolmente gli adempimenti burocratici".

Servizio
a cura di
S.B.

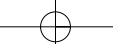


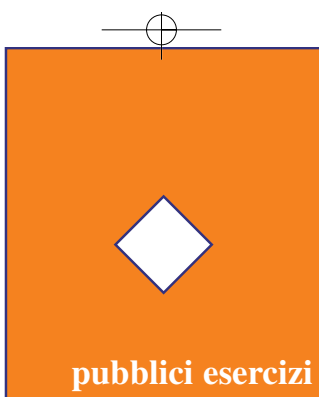
Tiziano Treu

L'economia dei servizi "vale" il 60 per cento del Pil italiano e il 40 per cento dell'occupazione. Come darle più slancio?

"Il problema è che anche nei servizi alle persone e alle imprese il nostro Paese innova poco. Dobbiamo ripensare all'istruzione e alla formazione in questo settore. Credo, però, che molto si possa fare utilizzando bene la contrattazione decentrata. Certo, dobbiamo rivedere il nostro sistema di welfare in modo che la flessibilità non si trasformi in precariato. Ma ritengo che le parti sociali, attraverso il contratto, possano introdurre molte novità positive, soprattutto là dove le relazioni tra

associazioni datoriali e sindacati sono buone, come nel caso del settore del turismo".





pubblici esercizi

**Bus by Night.
Concediti il lusso
di un autista
personale.**

**Dopo una notte in disco, prendi Bus by Night:
ti porta dove vuoi e paghi solo 1 euro.**

Dal 9/11/07 al 10/2/08 tutti i venerdì e sabato notte.

Partenze	Orari	Destinazione
via Valtellina ang. via Stevio	h. 4,00, 5,00	Fino a... dove vuoi, purchè all'interno del comune di Milano
viale Milton ang. via Pagano	h. 2,00, 3,00, 4,00, 5,00	
viale Sturzo ang. c.so Como	h. 2,00, 3,00, 4,00, 5,00	
piazza XXIV Maggio	h. 2,00, 3,00	
viale Umbria ang. via Tito Livio	h. 4,00, 5,00	
viale Umbria ang. c.so XXII Marzo	h. 4,10, 5,10	
via Castelbarco ang. via Tantarini	h. 4,00, 5,00	
via Ripamonti ang. via Pietrasanta	h. 4,10, 5,10	

Comunicare la destinazione all'autista.
Biglietti in vendita anche a bordo a 1 euro.

Milano Comune di Milano in collaborazione con ATM Azienda Trasporti Milanesi S.p.A. Epam Associazione Gestori Locali da Ballo Silb

Il Comune di Milano, in collaborazione con i gestori dei locali da ballo (Silb) aderenti ad Epam, l'Associazione milanese dei pubblici esercizi e con Atm - l'azienda pubblica di trasporti - ripropone l'iniziativa "Bus by night" per i frequentatori delle discoteche.

Torna a Milano il "Bus By Night"

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 Bal-

dassarre, Lorenzo Malagola e Pierfrancesco Maran. "Bus By Night" torna attivo da sabato 10 novembre sino al 10 febbraio 2008, al costo della tariffa ordinaria urbana di un euro; il biglietto è acquistabile a bordo. I capolinea di partenza, otto in tutto - il doppio rispetto a quelli della prima edizione sperimentata a luglio - sono stati individuati nelle aree più frequentate dai giovani dove

**Fino al 10 febbraio
ritorna nelle strade
milanesi
il "Bus by night"
su iniziativa
del Comune di Milano
e in collaborazione
con i gestori dei locali
da ballo (Silb) aderenti
ad Epam, l'Associazione
milanese
dei pubblici esercizi**

è concentrato il maggior numero di locali notturni: via Valtellina, viale Milton, corso Como, piazza XXIV Maggio, viale Umbria in due punti, via Castelbarco e via Ripamonti. Dalle 2 fino alle 5,10 del mattino, con orari dif-

ferenziati a seconda del capolinea, i bus Atm (da 16 posti ciascuno per 32 corse complessive) sono pronti a partire per qualsiasi destinazione all'interno del territorio comunale milanese. I gestori dei locali da ballo (Silb) con il supporto Epam - Unione promuovono la campagna di informazione per l'uso di questo mezzo di trasporto notturno.

A.L.

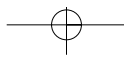
Milano: 75 anni di attività per il Caffè Panzera

Settantacinquesimo anniversario di attività per il Caffè dei fratelli Panzera in piazza Duca d'Aosta a Milano (Stazione Centrale). Giancarlo Panzera è stato premiato dall'Epam e dall'Unione: nella foto Panzera è al centro (con il riconoscimento ottenuto) fra il segretario generale Unione Gianroberto Costa (a sinistra) e il segretario di Epam Claudio Salluzzo.



Unioneinforma

novembre 2007



Il commercio "racconta" Milano

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

Civardi, fioristi a Paullo



Erminio e Clelia
il giorno del matrimonio (1952)

Clelia davanti al nuovo negozio
di via Milano (1969)



La famiglia Civardi celebra quest'anno i cinquant'anni di attività: dal 1957, infatti, è aperto il loro negozio di piante e fiori a Paullo, a sud-est di Milano. Anche in questo caso (come per alcuni dei colleghi intervistati in questi anni) il lungo e fortunato percorso commerciale inizia casualmente e in seguito ad una disavventura professionale: il licenziamento della signora Clelia Zanaboni dopo la nascita della figlia Norma e la conseguente necessità di chiedere permessi per accompagnarla a frequenti visite mediche: a pochi mesi, infatti, la bambina era stata ingessata a causa di un problema alle anche e necessitava di controlli periodici.

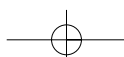
L'idea di aprire un negozio di fiori era dunque nata sia dalla necessità di trovare una nuova occupazione – che permettesse di conciliare i tempi del lavoro e la cura della figlia, esigenza molto sentita dalle donne che lavoravano fuori casa negli anni '50 – sia dalla consapevolezza dell'assenza di tale attività in paese: gli stessi coniugi Civardi nel 1952, in occasione del proprio matrimonio, erano dovuti andare a Lodi ad acquistare i garofani bianchi per la cerimonia. A ciò si aggiungeva, da una parte, la passione di Clelia per i fiori; dall'altra l'occasione di rilevare la licenza di vendita da un conoscente che da pochi mesi aveva tentato di avviare un'attività per il figlio alla quale, quest'ultimo, non era però interessato.

E' proprio questo episodio a convincere i signori Civardi a tentare questa strada: si concretizza così la proposta di rilevare la licenza da fiorista durante una conversazione nel circolo cooperativo del paese che Erminio, ex partigiano, frequenta abitualmente in quanto militante del Partito comunista e suo rappresentante in seno al consiglio comunale dal 1951 al 1985 nonché più volte assessore e vicesindaco:

"Durante la guerra – ricorda Erminio - ho cominciato a conoscere la vita, a conoscere il fascismo, il comunismo, a conoscere gli antifascisti perché io lavoravo alla Caproni e fui chiamato per andare a lavorare in Germania, ma non mi presentai".

Come ricorda lo stesso Civardi, "Un giorno in cooperativa si parlava, e lì c'era proprio un fiorista il quale era qualche mese che aveva preso un negozietto qui a Paullo, aveva preso un locale; allora nel parlare io gli dico: 'Vede, hanno licenziato anche mia moglie, adesso, per la bambina...'. e lui fa: 'guarda, ho preso un negozio, sarà qualche mese, credevo di dare un lavoro a mio figlio e invece gli piace più giocare. Così, se vuoi'. Ne ho fatto due parole con mia moglie, abbiamo raccolto un po' di informazioni e zac, abbiamo deciso. E difatti, abbiamo stipulato il contratto: ma con poco me lo ha dato, un localino, 3-4 mensole. La nostra casa era a circa 150 metri, lei allora poteva stare con la bambina e lavorare".

