

Sommario

Ottobre 2004 - N. 9 ANNO 9

ATTUALITA'

2
VENDITE STRAORDINARIE,
ORARI, OUTLET, INDICAZIONE
DEI PREZZI: LE NOVITA'
DEL PROGETTO
DI LEGGE APPROVATO
DALLA GIUNTA REGIONALE

PARLIAMO DI ...

12
NASCE IL PROGETTO
MILANESE ANTI
CONTRAFFAZIONE

SEGNALIAMO CHE ...

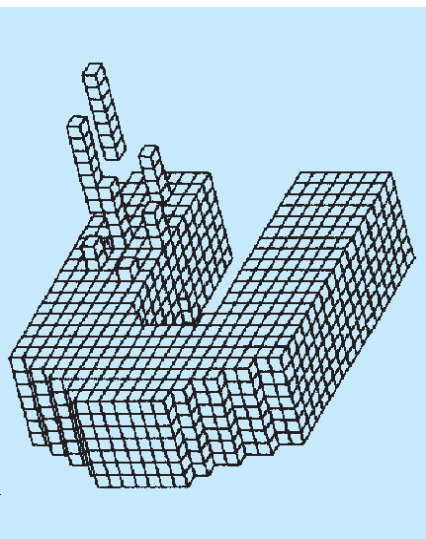
21
FINANZIAMENTI
DEL COMUNE DI MILANO
PER LA SICUREZZA
DOMANDE FINO AL 3 NOVEMBRE

La realizzazione di questo numero di **UnioneInforma** è stata ultimata il 5 ottobre.

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



La domenica e il lavoro: ci riconosciamo nelle parole del Cardinale Tettamanzi

Il tema della domenica resta per noi, per i piccoli e medi commercianti un tema di rispetto, ancor prima che di libertà. Le imprese commerciali devono essere libere di dedicare la domenica alla propria famiglia, alla religione, al tempo per se stessi. Ma è soprattutto un'esigenza di rispetto di un lavoro che sia a misura d'uomo, compatibile con l'idea di impresa familiare, in grado di promuovere la persona nella sua interezza.

Per questo il nostro orizzonte è lo stesso di quello disegnato dal Cardinale Tettamanzi.

L'attività dei piccoli commercianti è profondamente radicata nella realtà locale, contribuisce a disegnare la storia di questa città: ne riassume l'attaccamento alla tradizione (i commercianti di oggi sono in continuità storica con gli stessi mercanti milanesi) e la vocazione alla modernità e all'innovazione (con la presenza del terziario e del turismo), rispecchiano i caratteri distintivi sia economici che sociali.

Essere imprenditori non si riduce alla mera attività del fare profitto: va ribadito il carattere sociale di un modo di interpretare l'impresa, nel quale la risorsa centrale resta legata alla creatività, alla generosità, alla solidarietà dell'uomo-imprenditore.

I temi su cui siamo impegnati coincidono spesso con quelli dei cittadini, con i quali in questi anni abbiamo cercato, anche con successo, di rafforzare l'alleanza. Penso agli interessi comuni nei confronti dei temi della qualità della vita, dal traffico, al centro vivo, alle feste di quartiere, al servizio a domicilio per gli anziani.

In questi anni abbiamo privilegiato la concretezza delle scelte, la logica del dialogo con la società e della spiegazione delle posizioni.

Una città aperta e solidale è una città che non chiede solo ad alcune categorie di cittadini di assumersi per intero e spesso da sole la responsabilità dell'integrazione e della sua vivibilità. La mancanza di sicurezza non può essere annoverata come uno dei costi della modernizzazione delle grandi città. Come far convivere solidarietà e legalità, come ricostruire la città a partire dai presidi sociali spontanei, dalla centralità dell'uomo, come vivere e lavorare in questa nostra Milano?

In questo contesto, i temi degli orari degli esercizi commerciali e dell'apertura domenicale rischiano di non rappresentare una risposta complessiva al problema di una crescita equilibrata e compatibile; rischiano per contro di non considerare l'esigenza di un lavoro che sia compatibile con la dimensione familiare e religiosa.

La stessa globalizzazione, sempre più fenomeno di discontinuità rispetto al passato non solo economico, ma anche culturale, rischia di realizzare circuiti imprenditoriali e sociali vincenti ed altri perdenti. Ciò non significa rifiutare la sfida della società moderna e complessa, significa invece perseguire uno sviluppo nel quale ci sia la cittadinanza piena di tutti, a partire da quei mestieri con forte carattere sociale, basati sulla centralità dell'uomo, sull'impresa familiare, sul servizio alla comunità a partire dai più deboli (gli anziani, ad esempio), sulla tenuta del tessuto sociale costruito sui rapporti interpersonali. I piccoli negozi rappresentano per l'appunto veri e propri presidi sociali diffusi che sono intrecciati profondamente alle sorti dei quartieri e dei piccoli centri, che assicurano la vita delle vie e delle periferie, che rappresentano gli ammortizzatori sociali di una crescita scomposta nella distanza tra un centro ricco di attività ed un hinterland spesso dimenticato.

Il tempo storico di profonda trasformazione che stiamo vivendo, la mancanza di regole condivise ed attente anche ai piccoli imprenditori, un liberalismo senza contrappesi, rischiano di disperdere irrimediabilmente questo patrimonio sociale, di presenza e di servizio.



CARLO SANGALLI
Presidente dell'Unione di Milano

Estese le vendite promozionali, ma non il mese prima dei saldi

Orari: più ampia la fascia oraria di apertura e chiusura nel rispetto delle 13 ore complessive giornaliere

Outlet: dovranno seguire le norme su orari e vendite straordinarie

■ La Giunta della Regione Lombardia ha approvato un progetto di legge che introduce alcune novità nella disciplina del commercio, in

COMMERCIO le novità del progetto di legge regionale

particolare per quanto riguarda le vendite straordinarie.

Il progetto di legge prevede:



- ▶ che gli outlet debbano seguire, come tutti gli altri esercizi di vendita, le norme sugli orari e sulle vendite straordinarie e promozionali;
- ▶ l'estensione del periodo delle vendite

promozionali che potranno essere effettuate liberamente nel corso dell'anno con l'esclusione del mese precedente i saldi invernali ed estivi;

- ▶ la facoltà, per i comuni, di estendere la fascia oraria di apertura e

chiusura degli esercizi commerciali fra le 5 e le 24, ma sempre nel rispetto delle 13 ore complessive giornaliere;

- ▶ l'obbligo di indicare il prezzo di vendita e la facoltà di indicare la percentuale di sconto e il prezzo normale di vendita barrato.

Per la Regione il progetto di legge - reso possibile da un punto di condivisione fra le parti che rappresentano tutti gli operatori del commercio e approvato su iniziativa dell'assessore regionale al Commercio Mario Scotti (foto) - considera con attenzione le nuove tendenze che si vanno riscontrando nel comparto commerciale e le più generali esigenze di carattere economico e sociale, anche alla luce degli orientamenti assunti negli altri Paesi dell'Unione Europea. Secondo la Regione le norme del progetto di legge assicurano idonee condizioni di trasparenza del mercato distributivo.

Il progetto di legge dovrà ora affrontare l'esame del Consiglio regionale.

PIANO INTEGRATO del COMMERCIO Ammissibili 240 "PLI"

La Regione Lombardia ha dichiarato ammissibili 240 Programmi locali di intervento (PLI) presentati nell'ambito del Pic, il Piano integrato per il commercio. E' perciò prevista la realizzazione di circa 1800 progetti territoriali: dai sistemi di isola pedonale, alla riqualificazione di piazze o vie per i mercati, dagli impianti di sicurezza pubblica, all'ammodernamento degli

esercizi di vendita.

Complessivamente, ha indicato la Regione, l'investimento complessivo ammonterebbe a 182.400.000 euro, il 40% per interventi pubblici, il 60% per interventi privati. La Regione, che inizialmente aveva reso disponibili circa 19,5 milioni di euro, ha reperito altre risorse impegnandosi a individuarne di nuove per il 2005 al fine di far

fronte all'insieme dei programmi ammissibili.

In queste settimane, ha comunicato l'assessorato regionale al Commercio, comuni e privati si sono impegnati a completare la fase di progettazione per consentire la definitiva attribuzione del contributo regionale (pari al 50% dell'importo totale).

Si stanno anche esaminando - ha aggiunto la Regione - singoli progetti presentati al di fuori dei PLI per verificare le proposte di finanziamento in merito (per un importo complessivo di 42.700.000 euro).

Nelle vie commerciali del centro canone dei negozi raddoppiato in 5 anni. Ma la crisi dei consumi - soprattutto nell'ultimo anno - influisce in generale sulla domanda di locali per attività commerciali

MILANO e il caro affitti



■ Aprire un negozio nelle vie commerciali del centro di Milano può costare fino a 1.075 euro al metro quadrato all'anno di affitto. E i canoni sono raddoppiati in 5 anni: nelle vie commerciali del centro storico di Milano si è passati dai 542 euro al metro quadrato del 1999 ai 1.075 euro/mq attuali: con un incremento, quindi, del 98%. Gli affitti sono aumentati di oltre due terzi anche nella Cerchia dei Bastioni (+ 70%, da 258 euro/mq nel 1999, agli attuali 440 euro/mq), di quasi un terzo in periferia (28%, da 129 euro/mq a 165), del 15% nella cerchia della circinnvallazione (da 207 euro/mq a 238). Al di fuori dalle vie commerciali l'aumento è stato mediamente di oltre due terzi nel centro storico (77,5%), del 43% in circinnvallazione, del 32% nella cerchia dei Bastioni e del 16% in periferia. Il picco degli aumenti si è avuto soprattutto negli anni 1999-2000.

Ma da un anno gli affitti sono invariati e in alcuni casi anche diminuiti: -1% nella cerchia circinnvallazione delle vie commerciali, -1,7% fuori delle vie commerciali. Di fronte alla crisi dei consumi non cresce, infatti, la domanda di locali commerciali. Questi dati emergono da un'elaborazione dell'ufficio Indici di mercato e statistica della Camera di commercio di Milano su dati Osmi (Borsa Immobiliare, l'azienda speciale della Camera di commercio) presentati in occasione di un incontro dell'Osservatorio Prezzi del Comune di Milano e della Camera di

commercio. "Anche il dato sull'inflazione di settembre a Milano - ha detto Roberto Predolin, presidente dell'Osservatorio e assessore al Commercio del Comune - conferma un significativo rallentamento della dinamica inflattiva (-0,2% rispetto al mese precedente). Ciò attesta il dato tendenziale all'1,8%. In modo particolare si registra un calo nei generi alimentari (-0,2% rispetto al mese precedente) e

Renato Borghi (vicepresidente Unione e Osservatorio prezzi): coinvolgere tutti i soggetti, dalle banche alle assicurazioni, dalla produzione ai concessionari di servizi, per poter dare una risposta efficace alla politica del contenimento dei prezzi ribadita dal Governo e dal ministro Siniscalco



negli alberghi, ristoranti e pubblici esercizi (-0,6% rispetto al mese precedente). Un segnale, questo, che indica come la politica di controllo e di contenimento dei prezzi che, da circa due anni, viene svolto attraverso l'utile

lavoro dell'Osservatorio Prezzi, contribuisce a rendere Milano città tra le più virtuose nel panorama nazionale". "Lo studio relativo all'andamento negli ultimi anni degli affitti e dei prezzi di vendita dei negozi evidenzia - ha aggiunto Predolin - una notevole crescita del costo degli affitti e degli acquisti relativi agli esercizi commerciali di Milano. In particolare, nell'area del centro storico, gli affitti, negli ultimi sei anni,

sono quasi raddoppiati ed altrettanto consistenti sono gli aumenti relativi alle compravendite. Meno marcati gli aumenti nelle zone semicentrali e periferiche là dove il commercio tradizionale è maggiormente in sofferenza. Tale quadro desta forte preoccupazione per la tenuta degli esercizi di vicinato che rappresentano un polmone importante nell'economia della città".

"Il tema dei costi fissi, in particolare quelli legati agli affitti - ha dichiarato Renato Borghi (foto), vicepresidente dell'Osservatorio Prezzi, membro di giunta camerale e vicepresidente Unione - incidono indubbiamente, insieme ad altri forti incrementi, come ad esempio le tariffe energetiche e gli oneri finanziari - a determinare i prezzi finali. Anche per queste ragioni credo che sia importante che la prossima riunione dell'Osservatorio Prezzi sia allargata a tutti i soggetti, dalle banche alle assicurazioni, dalla produzione ai concessionari di servizi, così da poter dare una risposta complessiva ed efficace alla politica del contenimento dei prezzi, ribadita dal Governo e dal ministro Siniscalco. In tale occasione, ad esempio, si può ripensare a manovre strutturali, a partire dalla revisione delle norme che oggi regolano il rinnovo del contratto di locazione per le imprese commerciali. Infatti è alla scadenza del 12° anno di locazione che spesso si registrano richieste di incremento mediamente del 100%".