CCLXIX





Veduta dall'alto dello stabile dove si trovano il negozio e le abitazioni della famiglia Civardi (anni '90)

Clelia mentre lavora nella serra del suo negozio negli anni '70



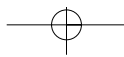
Si apre, così, il primo negozio, in affitto, in via Matteotti, nel centro di Paullo: Clelia, fino ad allora operaia in una cartiera a Milano, si inventa una nuova professione a partire dal suo amore per i fiori, dividendosi tra negozio e figlia, sempre affiancata dal marito che, però, mantiene il suo lavoro in una fabbrica di macchine per caffè a Milano. Nei primi tempi, poi, contano anche sull'aiuto di Bruno Negri, il fiorista da cui hanno avuto la licenza, che insegna loro come confezionare le composizioni di fiori per le cerimonie: "all'inizio c'era quello che mi aveva dato il negozio a dare una mano: quando faceva le corone noi avevamo in mano i fiori, lo aiutavamo a legare, a pre-

parare il materiale, e poi lui le faceva. Le corone erano tutte di paglia, bisognava rivestirle, legare con il filo di ferro (ma non c'era quello che c'è adesso). Per fare un cesto bisognava prendere l'erba o lo scarto dei garofani, metterli dentro, poi legare il garofano, mettere dei legnetti, delle stecche", racconta il signor Civardi, e continua sua moglie: "Ho imparato così; dalla cartiera sono passata ai fiori senza nessuna preparazione. Ho sempre avuto passione, però, per i fiori, anche mia mamma me lo diceva sempre, con i gerani o altri fiori da poco che si potevano avere, perché soldi non ce n'erano. All'inizio il lavoro era pesante, ma non era granché tanto: avevo la casa avanti qualche metro e il negozietto era lì, e facevo avanti e indietro. Facevo anche le consegne: dovevo chiudere il negozio, ma erano poche e poi il paesino era piccolo.... Tante volte stavo mezza giornata così a far niente perché non veniva nessuno e allora chiudevo e andavo a casa: quando c'era gente in negozio venivano a chiamarmi dal bar di fronte, eravamo amici".

Nei primi tempi il lavoro è abbastanza semplice perché i prodotti da trattare sono pochi – "garofani e gladioli e margherite: non c'era tanto da scegliere, c'erano anche le rose, ma le rose costavano.... Oppure piante comuni che al giorno d'oggi non esistono neanche più" ricorda Clelia insieme alla figlia Norma: "l'aspedistria, l'araglia, la sanseveri, lo springeri, i gerani: era più semplice perché c'erano quei due tipi lì, prendevi quei due tipi e finiva lì".

Anche le composizioni sono simili e ricorrenti, in base alle occasioni: per i matrimoni negli anni '50 si usano solo i garofani, seguiti poi da gladioli e gerbere, e spesso non vengono nemmeno confezionati, ma consegnati direttamente alle suore che li distribuiscono nella chiesa.

Di conseguenza anche il rapporto con i fornitori è più immediato: questo è compito del signor Civardi che il sabato mattina, prima di entrare alla Pavoni, la fabbrica in cui lavora, si reca al mercato all'ingrosso di Milano, in piazza Grandi, per acquistare i fiori recisi. "Facevo tutta la spesa lì e io andavo a lavorare. Poi il grossista confezionava il pacco e lo spediva alla cor-



Il commercio “racconta” Milano

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



La chiesa addobbata da Erminio e Clelia in occasione del matrimonio della figlia Norma (1975)

Un esempio di composizioni floreali realizzate da Norma



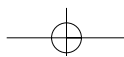
riera per Paullo – arrivava col pullman ‘sto mazzetto di fiori, sottolinea Civardi – e allora mia moglie andava alla corriera e caricava, ‘sto fagotto sulla bicicletta”. Quando poi occorre fare acquisti più copiosi sia di fiori che di piante in vaso in occasione delle festività o ricorrenze, si ricorre ancora all’aiuto dell’amico fiorista: “Avevamo solo la bicicletta con un cesto dietro, però quando c’era da fare un acquisto – Natale, Pasqua o la festa della mamma – allora

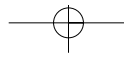
quello che mi ha dato il negozio aveva una giardinetta e mi portava dove c’erano i viva!”.

Nel 1960 i Civardi decidono di trasferirsi in un nuovo negozio un po’ più ampio, sempre in affitto, in via Milano – “avevamo una cosina piccola, un retro che era un metro dove, però, si poteva lavorare per le confezioni” – e decidono di acquisire una nuova licenza per la vendita di frutta e verdura, per cercare di incrementare il giro di affari – “soldi in quel momento non ce n’erano e i fiori andavano pochissimo, anche per i matrimoni facevano quattro fiori recisi non è che facevano cesti e confezioni come adesso: e allora ho messo un po’ di frutta e verdura insieme, essendo più grande il negozio e l’affitto più alto”, ricorda la signora Clelia. “Allora da una parte del negozio c’era tutta verdura, dall’altra parte si trovavano tutti fiori e la vetrina”. Negli anni ‘60, poco alla volta, aumentano i consumi e si affermano nuove abitudini anche relativamente ai prodotti floreali: “La gente cominciava a fare i regalini, le corone si facevano ormai qui invece di andare a Lodi” e il negozio dei Civardi comincia ad affermarsi e svilupparsi. Contestualmente si avvertono le prime avvisaglie di quel boom edilizio che a cavallo tra questo decennio e il successivo investe tutta la provincia milanese, sulla scorta della poderosa ondata migratoria verso il “triangolo industriale”: anche Paullo vivrà questa stagione di grandi trasformazioni, anche se più marginalmente e limitatamente all’edilizia civile, avendo un territorio piuttosto limitato, non consono all’edificazione di nuovi stabilimenti.

Nel 1967 Erminio decide allora di licenziarsi per dedicarsi a tempo pieno all’attività di famiglia, anche se inizialmente mantiene un piccolo incarico a domicilio da parte del proprio datore di lavoro: “Alla Pavoni c’era un padrone che mi voleva bene e allora mi ha chiesto: ‘ma dopo ce la fai (solo con il negozio)?’ e tutti i lunedì veniva col camion, mi portava il lavoro, mi dava del materiale da finire e poi lo riportava via la settimana successiva”.

CCLXXI





Il commercio "racconta" Milano

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



La famiglia Civardi in negozio
(da sinistra Erminio, Clelia, Norma,
Walter)

L'anno successivo decidono di compiere un ulteriore passo e prendere un negozio di proprietà: acquistano allora un terreno e fanno costruire il punto vendita e l'abitazione, sempre sulla via commerciale del paese, ma più in periferia, verso Milano. Come ricorda il signor Civardi, "tutte le volte che c'era da pagare l'affitto facevamo un salto. Un giorno, nel passare qui, ho visto questo angoletto e abbiamo acquistato il terreno. Amici costruttori ci hanno aiutato e abbiamo fatto la prima casetta, a un piano solo, con il negozio. Allora, eravamo un po' fuori, però qui adesso si è riempito tutto. Poi la gente che ci conosceva veniva facilmente a trovarci. Dopo abbiamo costruito il sopralzo per la figlia".



Walter in laboratorio mentre prepara una corona

Gli anni '70 vedono la definitiva affermazione del negozio e l'implicita conferma delle scelte operate dai coniugi Civardi: anche Norma, dopo il diploma, decide di dedicarsi a tempo pieno all'attività dei genitori, che segue e ama già da piccola, cresciuta con il profumo dei fiori e la passione per le composizioni. Nello stesso periodo, su suggerimento dell'Amministrazione comunale, si avvia una piccola attività ambulante la dome-

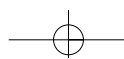
La vetrina delle composizioni di fiori finti

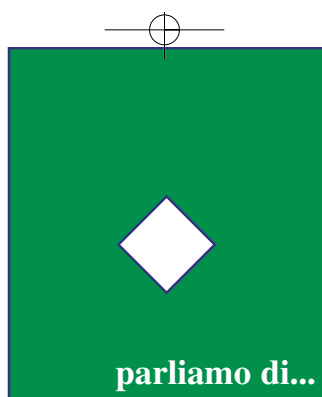


ambulante davanti al cimitero, a rotazione insieme agli altri tre fioristi che nel frattempo hanno avviato altrettanti nuovi negozi in paese. Nel 1973-74 anche Walter Baggi, fidanzato della figlia, comincia a dare una mano in negozio nel tempo libero, come lui stesso ricorda: "Lavoravo a Milano in un ufficio esportazioni; ho cominciato a frequentare Norma nel '73 e subito anche il negozio, dopo 15 giorni che ero qui mi hanno mandato al cimitero a vendere i fiori!". Anche il genero si appassiona a questo mestiere che impara sul campo e perfeziona frequentando un corso al Capac di Milano e a cui si dedicherà a tempo pieno nel 1992, quando insieme alla moglie rileverà il negozio dei suoceri.