DISTRIBUZIONE INTERMEDIA in Lombardia I DATI dell'Osservatorio 2004

Iniziativa del Comitato provinciale
Unione del commercio
non alimentare all'ingrosso

■ Il Comitato provinciale Unione del commercio non alimentare all'ingrosso, in collaborazione con la Camera di commercio milanese, presenta in un convegno i risultati dell'Osservatorio 2004 della distribuzione intermedia. Il sondaggio è stato condotto lo scorso luglio interpellando 250 imprese. Ref, società specializzata nell'analisi della congiuntura e partner della ricerca, mette poi a confronto questo clima di aspettative con le sue previsioni macroeconomiche.

Ecco, sintetizzati e divisi per punti, i risultati dell'indagine.

Inflazione. Anche nel 2004 il commercio all'ingrosso sta contribuendo a contenere l'inflazione. Gli aumenti subiti nei prezzi d'acquisto non sono stati infatti trasferiti interamente sui prezzi di vendita.

Andamento della domanda. Si è confermato, nel periodo luglio 2003-luglio 2004, il profilo negativo dei volumi di vendita comunque con un leggero miglioramento rispetto ai 12 mesi del periodo precedente. La debolezza prolungata della domanda scoraggia, però, i programmi di investimento destinati a potenziare la capacità di generare reddito nelle imprese.

Previsioni delle vendite a 6 mesi. Una grande cautela domina le previsioni sul comportamento delle vendite nei prossimi 6 mesi, sintomo della profonda incertezza

che investe le aspettative degli operatori sul ciclo economico.

Occupazione. L'occupazione è stabile sia a consuntivo, sia nelle proiezioni dei prossimi 6 mesi.

Le difficoltà congiunturali. Le difficoltà congiunturali non sono uguali per tutti: la situazione è critica nel commercio intermedio dei beni di consumo (abbigliamento e generi alimentari) e di beni di investimento (macchine



utensili e personal computer), mentre la domanda è stabile nel settore dei beni intermedi (articoli tecnici per l'industria, acciai,) e, all'interno di questo gruppo, alcuni mercati sperimentano una crescita dei volumi di vendita, come i prodotti chimici.

Le strategie contro la crisi della domanda. La debolezza della domanda induce alcune imprese a diversificare maggiormente la propria funzione: nel sistema di beni di consumo cresce il peso delle vendite dirette al

pubblico, in quello dei beni intermedi e dei beni di investimento si accentua il ruolo dei contratti di agenzia.

Accesso al credito. Le imprese con meno di 10 addetti incontrano difficoltà crescenti nella richiesta di finanziamenti bancari.

Evoluzione del settore. L'indagine, al suo secondo anno, offre una prima comparazione nel tempo delle valutazioni degli operatori e, in prospettiva, consente di monitorare l'evoluzione della distribuzione intermedia sulla base di una vera e propria serie storica.

Nel sistema di intermediazione, eterogeneo per tipo di prodotti e di impresa, non mancano comunque casi di aziende in netta controtendenza e l'ampia partecipazione al sondaggio ha permesso di acquisire un numero sufficiente di risposte per focalizzare l'analisi su alcuni segmenti del commercio all'ingrosso lombardo.

La rilevazione può essere uno strumento sistematico di valutazione dei problemi di mercato e può stimolare le imprese associate a dialogare di più fra loro per acquisire una migliore consapevolezza dei fattori di sviluppo interni ed esterni, individuando forme di collaborazione imprenditoriale finalizzate a ridurre i costi dell'attività di intermediazione e a creare nuovi sbocchi di mercato.

Esperienze di questo genere non sono una novità nel panorama associativo e diventano sempre più importanti per ridisegnare il proprio ruolo nel mercato.



AUTUNNO all'insegna del risparmio nei mercati comunali e superspacci milanesi

**Cinquantacinque
prodotti nell'Offerta
con uno sconto medio
del 29%**

Avrà termine il 23 ottobre l'Offerta risparmio autunno 2004 dei 25 tra mercati comunali coperti e superspacci alimentari milanesi, promossa dall'Associazione dettaglianti mercati rionali coperti e superspacci alimentari di Assofood in collaborazione con il Comune di Milano. In un periodo di grande attenzione sui prezzi, anche con quest'Offerta autunno 2004 vengono proposti prodotti che rappresentano un'ottima opportunità di acquisto per i consumatori.

Sono cinquantacinque i prodotti dell'offerta con una percentuale media di risparmio del 29%, ma con punte di sconto del 55%. In offerta anche cinque prodotti venduti in 3 x 2 (quindi con il 33% di risparmio).

"Queste condizioni - spiega Iliano Maldini (foto), presidente di Assofood Milano - si sono potute ottenere grazie all'attività di Comeric, il gruppo

d'acquisto dei mercati comunali coperti, che da anni stipula accordi con le migliori aziende del settore alimentare. Le aziende che

hanno collaborato sono tutte di primaria importanza ed il rapporto qualità-prezzo è elevato, per accontentare una clientela divenuta sempre più attenta ed esigente".



Nei mercati comunali milanesi si fa la spesa soprattutto per la qualità dei prodotti e la socialità

Per i clienti dei mercati comunali e superspacci alimentari milanesi contano certamente le offerte risparmio e, in generale, la competitività dei prezzi, ma sono soprattutto importanti la qualità dei prodotti e la socialità che i mercati esprimono. È questa l'opinione prevalente fra i commercianti dei mercati rionali coperti che hanno risposto a un'indagine realizzata dall'Unione. Sono stati coinvolti 60 dei 400 commercianti che operano nei 25 mercati coperti e superspacci cittadini. Secondo i commercianti intervistati, il cliente-tipo dei mercati coperti ha prevalentemente un'età media che va dai 50 ai 70 anni (55,38% delle risposte; dai 30 ai 50 anni il 30,77% e sopra i 70 anni il 13,85%) e ritiene che chi viene al mercato per comprare, lo faccia in particolare per la qua-

lità dei prodotti (31,37%) e per la socialità (30,39%). Il mercato rionale coperto - la maggior parte collocata nei quartieri periferici della città - svolge quindi una funzione di aggregazione sociale importante.

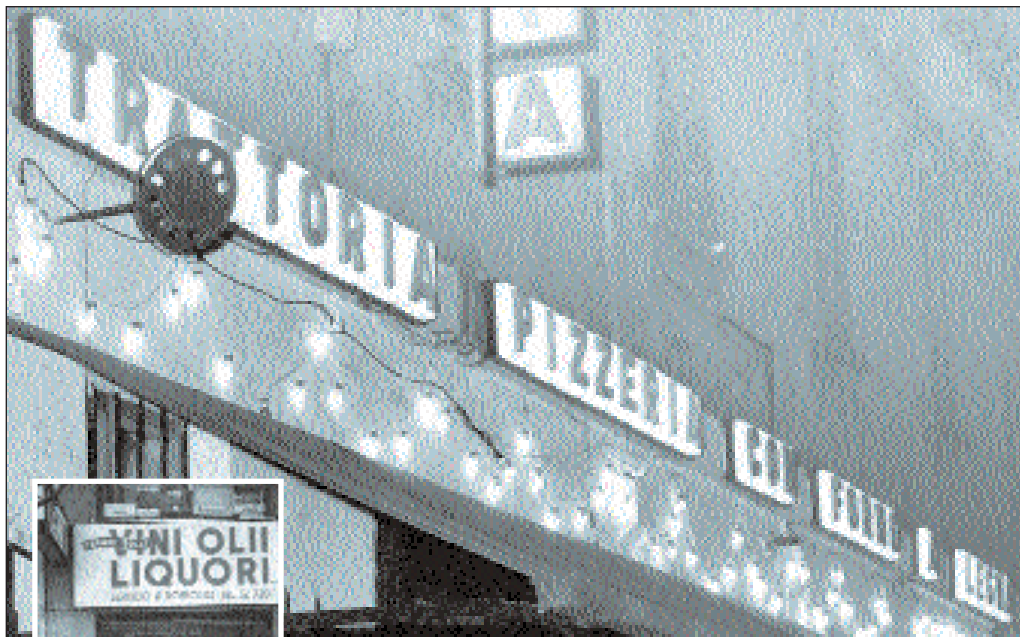
Secondo gli operatori, la vicinanza del punto vendita a casa conta di più (19,61%) della competitività dei prezzi (18,63%). Ma il 58% degli operatori ritiene comunque che i clienti siano

attenti alle opportunità dell'offerta risparmio. Dalle risposte dei nego-

zianti emerge con chiarezza il difficile momento che il commercio sta attraversando: per il 75% degli operatori in questi ultimi anni la clientela è diminuita (stabile per il 15%, in aumento solo per il 7%) e soprattutto, verso la fine del mese, gli acquisti diminuiscono (oltre il 72% delle risposte).

Segno inequivocabile che ai consumatori restano evidentemente pochi soldi da spendere.

La clientela prevalente ha un'età fra i 50 e i 70 anni. I consumatori sono attenti alle offerte risparmio. Dall'indagine Unione emerge il momento di crisi dei consumi: per il 75% dei commercianti i clienti sono calati. E oltre il 72% degli operatori afferma che, a fine mese, gli acquisti diminuiscono



Due storiche insegne dalle foto pubblicate con le storie de "Il commercio racconta Milano" (l'iniziativa - al centro del giornale - realizzata con il Centro per la cultura d'impresa): Solci e Mamma Lina

ESERCIZI STORICI

La Regione fissa le regole

Conclusa la prima fase di sperimentazione: 38 i riconoscimenti (10 in provincia di Milano). Prevista una scadenza annuale per i successivi riconoscimenti

■ A luglio la Regione Lombardia ha assunto un primo provvedimento di riconoscimento dei negozi storici lombardi individuando negozi storici di rilievo regionale e locale.

Il negozio storico di rilievo regionale presenta caratteri costruttivi, decorativi, funzionali di particolare interesse storico, architettonico, urbano, con la conservazione complessiva degli elementi di arredo originali. Il luogo deve aver conservato l'attività commerciale, artigianale o di pubblico esercizio per un periodo non inferiore ai 50 anni. Il negozio storico di rilievo locale presenta caratteristiche di interesse tipologico e architettonico, la localizzazione

dell'esercizio in un edificio e in un contesto urbano di particolare interesse storico con la conservazione parziale degli elementi di arredo originali. Anche per il negozio storico di rilievo locale il luogo deve aver conservato l'attività commerciale, artigianale o di pubblico esercizio per un periodo non inferiore a 50 anni.

Sono 38 i primi negozi storici riconosciuti dalla Regione, 5 di

rilievo regionale e 33 di rilievo locale. Il riconoscimento è stato attribuito dalla Giunta regionale, su proposta dell'assessore al Commercio della Regione Lombardia Mario Scotti. Ad essi se ne potranno aggiungere altri se verranno riscontrati

i requisiti previsti, rappresentando così una significativa testimonianza di vita e di lavoro in Lombardia. In provincia di Milano sono stati finora individuati dalla Regione 10 esercizi di rilievo locale.

"E' un'iniziativa - ha commentato l'assessore Scotti - che rientra nel nostro programma di valorizzazione delle strutture commerciali, specie nei piccoli centri, dove queste attività rappresentano un elemento essenziale per la qualità della vita". Dopo questa prima fase sperimentale la Regione prevede una scadenza annuale per provvedere al riconoscimento degli esercizi commerciali di particolare valore.

Regione: i primi 10 esercizi di rilievo locale della provincia di Milano

- ✓ Drogheria Fratelli Nava, piazza Martiri della Libertà, Bollate (dal 1928);
- ✓ Circolo Nuova Luce, via Vittorio Veneto, Bollate (dal 1910);
- ✓ Ferramenta Re, via Magenta, 27, Bollate (dal 1937);
- ✓ Alimentari Baraggia, R&R, via Parrocchia, 2, Aicurzio (dal 1937);
- ✓ Tabaccheria Ambrosini, Piazza Carducci, 2, Monza (dal 1924);
- ✓ Articoli in Gomma Carnelli, via Italia, 36, Monza (dal 1903);
- ✓ Salumeria Barzaghi e Rossi, via C.Alberto, 19, Monza (dal 1930);
- ✓ Specchi, cornici e vetrate Pini, via Mapelli, 9, Monza (dal 1954);
- ✓ Osteria Ghiroldi Giovanni, via Volta, 48, Monza (dal 1940);
- ✓ Sala Abbigliamento, via Vittorio Emanuele, Monza (dal 1954).