Sara Zanisi

(con la collaborazione di Sara Talli Nencioni)





Presa di posizione della Giunta esecutiva di Federalberghi Lombardia

Fa male al turismo Malpensa in "serie B"

No a un aeroporto di Malpensa di "serie B". La Giunta esecutiva di Federalberghi Lombardia (riunitasi a Osio Sotto-Bergamo) esprime netta contrarietà a soluzioni che, per l'effetto della crisi e delle scelte su Alitalia, limitino l'importanza dell'hub di Malpensa con l'eliminazione di voli internazionali ed intercontinentali.

La compagnia di bandiera non abbandonerebbe, per il momento, gli slot dell'aeroporto, ma per gli albergatori lombardi - sono oltre 2.500 le imprese alberghiere in Lombardia - restano immutate e condivisibili le preoccupazioni espresse nel documento su Malpensa che il presidente della Regione Formigoni ha inviato ai soggetti promotori del Patto per lo sviluppo.

**Remo Eder,
presidente
degli albergatori
lombardi:
indotto a rischio
con l'hub
depotenziato**

"Il turismo lombardo - afferma Remo Eder, presidente di Federalberghi Lombardia - ha tutto da perdere con Malpensa 'dimezzato': solo a Milano - che con 7,8 milioni di presenze alberghiere all'anno rappresenta, dopo Roma, la seconda meta turistica - verrebbero a mancare 800.000 turisti con una perdita giornaliera di 1,5 milioni di euro (stima Camera di Commercio milanese, vedi *Unioneinforma* di ottobre a pagina 4). Fra turismo e turismo d'affari la

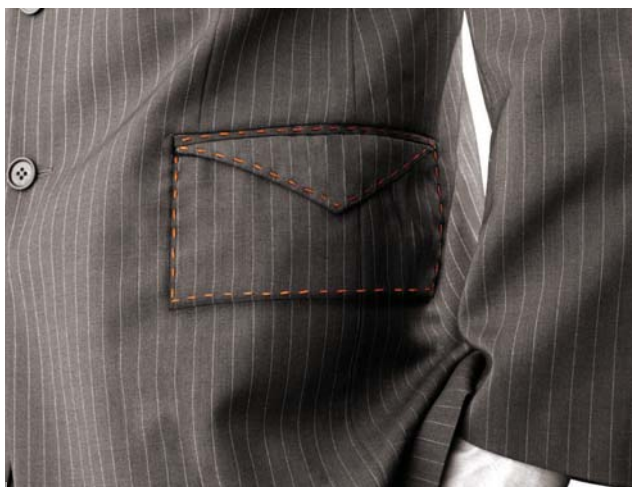
spesa media pro capite, nel capoluogo lombardo, è di 330 euro (180 euro per l'alloggio).

"Ma il problema non riguarda soltanto Milano - sottolinea Eder - perché il turista, una volta atterrato a Malpensa spende, consuma e fa girare l'intera economia lombarda. Un



Remo Eder

indotto che la Lombardia non può e non vuole perdere".



Nasce la posta fatta apposta per il business.

Dedicata alle imprese, nel segno dell'affidabilità.

TNT Post è il primo operatore postale privato italiano e fa parte dell'olandese TNT Group.

TNT Post assicura un servizio postale interamente dedicato al business e alle sue esigenze di efficienza e di affidabilità: grazie ad un sistema di recapito altamente innovativo e una rete distributiva capillare,

TNT Post è in grado di recapitare le vostre lettere e di gestire l'intero processo di postalizzazione attraverso servizi pre e post recapito, che offrono uno standard qualitativo sorprendente.

Provate TNT Post: il partner che cambierà il vostro punto di vista sulla posta.

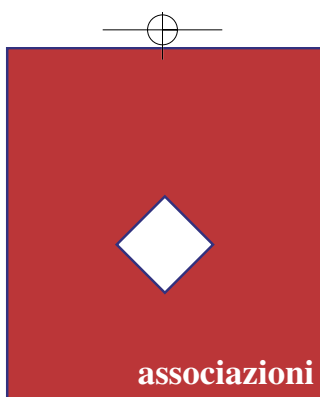
Numero Verde **800.778.277** www.tntpost.it

La nuova formula della posta.

TNT | post

Unioneinforma

novembre 2007



Epam-Assofood In fiera "Cono d'oro" internazionale

"Fantasia Gelati" di Napoli (piazza Vanvitelli 2) ha vinto il 33° concorso "Cono d'oro" promosso nell'ambito di Host (il Salone internazionale dell'ospitalità professionale – vedi le pagine 26 e 27 n.d.r.) dal Gruppo gelatieri milanesi costituito da Assofood ed Epam. Seconda classificata la gelateria savonese "Crema di Gelato" (ha vinto la coppa messa in palio dall'Unione di

Milano) e al terzo posto la gelateria "Cream Garden" di via Quaranta a Milano (di Raffaele Valente, presidente del Gruppo gelatieri) alla quale è stata assegnata la coppa messa in palio da Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). Tema del concorso di quest'anno il gelato al gusto

di caffè. Al 33° "Cono d'oro" hanno preso parte anche gelatieri di nazionalità straniera: Perù, Stati Uniti, Francia e Cina.



foto di Massimo Garriboli

in breve

SCUOLA TOELETTATORI ACAD - Ha preso avvio l'anno formativo 2007/2008 della Scuola professionale di toelettatura organizzato da Acad, l'Associazione milanese dei commercianti di animali domestici e dei toelettatori. Scuola operativa dal 1996 che, fino ad oggi, ha formato oltre 300 allievi. L'avvio dei corsi – rileva l'Associazione – ha consentito l'acquisizione di nuovi associati.

ABBIATEGRASSO E IL CONCORSO VETRINE – Oltre settanta gli operatori commerciali che hanno preso parte al recente concorso vetrine di Abbiategrasso promosso dall'Ascom territoriale abbiatense. La giuria tecnica ha assegnato il primo premio assoluto al punto vendita "Cellular House" di via Novara. Per i non alimentari ha vinto "Cucchi Immagine Casa" (corso Matteotti) e per gli alimentari "Alimentari Ticozzi" (piazza Cavour). Al momento in cui si scrive non si è ancora a conoscenza del risultato del voto dei cittadini.

INCASSI E PAGAMENTI: INDICARE IL CODICE IBAN – Ricordiamo che dal prossimo 1° gennaio diventa obbligatoria l'indicazione del Codice Iban (International bank account number) per tutti gli incassi e pagamenti (sia nazionali sia internazionali). Per maggiori informazioni ci si può rivolgere al proprio istituto di credito.

Consorzi recupero smaltimento e riciclo

Anco, i 25 anni ad Alghero

All'hotel Carlos V di Alghero si è svolto il convegno annuale di Anco (l'Associazione nazionale concessionari consorzi) con una nutrita partecipazione di operatori ed esperti del settore del recupero, smaltimento e riciclo degli oli minerali e vegetali, delle batterie esauste e delle apparecchiature elettriche ed elettroniche giunte a fine vita. Manifestazione di tre giorni, quella di Alghero, che ha assunto particolare rilievo perché realizzata in occasione del 25° anno di attività dell'Associazione.