■ Il Consiglio Regionale lombardo ha approvato la nuova legge regionale in materia di carburanti e le semplificazioni amministrative volte a favorire lo sviluppo della rete di vendita esistente del gas metano per autotrazione.

La riduzione del numero di impianti aperti al pubblico, presenti nel territorio lombardo - da 3846 unità nel 1996 alle 3051 unità del 2000 - l'ampliamento dei servizi all'utente, la necessità di offrire carburanti a più elevato tasso di compatibilità ambientale, indicano alcuni dei principali fattori di attenzione che la nuova legge regionale ha tenuto presente.

La nuova legge regionale delinea i principi generali della materia rinviando ad atti amministrativi successivi la disciplina di dettaglio, al fine di permettere interventi celeri ogni qual volta si verificano cambiamenti nel settore.

In relazione al conseguimento degli obiettivi generali di evoluzione del comparto, nella legge è ribadito il ruolo fondamentale della programmazione regionale, con la puntualizzazione degli obiettivi, la ridefinizione dei bacini d'utenza, nonché l'individuazione dei requisiti degli impianti e delle condizioni di incompatibilità.

L'attività di programmazione si potrà quindi articolare nel tempo in ragione delle diverse e nuove esigenze che si andranno ad individuare, così come si potrà articolare in rapporto alle diversificate condizioni ed esigenze locali del territorio lombardo.

Per i comuni appartenenti alle comunità montane ed i piccoli comuni, le nuove norme prevedono procedure semplificate sia in ordine all'iter autorizzativo che ai criteri di programmazione della rete distributiva.

Particolarmente significativo il

RETE CARBURANTI

Il Consiglio regionale approva le nuove norme



ruolo attribuito ai comuni cui sono riconosciute tutte le funzioni amministrative e ribadite le competenze urbanistiche ed ambientali.

Nella legge sono previste disposizioni concernenti la localizzazione degli impianti, compresi quelli autostradali, nonché la procedura per il rilascio dell'autorizzazione degli impianti ad uso privato, ride-

un cartello ben visibile al pubblico e posizionato in prossimità degli accessi, indicante i prezzi praticati alla pompa dei carburanti, erogati secondo le modalità del servizio offerto.

Viene infine prevista la realizzazione di un sistema di monitoraggio dei dati attinenti l'evoluzione della rete, con l'obbligo per i Comuni e l'Utif di trasmettere annualmente alla Regione i dati relativi alla composizione del sistema distributivo ed agli erogati di tutti i prodotti.

Sempre nella stessa seduta, il Consiglio Regionale ha approvato anche le semplificazioni amministrative volte a favorire lo sviluppo della rete di vendita esistente del gas metano per autotrazione. Sono state aggiornate le vigenti disposizioni del Regolamento regionale (n. 2 del 2002) prevedendo la possibilità per i comuni di autorizzare nuovi punti vendita metano nel rispetto della distanza di km 2 da altri impianti metano, attualmente compresa tra 3 e 10 km, mentre nei restanti comuni appartenenti alle zone critiche per il tasso di inquinamento presente sul proprio territorio, la distanza è ridotta a metri 500, rispetto al precedente obbligo di 2 km.

Il presidente di FIGISC Luca Squeri: un provvedimento equilibrato

Accolto positivamente il provvedimento approvato dal Consiglio regionale lombardo di razionalizzazione e ammodernamento delle reti distributive dei carburanti. Lo ha detto il presidente di Figisc Luca Squeri. "Il Consiglio - ha aggiunto Squeri - ha rispettato la richiesta dei cittadini di una maggior trasparenza nei prezzi ed ha mantenuto fede alla necessità di una ristrutturazione equilibrata della rete". Secondo Squeri, infatti, il provvedimento è "la conferma del processo di liberalizzazione, ma non crea vantaggi per la grande distribuzione".

finiti quest'ultimi per evitare gli abusi che frequentemente sono stati segnalati nell'ambito del loro utilizzo.

La legge evidenzia anche la previsione di procedure di autorizzazione semplificate e coordinate, per

BAR un 2004 difficile

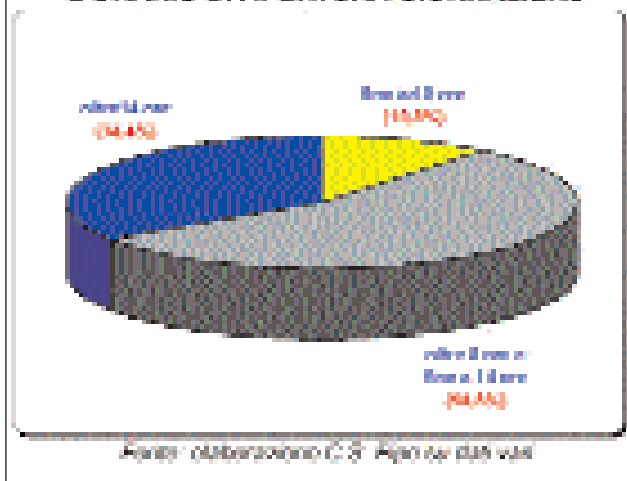
L'indagine FIPE-
CONFCOMMERCIO
presentata
in un convegno
realizzato
con la rivista
"Mixer"

■ Pubblici esercizi: nel 2004 un fatturato aggregato in calo del 2,5%. E' quanto emerge da un'indagine Fipe-Confindustria (su un campione di esercenti nelle grandi aree urbane) presentato a Milano nell'ambito di un convegno organizzato dalla rivista "Mixer". Questo per quattro cause principali: rigidità nella scelta dell'approvvigionamento delle materie prime o nell'erogazione di servizi (buoni pasto); carenza di manodopera sempre più qualificata; peso eccessivo della burocrazia; rigidità nell'accesso al credito per un costo del denaro eccessivo e una richiesta esagerata di garanzie reali ormai ampiamente superata dai Paesi europei. A quest'ultimo proposito, è stato calcolato che la cifra complessiva degli investimenti da parte del settore tocca quasi i 2 miliardi di euro l'anno, eppure i prestiti a breve per piccole cifre, cioè quelle sotto i 250 mila euro, hanno tassi di interesse che arrivano al 10%.