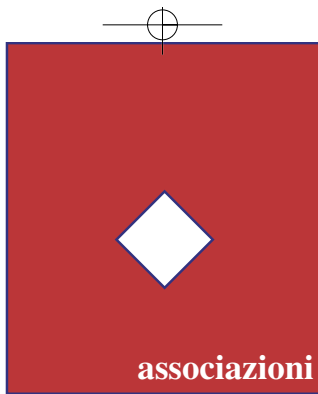
All'avvio dei lavori congressuali il presidente dell'Anco Ernesto Besozzi ha presentato i consorzi partecipanti – Coou (Consorzio obbligatorio degli oli usati); Conoe (Consorzio obbligatorio nazionale di raccolta e trattamento oli e grassi vegetali e animali esausti); Cobat (Consorzio obbligatorio

delle batterie esauste); Certo (sorto per la raccolta delle apparecchiature elettriche ed elettroniche) – sottolineando l'importanza che gli stessi hanno per lo sviluppo del settore del recupero, dello smaltimento e del riciclo e per la tutela dell'ambiente. Besozzi ha inoltre evidenziato la necessità che gli operatori abbiano obiettivi comuni, mantenendo una loro unicità in relazione alla merceologia, ma anche una comunità di intenti per perseguire principi di economicità e quindi di ottimizzazione del rapporto servizi/costo.

Al segretario di Anco Francesco Antonazzo è stato affidato il compito di illustrare gli emendamenti proposti dall'Associazione (che, se recepiti, modificheranno il dlgs 152/2006), richiamandone gli aspetti di maggior interesse per i consorzi.

Unioneinforma

novembre 2007



Il Report di Assintel Investimenti in tecnologia: 2007 in crescita

Ma restano le criticità. Giorgio Rapari, presidente Assintel: "Occorrono misure capaci di liberare risorse per l'innovazione e per il rischio d'impresa"

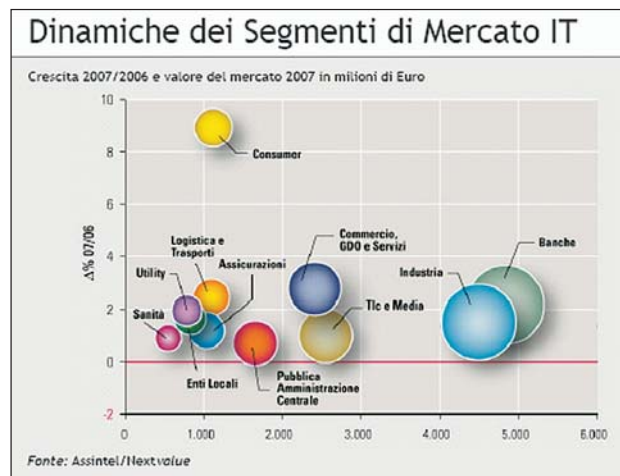
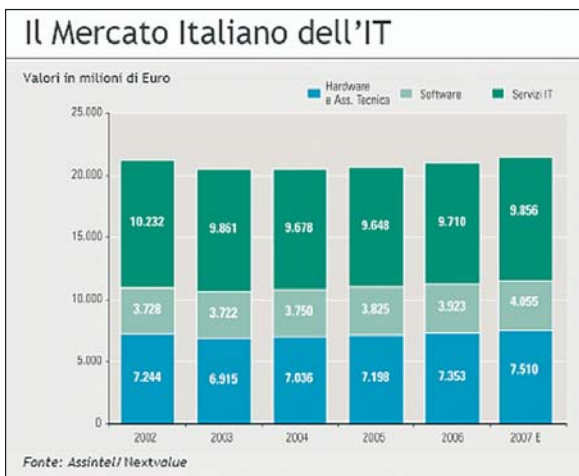
(rispetto al 2,6% dello scorso anno), l'hardware assorbe circa 7,5 miliardi e cresce del 2,1% (valore stabile rispetto al 2006) mentre i servizi It sono a quota 9,9 miliardi, con un incremento dell'1,5% (valore che nel 2006 corrispondeva a +0,6%). Nonostante il segno di vitalità del sistema imprenditoriale, lo sviluppo italiano resta penalizzato rispetto agli altri player internazionali dal contesto strutturale, normativo e finanziario in cui è inserito. La crescita media europea della spesa It rispetto al prodotto interno lordo è del 4,1%, valore doppio di quello italiano. Il ▶

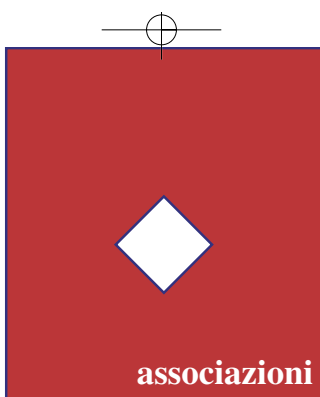
Assintel, l'associazione nazionale delle imprese Ict (Information communication & technology), ha presentato in Unione l'edizione 2007 dell'Assintel Report, dal titolo "Il mercato del software e servizi in Italia. Scenari, Strategie, Soluzioni per interpretare il cambiamento". Il report (commissionato a Nextvalue, società di managing consulting e di ricerca di mercato applicata) si articola in tre dimensioni: lo scenario di mercato italiano aggiornato al secondo semestre del 2007; il focus su performance e tendenze dell'offerta (realizzato

attraverso analisi economico-finanziarie ed interviste dirette ai vertici

delle maggiori aziende del settore); un'indagine sulle propensioni e le priorità degli investimenti in information & technology realizzata su un panel di 500 aziende utenti.

Il Report Assintel evidenzia come questo 2007 ormai verso la conclusione sia un anno di inversione di tendenza rispetto ai precedenti: la performance complessiva segna un +2,1%, per un fatturato di 21,4 miliardi di euro. La spesa per il software è di 4 miliardi e cresce del 3,4%





associazioni

dato poi sale al 5,4% del Nord America, ed è infine superiore al 20% nelle economie emergenti come Cina ed India. L'indagine commissionata da Assintel sul panel di 500 aziende utenti, fa emergere gli atteggiamenti e le previsioni di investimenti in tecnologia da parte dei clienti business di informatica. Dall'indagine emerge un atteggiamento conservativo della strategia d'impresa: per il 67,7% il primo asset strategico è l'ottimizzazione dei costi e l'87% delle imprese dichiara un budget It inferiore al 2% del fatturato. Il valore aumenta con il crescere della dimensione aziendale. "Il nostro mercato è penalizzato dalla



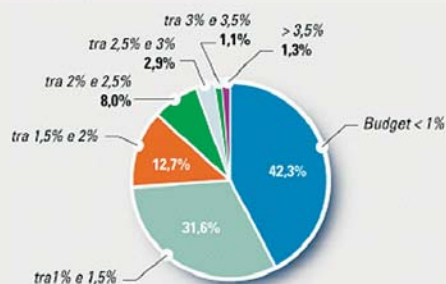
Giorgio Rapari

dimensione aziendale ridotta, da una vocazione manifatturiera ancora prevalente, e da un carico fiscale che intacca in misura eccessiva le redditività delle attività produttive" commenta Giorgio Rapari, presi-

Incidenza percentuale media attuale del budget IT sul fatturato

% di rispondenti sul Panel totale

D: Qual è l'incidenza percentuale media ATTUALE del budget IT (gestione e investimenti, escluse le spese di Itc) sul fatturato dell'azienda?



Fonte: Assintel/Nextvalue - Ricerca sulla Domanda di Software e Servizi in Italia, 2007

dente di Assintel. "Occorrono misure capaci di liberare risorse per l'innovazione e per il rischio d'impresa".

S.M.

Pulitintorie e crisi del mercato Il punto con Assosecco

Grande affluenza di pulitintori all'incontro promosso in Unione da Assosecco per discutere della crisi che affligge da alcuni anni il settore.



Cesare Locati presidente Assosecco

Attraverso le testimonianze del presidente Cesare Locati, dei due vicepresidenti Gabriella Platè e Beniamino Chiodini e di alcuni consiglieri, si è fornita un'approfondita panoramica della situazione del comparto che,

negli ultimi anni, ha subito una drastica riduzione degli esercizi passati dai 22.000 degli anni Ottanta agli attuali 15.000. Si riducono costantemente le possibilità economiche di acquistare abiti di qualità che richiedono il lavaggio a secco da parte di un esperto operatore e ci si rivolge verso capi a basso costo.