Secondo il centro studi di Fipe-Confindustria, una maggiore trasparenza nella concorrenza tra i fornitori potrebbe rappresentare un risparmio per il settore di 760 milioni di euro ed ulteriori risparmi potrebbero arrivare



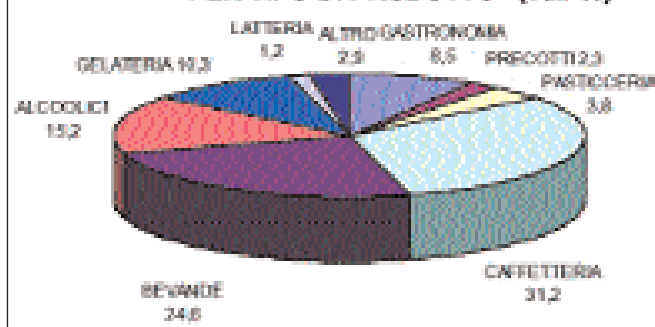
DISTRIBUZIONE DEI BAR ITALIANI SECONDO L'ORARIO DI APERTURA GIORNALIERO



da uno snellimento della burocrazia (612 milioni di euro), mentre l'assenza di personale qualificato rappresen-

(300mila), la distribuzione del fatturato per tipologia di prodotto (oltre il 31% viene dalla caffetteria), il numero dei bar in Italia (130mila), i prezzi (abbassare il prezzo della tazzina di caffè al bar si può, emerge dall'indagine), il consumo di caffè (ogni giorno vengono bevute 30 milioni di tazzine). Le maggiori inquietudini arrivano tuttavia da accordi e rapporti spesso poco chiari fra i fornitori principali e i pubblici esercizi. "Ma la cosa che più ci allarma è che abbiamo un fondato sospetto - ha affermato il direttore generale Fipe Edi Sommariva - che esistano contratti estemporanei o scritture private fra aziende fornitrici e gestori di pubblici esercizi con cui si arriva ad instaurare un rapporto di dipendenza economico-finanziaria del tutto anomalo. Secondo alcune segnalazioni di nostri associati, esistono due fenomeni: la fidelizzazione (il fornitore di turno concede prestiti in denaro oppure concede in macchinari in comodato d'uso o di seconda mano al

LA DISTRIBUZIONE DEL FATTURATO PER TIPO DI PRODOTTO (val. %)



ta un costo aggiuntivo di 450 milioni di euro: una zavorra economica pari a due miliardi, cioè il 12% del fatturato complessivo del comparto. Altri numeri dell'indagine Fipe riguardano il numero degli occupati

gestore di un bar per aprire un'attività o ristrutturare il locale in cambio della garanzia di rimanere fornitore unico per un certo numero di anni) e il 'consiglio' sulla scelta di questo o quel fornitore raccomandato".

Serata di gala al Circolo del commercio

Premiati **da Coni** **Provincia e** **Unione** **gli atleti** **milanesi** **alle** **OLIMPIADI** **di ATENE**



▲ Carlo Sangalli, presidente Unione, e Filippo Penati, presidente della Provincia di Milano, alla serata di gala al Circolo del commercio per festeggiare e premiare gli atleti milanesi alle Olimpiadi di Atene

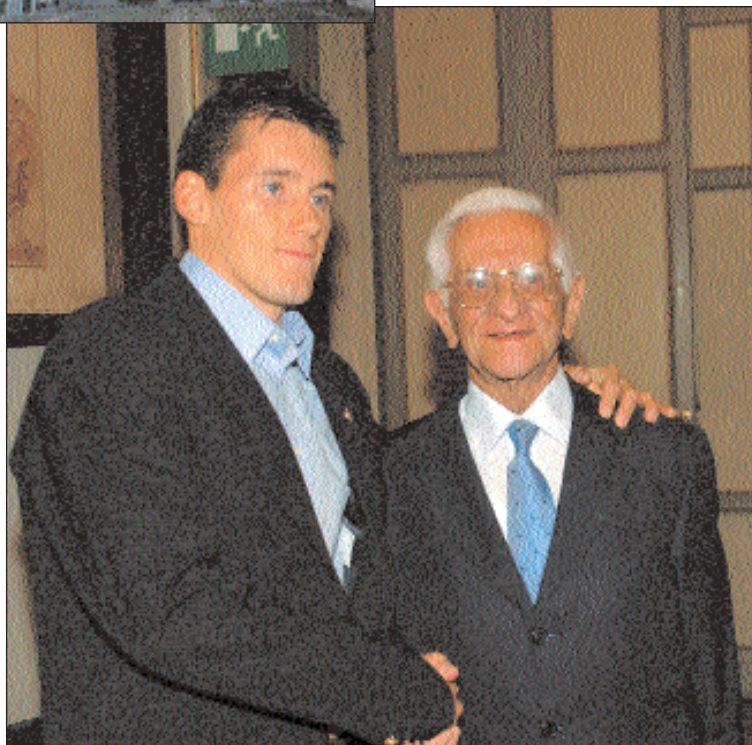
▼ Palazzo Bovara, sede del Circolo del commercio, dove si è svolta la serata di gala



■ Una serata di gala per premiare e festeggiare gli atleti milanesi che hanno partecipato alle Olimpiadi di Atene. Si è svolta giovedì 16 settembre al Circolo del commercio (Palazzo

Bovara) ed è stata promossa da Provincia di Milano, Coni (Comitato Provinciale di Milano), Unione. Numerosi - con una significativa presenza di importanti campioni del passato - gli sportivi intervenuti: è stato premiato non soltanto chi ha conseguito le medaglie, ma tutti gli atleti che hanno rappresentato Milano ai Giochi Olimpici. Alla serata di gala, con il presidente Unione Carlo Sangalli, sono intervenuti il presidente della Provincia di Milano Filippo Penati, l'assessore allo Sport della Provincia Irma Dioli e Filippo Grassia, presidente del Coni Provinciale di Milano. Nella seconda parte della serata, che ha visto tra gli ospiti anche il direttore generale area sportiva del Milan Ariedo Braida, è giunto al Circolo del commercio il presidente dell'Inter Massimo Moratti.