Locati propone di commisurare la qualità del lavoro al reddito che se ne può trarre. I relatori hanno presentato alla platea un'ipotesi interessante che potrebbe superare il problema dell'entrata in vigore della normativa sulle emissioni inquinanti: la creazione di un gruppo di lavanderie - individuate come semplici recapiti - che facciano capo ad un unico laboratorio che avrebbe il compito di trattare i capi e di riconsegnarli alla tintoria la quale manterrebbe il rapporto con il cliente. Particolare attenzione è stata posta all'individuazione di azioni di marketing e iniziative per fidelizzare il cliente. Assosecco ha concordato con Fidicommet (la cooperativa fidi dell'Unione di Milano) una procedura per finanziare acquisti ed interventi tecnici da parte degli iscritti.

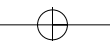
Aiol: corso di formazione per tecnici ortopedici

Si è svolto il primo corso Ecm (Educazione continua in medicina) organizzato da Aiol, l'Associazione imprese ortopediche lombarde. Il corso - "Rilevazioni baropodometriche ed optoelettroniche nell'indagine del piede e metodologia di trattamento" con il docente Piero Galasso - si inserisce in una serie di iniziative formative che l'Associazione intende avviare per supportare le aziende del settore nell'aggiornamento della professionalità, come richiesto dal sistema sanitario nazionale. Per l'anno 2007 il debito formativo per gli operatori sanitari è stato fissato in 30 crediti (minimo 15 massimo 60 crediti formativi). Ciascun operatore può acquisire i crediti a completo adempimento del debito formativo, stabilito nel numero complessivo di 120 per il periodo sperimentale 2002-2006. I crediti acquisiti che dovessero eccedere il numero del precedente periodo 2002-2006 potranno valere ai fini del debito formativo per l'anno 2007. Il presidente di Aiol Gianpaolo Castagna ha posto l'accento sulla necessità di ritrovare una visione chiara e definita del futuro della professione e aggiornato i colleghi sugli obiettivi e i progetti dell'Associazione dopo la recente adesione a Federsan e di conseguenza a Federsalute, strutture centrali di Confcommercio del comparto sanitario e protesico: in programma un dialogo sempre più serrato con le istituzioni per la stesura del Nomenclatore tariffario.



Unioneinforma

novembre 2007



associazioni

Agenti e rappresentanti di commercio

Fnaarc: sulle pensioni siamo discriminati

“La riforma previdenziale discrimina gli agenti e i rappresentanti di commercio”: è questa la valutazione di Adalberto Corsi, presidente di Fnaarc. La Federazione nazionale di categoria critica il protocollo d'intesa tra Governo, sindacati e Confindustria e chiede al Parlamento di intervenire per eliminare l'anomalia. Una riforma a doppio binario, sostiene la Fnaarc, perché mentre un lavoratore dipendente potrà chiedere la pen-

Critiche al protocollo del welfare: al lavoratore autonomo servirà un anno in più per chiedere il trattamento di anzianità

sione di anzianità a 58 anni, per il lavoratore autonomo ne serviranno 59, e così di seguito per ogni capitolo della riforma agli autonomi viene sempre richiesto un anno in più rispetto ai dipendenti. “Già oggi – prosegue Corsi - i 210 mila agenti e rappresentanti di commercio italiani versano allo Stato il 60% dei loro introiti tra tasse ed oneri previdenziali: riteniamo quindi ingiusto aggravare questa situazione tanto più stabilendo



Adalberto Corsi, presidente Fnaarc e vicepresidente vicario Unione

una previdenza di serie A ed una di serie B, discriminando tra lavoratori dipendenti ed autonomi”.

Oltre al già citato aumento di 1 anno per la pensioni di anzianità degli agenti di commercio, dal luglio 2009 entrerà in vigore il sistema delle 'quote', anch'esso penalizzante per gli agenti e rappresentanti: infatti si potrà andare in pensione di anzianità al raggiungimento di una somma pari a 95, comprensiva di età anagrafica e anni di contributi, ma con almeno 59 anni di età (lavoratori dipendenti) oppure 60 (lavoratori autonomi).

15 KM DA MILANO/LINATE - Adiacenze VIGNATE

LISCATE Cascine San Pietro



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

Consulenti di direzione
Il presidente Apco
Francesco D'Aprile
vicepresidente Icmci
(l'organismo internazionale)

Francesco D'Aprile, presidente di Apco (l'Associazione italiana dei consulenti di direzione) è stato nominato vicepresidente di Icmci (International council of management consulting institutes). Icmci è l'organismo internazionale che dal 1987 riunisce le associazioni nazionali dei consulenti di management, è un'organizzazione non governativa dell'Onu a cui aderiscono 44 nazioni in rappresentanza di tutti i continenti.



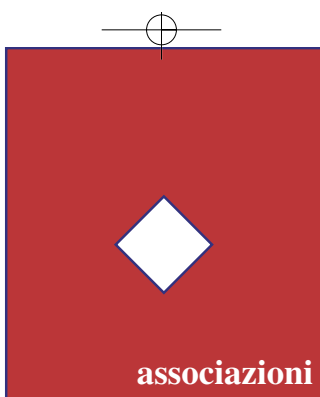
Francesco D'Aprile

Nato a Bari, 48 anni, D'Aprile è partner di una società di consulenza barese, docente di strategia delle imprese presso l'Università di Bari ed è presidente Apco dal 2003.

Unioneinforma

novembre 2007





I 60 anni dell'Ascom di Cremona

Ai festeggiamenti organizzati dall'Ascom di Cremona al teatro Ponchielli per il suo 60° di fondazione è intervenuto Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio (e Unione) nella foto assieme al presidente dell'Ascom cremonese Claudio Pugnoli. Presenti anche il presidente della Provincia di Cremona Giuseppe Torchio e il sindaco

Gian Carlo Corada. Per l'Unione Regionale Lombarda del Commercio, del Turismo e dei Servizi sono intervenuti Gianroberto Costa e Giovanna Mavellia (rispettivamente segretario generale e vicesegretario generale).



Una pubblicazione celebrativa per i 25 anni dalla sua fondazione: l'ha realizzata Dismamusica, l'associazione che riunisce i distributori e i produttori di strumenti musicali e il cui atto costitutivo porta la data del 15 gennaio 1982. Il libro ripercorre, anno per anno, i momenti significativi dell'attività dell'associazione.

musica. E il presidente di Dismamusica Antonio Monzino jr., nella sua introduzione, guarda al futuro delle aziende che "sarà fortemente connotato da quella che oggi si definisce 'Economia della Conoscenza'". Investimento in conoscenza, scrive "che incrementa, anche attraverso

Dismamusica Un libro per il 25esimo

uno scambio di know how fra le diverse aziende, la capacità di innovare e la produttività".

"Chi cresce? L'educatore, i bambini" è il seminario, a cura del professor Renzo Rossin, promosso da **Assonidi** (l'associazione che riunisce le imprese degli asili nido privati - assonidi@unione.milano.it) che proseguirà fino a giovedì 13 dicembre. Con frequenza obbligatoria e con un massimo di 20 partecipanti, il seminario intende accrescere l'autoconsapevolezza delle educatrici degli asili nido e delle scuole d'infanzia affinché possano migliorare il loro grado di motivazione e perfezionare il rapporto con i bambini.



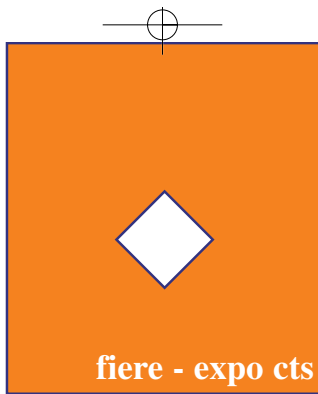
SEGNALIAMO CHE...

Imprenditori e rappresentanti del sistema associativo Unione si sono ritrovati alla messa per la tradizionale ricorrenza della festività di San Francesco, "patrono" degli operatori del terziario. La funzione religiosa ha avuto luogo a Milano presso il Tempio dei commercianti (in via Paolo Giovio) dedicato al Santo d'Assisi.