► Un simbolico passaggio di consegne: Igor Cassina, giovane medaglia d'oro alla sbarra alle Olimpiadi di Atene e il 92enne Savino Guglielmetti, medaglia d'oro alle Olimpiadi di Los Angeles del 1932 sempre nella ginnastica



Nasce il **PROGETTO MILANESE** anticontraffazione e abusivismo

Realizzato
in collaborazione
con il Centro studi
anticontraffazione.
La lotta contro
un fenomeno che genera
illegalità, concorrenza
sleale, evasione fiscale
e contributiva, passa
innanzitutto
da una migliore
sensibilizzazione
dell'opinione pubblica
alla cultura della legalità

■ Il giro d'affari della contraffazione è valutato oggi, in Italia, tra i 3 e i 5 miliardi di euro. Ed è un fenomeno in espansione: è cresciuto nell'ultimo decennio del 1.300 per cento.

Unione parte attiva nell'iniziativa proposta dall'Amministrazione comunale

procurati dall'industria del falso alla nostra economia, la soluzione è complessa e non può far affidamento solo sulla repressione, ma deve



fondarsi sulla diffusione di una cultura della legalità. Almeno di questo è convinto il Comune di Milano, che - con l'Unione - considera la lotta alla contraffazione una priorità. L'Amministrazione comunale propone, dunque, un "Progetto mila-

Nella sola Milano del 300 per cento. Il numero di posti di lavoro persi viene stimato in 40mila unità. E' un'industria sul cui fatturato non viene pagata alcuna imposta (Irpef, Iva) come nessun contributo viene versato per chi vi lavora.

Se i numeri illustrano bene i danni

nese anticontraffazione e abusivismo".

Il progetto ha come obiettivo la creazione di un centro di eccellenza riconosciuto, in grado di combattere la contraffazione con un approccio manageriale che comporti l'aggregazione di tutte le competenze funzionali, intersettoriali e interprofessionali. Per realizzarlo, il Comune di Milano attraverso l'assessorato al Commercio, e in collaborazione con il Centro studi anticontraffazione, costituisce un Comitato milanese anticontraffazione e antiabusivismo. Ne fanno parte i diversi soggetti che alla lotta alla contraffazione sono interessati: il Comune di Milano, le Forze dell'ordine (con l'obiettivo di creare una speciale task force), la Camera di commercio, l'Unione e le altre associazioni, Fiera Milano, le associazioni dei consumatori.

Il comitato lavorerà su due fronti. Intanto per coordinare le informazioni che giungono dai diversi soggetti, arrivare a una migliore conoscenza del fenomeno e monitorarne l'andamento. Poi, sensibilizzare maggiormente l'opinione pubblica alla cultura della legalità e al rispetto del diritto di proprietà intellettuale.

INTERNET COMMUNICATION BUSINESS
www.icbusiness.it info@icbusiness.it

Perché rischiare di perdere dati, informazioni, documenti...?
Proteggi il tuo computer!

Grazie all'evoluzione tecnologica, oggi Vi possiamo offrire a costi contenuti, soluzioni di **BACKUP e BUSINESS CONTINUITY** con caratteristiche di efficienza e flessibilità

Melzo - Via Verdi, 1
Tel. 02 95722540
Fax 02 95716590

HARDWARE & SOFTWARE	SERVIZI
Personal computer	Contratti di assistenza tecnica per aziende
Stampanti	Studio installazione e gestione di reti LAN
Fotocamere e videocamere digitali	Realizzazione sistemi di sicurezza e continuità per reti LAN
Accessori vari	Installazione e configurazione prodotti informatici

Lo farà attraverso vari strumenti: dalle campagne di sensibilizzazione rivolte ai cittadini, ai corsi di formazione sul problema specifico per le forze dell'ordine, allo studio di soluzioni per il problema dello stoccaggio e della distruzione e smaltimento delle merci sequestrate. Il tutto sarà "certificato" dalla relazione annuale che l'assessore al Commercio sottoporà alla Giunta comunale.



Costante Persiani

Nel presentare il progetto – un dibattito è stato promosso nell'Ottagono di Galleria Vittorio Emanuele - l'assessore al Commercio del Comune di Milano, Roberto Predolin, ha voluto sottolineare come l'abusivismo e la contraffazione costituiscano un crimine che mette in grave difficoltà la grande come la piccola industria, l'artigianato come il commercio. Il cittadino non deve perciò farsi impietosire dal venditore abusivo, ma ricordarsi che, pur costituendo l'anello debole, di fatto viene a far parte di

una catena criminale organizzata. Se davvero si vuole favorire il recupero dell'azienda familiare - il polmone sano dell'economia italiana – il primo passo è tutelarla da questa concorrenza scorretta e illegale. Costante Persiani, segretario generale Unione, ha ricordato quanto grande sia ormai il fenomeno ed ha invitato a guardare con attenzione anche alle importazioni. Non solo per i pericoli legati all'introduzione sul nostro territorio di

prodotti contraffatti (i giocattoli, per esempio), ma perché, ormai, ad essere importate sono vere e proprie organizzazioni clandestine, che poi si trasformano in abusivismo e contraffazione. Questo fenomeno vale oggi il 32 per cento del fatturato globale delle aziende, l'8-9 per cento dell'evasione Irpef e il 21 per cento dell'evasione Iva (dati ordine pubblico).

Daniela Mainini, presidente del Centro studi anticontraffazione, è sicura che il Centro saprà fare una vera cultura della legalità puntando soprattutto sulla comunicazione, sul far conoscere al grande pubblico tutte le diverse problematiche legate al fenomeno. Perché, se per i prodotti di lusso (borse, abbigliamento per esempio) il consumatore sa di acquistare dal rivenditore abusivo merce contraffatta (il prezzo è, in questo caso, un indicatore essenziale), non altrettanto accade, ad esempio, con i prodotti farmaceutici o della cosmesi. Ma il Centro dovrà essere anche un punto di riferimento per l'importatore che scopre che un suo prodotto è stato copiato. Troppo spesso, infatti, oggi manca un interlocutore certo per chi deve denunciare un episodio di contraffazione.

Infine, Alberto Di Luca, presidente della commissione parlamentare Schengen, si è assunto l'onere di riportare in sede europea la necessità di una norma che regoli la questione. Che – ha affermato – è e resta soprattutto un problema di criminalità e di



Roberto Predolin

S.B.