Unioneinforma

novembre 2007



zione, registrando in 5 giorni 135.000 presenze. "I dati di Host – afferma il presidente di Expects, Adalberto Corsi – ci dicono che la via intrapresa è quella giusta per sfruttare a nostro vantaggio la sfida della globalizzazione. Host, come del resto gran parte del sistema fieristico italiano, contribuisce ancora una volta a rafforzare l'immagine del nostro Paese, del nostro brand Italia, in tutto il mondo. I 350 espositori stranieri e i 110.000 metri quadrati netti dimostrano nei numeri, e non solo a parole, come il nostro sistema fieristico sia pronto a competere su scala planetaria, in modo sempre più innovativo e competitivo". "Il tema dell'eco-compatibilità – ricorda Corrado Peraboni, amministratore delegato di Expects - è stato il filo conduttore dell'edizione 2007, inaugurata dal ministro dell'Ambiente, Alfonso Pecoraro Scanio, con un convegno sul tema Eco-Hotel, dedicato al risparmio energetico e al riciclo. Le sei anime di Host, Ristorazione professionale (attrezzature, impianti e accessori), Bar (macchine da caffè e attrezzature), Gelateria e pasticceria (macchine, arredamenti, accessori e prodotti), Sic (salone internazionale del caffè), Hotel Emotion (salone dell'industria alberghiera) e Mipp (pane, pizza e pasta), hanno dato ulteriore prova dell'importanza della logica fieristica di sistema, che favorisce i momenti di business e trova l'approvazione degli operatori".

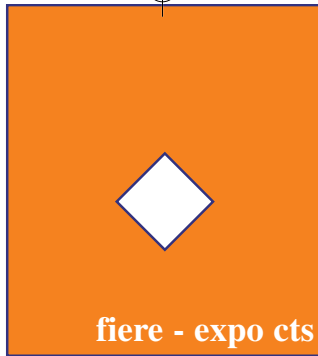


135.000 presenze per Host

Host 2007, Salone internazionale dell'ospitalità professionale, con 110 mila metri quadrati netti e milleottocento espositori (350 esteri), ha visto crescere i visitatori del 5% rispetto alla passata edi-



Convegno inaugurale di Host sull'Eco-Hotel: da sinistra Adalberto Corsi, presidente di Expects, il ministro dell'Ambiente Alfonso Pecoraro Scanio e Claudio Artusi, amministratore delegato di Fieramilano spa



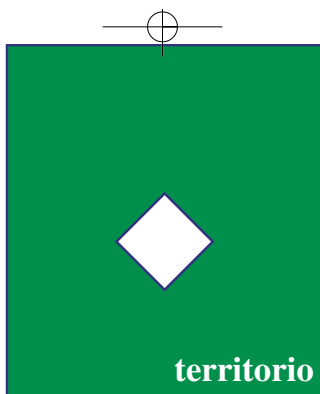
La seconda edizione di **Wellness World Exhibition**, salone del benessere che, con la nuova formula, si è orientata nello specifico agli operatori specializzati e al business operativo, ha soddisfatto a pieno le esigenze del mercato accogliendo oltre 17.500 visitatori. Hanno contribuito al bilancio più che positivo di quest'anno, il ricco calendario di convegni, l'attenzione alla formazione con i workshop di aggiornamento sui temi dell'estetica e delle spa, gli incontri realizzati in collaborazione con le testate specializzate e le aree speciali.

Franchising & Trade, il salone internazionale dedicato al franchising e al licensing e alle nuove formule commerciali,

conferma e consolida - rilevano gli organizzatori - la sua posizione di riferimento nel settore, con numeri in linea con la passata edizione, dimostrandosi in grado di guardare soprattutto all'estero e di mettere assieme numerosi comparti: dall'abbigliamento all'alimentare, dall'editoria alla grande distribuzione, con i grandi brand assieme alle insegne medie e piccole. Un mercato maturo nel commercio dei prodotti che si sta sempre più orientando verso l'affiliazione dei servizi.

Più 5% di visitatori per il Salone internazionale dell'ospitalità professionale. Oltre 17.500 visitatori a Wellness e conferma della posizione di riferimento nel settore per Franchising & Trade





Una città tutta in festa. Così Magenta ha vissuto una bellissima domenica con la quindicesima edizione della Festa del commercio promossa dall'Unione-Ascom territoriale di Magenta Castano Primo. Festa che ha fatto registrare, fin dal mattino, un grande afflusso di gente per le vie del centro storico addobbato, per l'occasione, con 5.000 palloncini offerti dall'Unione. "Una giornata molto intensa e piena di soddisfazioni" ha commentato Luigi Garavaglia, presidente dell'Ascom di Magenta Castano Primo. Al mattino ha fatto da prologo



Luca Del Gobbo (a sinistra) sindaco di Magenta e il presidente dell'Ascom di Magenta Castano Primo Luigi Garavaglia



della musica". Grandi e piccini hanno potuto approfittare delle tante golosità disponibili:

dallo zucchero filato per i più piccoli in via Pretorio e la stessa piazza Liberazione, al pane e nutella in via Garibaldi o alla polenta e gorgonzola.

Alla Festa del commercio di Magenta hanno preso parte, fra gli altri, il sindaco di Magenta Luca del Gobbo con il vicesindaco Marco Maerna e l'assessore al Commercio Tino Viglio, il segretario generale dell'Unione di Milano Gianroberto Costa, il vicesegretario generale dell'Unione Regionale Gio-

Magenta: con il commercio tutta la città in festa

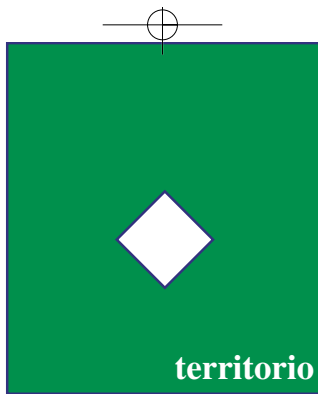
Anziani "50 & Più" Incontro a Legnano

Al ristorante "Il Giradino" di Legnano incontro con gli anziani del commercio che hanno voluto ritrovarsi per scambiarsi esperienze e ricordare l'impegno imprenditoriale. L'iniziativa è stata promossa da 50 & Più Fenacom con il presidente Giorgio Re. Alla serata hanno partecipato i presidenti delle Ascom territoriali di Legnano (Paolo Ferrè), Magenta (Luigi Garavaglia) e Rho (Carlo Alberto Panigo). Giorgio Re ha sottolineato l'importanza di vivere la terza età con intensità e con la consapevolezza di poter mettere a disposizione delle generazioni più giovani un importante patrimonio di esperienza. L'incontro è stato allietato da uno spettacolo del cabarettista Roberto Marelli e dalle canzoni lombarde del cantante Rino Gianchetta.

vanna Mavellia, i presidenti delle Ascom territoriali di Legnano e Rho Paolo Ferrè e Carlo Alberto Panigo, la capo delegazione cittadina di Magenta Dora Russo e il segretario dell'Ascom di Magenta-Castano Primo Guido Cattaneo. Ora l'Ascom magentina si prepara alle iniziative per il Natale e a un 2008 che potrebbe essere l'occasione per un cartellone dei vari eventi, nel Magentino e nel Castanese, da proporre al grande pubblico.

Unioneinforma

novembre 2007



Moda e gusto per Binasco

1000 persone e che si è conclusa con una passerella di biancheria inti-

dobbato tutte le vetrine rimanendo aperte fino a tarda notte. Lungo le strade i commercianti hanno inoltre allestito banchetti dove offrire le specialità di pubblici esercizi e delle salumerie-gastronomie. La serie di iniziative organizzate dall'Ascom di Binasco si è conclusa con la tradizionale "Risottata" che dal 1970 viene organizzata dai

Inizio autunno vivace a Binasco con l'Ascom territoriale (con il presidente Pietro Montana) impegnata insieme al Comune (e con il patrocinio della Regione) a organizzare, nelle celebrazioni della tradizionale sagra della Beata Veronica, una serie di iniziative per vivacizzare il centro storico cittadino e promuovere la qualità ed il servizio dei commercianti presenti sul territorio. Si è cominciato con una sfilata di moda che ha proposto in anteprima le collezioni invernali e gli accessori in vendita nei negozi di Binasco: serata che ha visto un'affluenza di oltre



Sfilata, "Binasco in vetrina" e "Risottata": le iniziative dell'Ascom con il Comune in occasione della tradizionale sagra cittadina

ma e di abiti da sposa (foto). Si è poi svolta "Binasco in vetrina" con la musica dal vivo e gli esercizi commerciali che, per l'occasione, hanno ad-

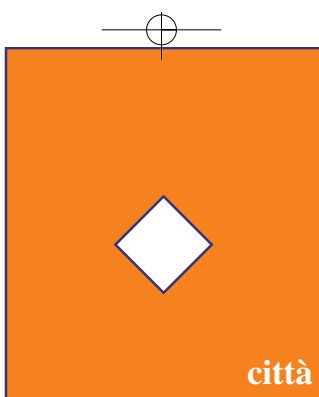
commercianti: sono state distribuite gratuitamente oltre 4000 porzioni di risotto con altrettante salamelle ed altri generi alimentari offerti dall'Associazione commercianti di Binasco e dalle altre associazioni collegate al mondo Unione.

Trezzo sull'Adda - Il 25° concorso vetrine

Venticinquesima edizione del concorso vetrine promosso dall'Ascom territoriale di Trezzo sull'Adda in occasione della sagra cittadina. Oltre 1.500 le schede di votazione raccolte. La giuria di esperti ha premiato, a pari merito, "Gemme & Gioielli" ed "Augusto Vergani". Terza classificata la "Soffieria Villa". Il responso popolare ha invece visto vincitrice "Sara Abbigliamento" seguita da "Soffieria Villa" e "Gemme & Gioielli". Premio continuità, infine, per "Barzaghi Angelo", punto vendita che ha partecipato a tutte le edizioni del concorso vetrine di Trezzo.



La vetrina di "Gemme & Gioielli", prima ex aequo per la giuria (con "Augusto Vergani") al concorso vetrine di Trezzo



Un "Percorso di ceramiche" con i primi 5 "racconti" che, partendo dalla vita contadina attraverso i secoli, illustrano la storia del Borgo di

Baggio: dalle cascine, in una sorta del viaggio del tempo e dei costumi, alle fabbriche che favorirono una forte trasformazione sociale. Si è caratterizzata con questa riappropriazione della memo-

La collaborazione Unione per la Sagra 2007

Baggio racconta il Borgo con il "Percorso" di ceramiche

ria la Sagra di Baggio 2007 (alla quale hanno collaborato oltre 50 fra associazioni, onlus, parrocchie e centri culturali) che il Comune di Milano, con gli assessorati alle Aree Cittadine e Consigli di Zona e al Turismo, Marketing Territoriale e Identità ha promosso con il Consiglio di Zona 7, il contributo di Amsa (l'Azienda municipale per i servizi ambientali) e la collaborazione dell'Unione di Milano con i commercianti del Borgo di Baggio. E' stata riproposta la tradizionale "Corsa degli Asini" mentre nel Parco delle Cave si è svolta la "Green race", Corsa del Centenario (i cento anni di Amsa). E il Parco di Baggio si è trasformato in una grande cascina con i prodotti caserecci e biologici realizzati all'interno delle aziende agricole della zona.



informa Unione

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

PROPRIETA'
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.

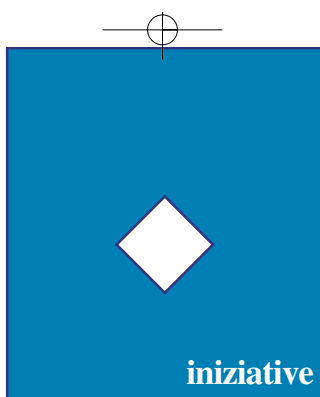
PUBBLICITÀ
Edicom Srl
via Alfonso Corti, 28 - 20133 Milano
tel. 02/70633429 (anche fax)
70633694-70602106
E-m-mail:
edicom@iol.it
<http://www.edicom-mag.com>

"Amici dell'arte della carne" Incontri in Zona 6

I maestri macellai degli "Amici dell'arte della carne" organizzano a Milano in Zona 6 tre momenti d'incontro nei centri anziani. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con le commissioni Servizi sociali e



Commercio del Consiglio di Zona. Gli "Amici dell'arte della carne" promuovono un percorso formativo/informativo sul corretto consumo delle carni spiegando le preparazioni (poi date in degustazione). Inoltre, grazie al supporto dell'azienda Veroni, in ogni centro anziani viene consegnata una "super" mortadella (del peso di oltre 50 kg.) offerta ai partecipanti. Dopo gli appuntamenti del 7 (al "Tre Castelli") e del 13 (in via Narcisi) il 22 novembre è la volta dell'incontro in via Boffalora 116 presso il centro anziani "L'Astronave".



50&Più Università con Fenacom

Nasce con Fenacom (02.26884421 fenacom.mi@enasco.it) l'Università 50&Più, costituita sotto la guida del presidente di Fenacom Giorgio Re. Il programma dell'Università 50&Più mira a promuovere lo sviluppo culturale e sociale degli iscritti all'associazione con l'attivazione di corsi, laboratori e ricerche. Il primo anno prende avvio nel gennaio 2008 e sono previsti corsi di approfondimento sull'arte e la cultura del XX secolo; sull'alimentazione e la salute; sull'uso di base del personal computer e della macchina fotografica digitale. Sono anche contemplati corsi di bridge e buracco ed un corso sull'arte di creare con le mani. Per il primo anno



di attività Fenacom circostanza l'offerta di corsi con l'obiettivo di evitare sovrapposizioni con la già numerosa offerta per il tempo libero degli anziani esistente a Milano, ma negli anni successivi l'offerta verrà ampliata e completata. La quota di iscrizione all'Uni-

E in Unione i "Martedì della cultura"

versità 50 & Più (che dà diritto alla frequenza dei corsi organizzati nell'anno) è stata fissata in 40 euro per gli associati a 50&PIU' Fenacom ed in 50 euro per i non iscritti. Il costo di ogni singolo corso verrà definito e comunicato alla presentazione del program-

verrà comunicata al momento dell'iscrizione. Intanto parte in Unione il programma dei "Martedì della cultura - 50&Più Università": con la professoressa Alda Caruso (il 13, sala Turismo) che presenta il corso



**Giorgio Re, presidente
di Fenacom 50&Più**

"Martedì della cultura": gli appuntamenti successivi

Martedì 15 gennaio - Le Avanguardie francesi (1900 - 1940: il Fauvismo di Matisse; il Cubismo di Picasso; il Dadaismo di Duchamp; il Surrealismo di Magritte).

Martedì 19 febbraio - Le Avanguardie tedesche (1900 - 1940: il Seccessionismo di Klimt; l'Espressionismo di Munch; l'Astrattismo di Kandinsky; il movimento della Bauhaus).

Martedì 11 marzo - L'Arte italiana (1900 - 1940: la pittura metafisica di De Chirico; il Futurismo di Boccioni; il Razionalismo di Morandi).

Martedì 15 aprile - Le Neoavanguardie americane (1940-2000: l'arte informale di Pollock; la Pop Art di Warhol e Lichtenstein; il Realismo di Diego de Riveira; l'Iperrealismo di Hopper; l'arte post moderna)

Martedì 13 maggio - Le Neoavanguardie europee (1940 - 2000: lo Spazialismo di Fontana; l'arte povera di Pistoletto; la transavanguardia di Paladino)

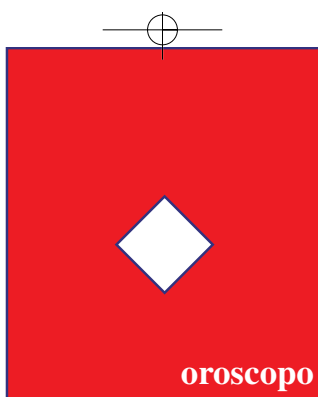
Gli incontri saranno tenuti dalla professoressa Alda Caruso. In vista di visite ad eventuali mostre di arte contemporanea che si terranno a Milano, verranno organizzati altri incontri di preparazione.

ma e non comprenderà quello relativo al materiale didattico necessario. I corsi, a seconda delle esigenze didattiche, saranno tenuti in sedi diverse, la cui ubicazione

"Arte e cultura del XX Secolo" e con tre incontri (12, 19 e 26), al Circolo Dei Navigli (via De Amicis, 17) per lezioni pratiche su come preparare decorazioni natalizie.

Unioneinforma

novembre 2007



Fino al 10 dicembre

 **Acquario**
 **Vergine**


ARIE - (21/3 - 20/4)
Prima decade: Venere e Marte vi infastidiscono accrescendo lo stress.

Cercate di sfruttare l'energia che avete in eccesso.

Seconda decade: Marte vi rende molto nervosi. Tenete a freno l'impulsività o l'armonia dei vostri rapporti ne risentirà.

Terza decade: Giove vi protegge raggiungendo Plutone. Favorite le operazioni finanziarie. Possibili miglioramenti professionali con cambiamenti positivi per il vostro sistema di vita e di lavoro.



TORO - (21/4 - 20/5)
Prima decade: Saturno e Marte danno equilibrio, grinta ed energia

nell'affrontare ogni situazione. Mercurio, in questo mese, intensifica le vostre relazioni.

Seconda decade: è un periodo di fine anno positivo, tranquillo, anche operoso. Possibili malintesi nelle trattative d'affari. Siate accorti, non fatevi confondere e non fidatevi.

Terza decade: Mercurio in opposizione rende intensi gli scambi e i rapporti. Cercate di evitare fraintendimenti: rivolgetevi a qualcuno di fiducia per eventuali mediazioni.



GEMELLI - (21/5 - 21/6)
Prima decade: Venere porta ventate di allegria e di armonia nei vostri

rapporti aiutandovi a sopportare le responsabilità di Saturno.

Seconda decade: Giove, finalmente, si allontana dai vostri gradi e il trigono di Venere favorisce sia il privato che gli affari. L'atmosfera resta, però, instabile.

Terza decade: a fine novembre Venere in trigono allenta un po' le tensioni, ma con Plutone e Giove opposti, le vostre relazioni rischiano di essere molto tese. Dovete accettare compromessi e tenere a freno l'ambizione.



CANCRO - (22/6 - 22/7)
Prima decade: Mercurio e Saturno vi aiutano nelle comunicazioni e negli

affari, ma con Venere e Marte poco propizi non mancano litigi e discussioni. *Seconda decade:* Mercurio vi dà lucidità per affrontare le dispute. Vi sentite un po' frustrati e cercate soddisfazioni in modo impulsivo.

Terza decade: a fine mese Mercurio trigono vi aiuta ad esprimere le vostre idee in maniera chiara e diretta. Venere "quadrata" vi rende pigri e poco inclini alla disciplina.



LEONE - (23/7 - 22/8)
Prima decade: Avete comunicazioni molto intense. Venere favorisce i

rapporti interpersonali. *Seconda decade:* Venere vi appoggia e rende armoniosi i vostri rapporti. Favorite le firme di contratti e le tran-

sazioni finanziarie. Con Mercurio e Nettuno ostili, però, un po' di cautela non guasta.

Terza decade: Giove raggiunge Plutone e sino a fine anno è in posizione favorevolissima. Approfittatene per concretizzare i vostri progetti e per risolvere controversie legali. Offerrete tutto con minor sforzo.



VERGINE - (23/8 - 22/9)

Prima decade: positivo il mese di novembre per spostamenti e comunicazioni. Non vi manca l'energia nonostante le responsabilità di questo periodo.

Seconda decade: finalmente Giove si allontana dai vostri gradi rendendovi più concreti. Marte e Mercurio favoriscono la vostra energia.

Terza decade: con Giove in quadratura al vostro Sole insieme a Plutone dovete evitare atteggiamenti d'impulso. Non affidatevi al caso: la fortuna in questo periodo non vi assiste.



BILANCIA - (23/9 - 22/10)

Prima decade: Venere sul Sole smussa molti problemi, dovete comunque darvi da fare per arrivare a una soluzione con Marte in quadratura.

Seconda decade: Venere è sul vostro Sole, favorisce i rapporti e addolcisce le polemiche di Marte che vi rende troppo energici e pieni di cose da fare.

Terza decade: Venere sul Sole con Giove e Plutone positivi. Relazioni intense e creatività stimolata. Cambiamenti positivi in vista.



SCORPIONE - (23/10 - 21/11)

Prima decade: Mercurio, Marte e Saturno in ottimo aspetto creano situazioni di grande armonia, equilibrio e saggezza. Avete la giusta energia e chiarezza mentale per raggiungere i vostri traguardi.

Seconda decade: Marte trigono insieme a Urano e Mercurio sul Sole vi permetteranno di farvi notare e di essere pieni di vigore e sicurezza in voi stessi. Non mancheranno soddisfazioni e riconoscimenti.

Il cielo del mese

Mercurio è in Scorpione, entra in Sagittario. Venere è nella Bilancia, entra nello Scorpione. Marte è nel Cancro. Giove è nel Sagittario (26°). Saturno è nella Vergine (8°). Urano è nei Pesci (14°). Nettuno è nell'Acquario (19°). Plutone è nel Sagittario (28°). Nodo lunare a 1° dei Pesci.

Il Sole, nella costellazione dello Scorpione, entra nel Sagittario.

La Luna è piena a 2° dei Gemelli.



(A cura di E.T.)

Terza decade: Mercurio sul Sole intensifica le comunicazioni e i viaggi. La vostra mente ha bisogno di esperienze nuove.



SAGITTARIO - (22/11 - 20/12)

Prima decade: un po' meglio in questo mese con Venere in aspetto positivo a mitigare i doveri e le responsabilità del periodo.

Seconda decade: piuttosto tranquilla questa fine d'anno. I rapporti sono sereni anche se Urano continua a modificare e a rendere instabili i vostri progetti.

Terza decade: è veloce il passaggio di Giove sul vostro Sole. Ottimismo, buonumore e salute vi sorrideranno, ma non godetevi il transito senza muovere un dito. E' invece il momento giusto per dare inizio a nuovi progetti di lavoro e privati, di utilizzare in pieno le vostre potenzialità.



CAPRICORNO - (21/12 - 19/1)

Prima decade: Saturno rende equilibrati i vostri movimenti nonostante Venere e Marte non aiutino certo in questo periodo ad avere rapporti armoniosi. Dovete lottare un po' per realizzare i vostri progetti.

Seconda decade: Venere e Marte dissonanti a novembre possono provocare qualche conflitto. E' meglio essere espliciti per evitare malintesi e insoddisfazioni.

Terza decade: favoriti viaggi e comunicazioni con Mercurio in aspetto positivo a fine mese. Potreste essere un po' indolenti.



ACQUARIO - (20/1 - 19/2)

Prima decade: Mercurio è sempre dissonante e i rapporti possono essere un po' disturbati. Venere in trigono, però, porta allegria e comprensione.

Seconda decade: Venere in trigono favorisce buonumore e giornate piacevoli, calore nei rapporti e creatività.

Terza decade: a cavallo tra novembre e dicembre Venere positivo con Giove e Plutone in sestile. Si risolveranno molti problemi ed è buona la forma fisica.



PESCI - (20/2 - 20/3)

Prima decade: Marte e Mercurio positivi continuano a smussare l'azione disturbante di Saturno. Avete lucidità e prontezza per affrontare, senza eccessi, le responsabilità.

Seconda decade: Marte e Mercurio rendono chiare le vostre idee e vi aiutano a sopportare l'instabilità di Urano. Saprete accettare dei compromessi.

Terza decade: Giove e Plutone dissonanti sono un mix esplosivo. Già nei mesi passati è servita una buona dose di disponibilità per evitare di arrivare a rotture e tensioni. La salute è da tenere sotto controllo.

Unioneinforma

novembre 2007