Come proteggere i computer dal rischio di blackout

le aziende informano

Il rischio di blackout elettrici è sempre in ag-

guato. Il presidente del GRTN Carlo Andrea Bollino ha avvertito come l'offerta di energia elettrica nel nostro paese rischi di non soddisfare l'aumento della domanda. All'appello mancano 1.700 megawatt.

Per le aziende, una delle conseguenze più deleterie dei blackout è rappresentato dal fermo degli elaboratori e dei relativi servizi informatici che rappresentano ormai indispensabili strumenti di lavoro per le imprese grandi e piccole, ma che risultano purtroppo anche essere una delle maggiori vulnerabilità perché coinvolgono ormai tutti i processi aziendali, da quelli amministrativi, alla produzione, alle vendite.

Gli effetti di un blackout energetico, ma anche di un malfunzionamento del software, un guasto dell'hardware, un virus, un'intrusione dalla rete o un errore operativo, sempre possibili con gli attuali sofisticatissimi sistemi, non riguardano solo il tempo di effettivo non

funzionamento, ma si estendono

anche ai successivi tentativi di ripristino dei dati e di ripartenza delle applicazioni.

E' quindi opportuno munirsi di una buona protezione delle macchine con gruppi di continuità, di un buon antivirus aggiornato quotidianamente e di un firewall per il controllo degli accessi da internet.

Occorre prevedere anche l'instaurazione di una corretta procedura di backup dei dati che includa le attività di ripristino dei sistemi e di ricaricamento dei dati stessi. E' importante affidarsi a chi è in grado di consigliarci e di fornirci i più aggiornati strumenti per risolvere al meglio queste problematiche.

Roberto Faini*

*Roberto Faini è il giovane titolare della ICB di Melzo: <http://www.icbusiness.it>, società che propone, fra l'altro, soluzioni di backup e business continuity.

In **Unione** convegno promosso da AICE (Associazione italiana commercio estero) in collaborazione con la Direzione lombarda dell'Agencia delle Dogane

Contraffazione e falsificazioni Gli strumenti per la TUTELA del Made in Italy



Il convegno Aice-Agenzia Dogane in Unione: panoramica della sala Orlando

■ "Lotta alla contraffazione e alle indicazioni false o fallaci di provenienza: i nuovi strumenti doganali" è il convegno che Aice, l'Associazione italiana commercio estero, d'intesa con la Direzione Regionale dell'Agencia delle Dogane, ha organizzato, mercoledì 29 settembre in Unione. Ampia partecipazione di operatori per un tema di grande interesse: i lavori sono stati aperti dal presidente Aice Claudio Rotti e dal direttore regionale per la Lombardia dell'Agencia delle Dogane, Alessio Fiorillo.

Rotti, mettendo in evidenza la collaborazione con l'Agencia delle Dogane, ha fornito alcuni dati molto preoccupanti sull'impatto della contraffazione (da leggere, in proposito, anche il servizio nelle pagine precedenti - 12 e 13 - sul progetto milanese anticontraffazione n.d.r.): il fenomeno in Italia ha una dimensione che si aggira intorno ai 6 miliardi di euro con una perdita di posti di lavoro di circa 40.000 unità all'anno.

Su scala mondiale il giro d'affari della contraffazione è stimato tra i 200 ed i 300 miliardi di euro, cioè tra il 5% ed il 7% del valore totale del commercio mondiale.

Fiorillo ha illustrato le linee strategiche dell'azione svolta dall'Agencia delle Dogane nei confronti della contraffazione e delle indicazioni false e fallaci di provenienza, ed ha ribadito che la lotta a tali fenomeni si può vincere solo con una stretta collaborazione con il mondo imprenditoriale.

Nel corso della giornata sono stati illustrati da Giuseppe Ansalone, direttore dell'Area verifiche e controlli dell'Agencia delle Dogane, gli strumenti nor-

mativi e le strategie operative per ostacolare il fenomeno della contraffazione. La legge finanziaria per l'anno 2004 ha infatti demandato all'Agencia delle Dogane importanti prerogative per la tutela del Made in Italy e per la lotta alle merci contraffatte. L'attività di contrasto e l'intervento delle autorità doganali riguarda non solo le merci sospettate di violare i diritti di proprietà intellettuale: merci contraffatte o usurpative (copie fabbricate senza il consenso del titolare del diritto), ma anche merci con false o fallaci indicazioni.

Costituisce falsa indicazione la stampigliatura del Made in Italy su prodotti e merci che non abbiano un'origine italiana; costituisce invece fallace indicazione l'apposizione sui prodotti di disegni, figure o

◀ Alessio Fiorillo, direttore regionale per la Lombardia dell'Agencia delle Dogane

Claudio Rotti, presidente di Aice ▶

quant'altro, tali da indurre il consumatore a ritenere che il prodotto sia di origine italiana. Il funzionario doganale che, nell'e-

spletamento della propria attività di controllo, accerti la violazione, dovrà procedere al sequestro della merce inoltrando relativa notizia di reato al Pubblico Ministero competente.

L'Agencia delle Dogane ha, inoltre, assunto l'impegno primario di porre un argine al fenomeno della contraffazione fornendo una concreta risposta alle esigenze di combattere una piaga che mette in pericolo la validità dell'impresa, danneggia l'occupazione e può costituire una minaccia per la sicurezza e la salute del consumatore.

Per una migliore realizzazione dell'azione di contrasto di ogni devianza o abuso delle corrette regole del libero scambio, è stato illustrato, nel corso del convegno, il progetto F.A.L.S.T.A.F.F. (Fully Automated Logical System To Avoid Forgeries & Fraud). Tale progetto si concreta nella costituzione di una banca dati multimediale di prodotti autentici inserita nel sistema informativo AIDA dell'Agencia delle Dogane, alimentata dagli stessi titolari del diritto. Banca dati che consentirà, fra l'altro, di confrontare le caratteristiche dei prodotti sospettati di contraffazione con le caratteristiche dei prodotti originali.

L'ultimo intervento è stato quello di Giovanni Montesanto, Direttore dello S.V.A.D. (Servizio di Vigilanza Antifrode Doganale) della Circostrizione Doganale di Milano, il quale ha illustrato, anche con dati statistici,

i risultati ottenuti dalla dogana italiana ed in particolare dell'area di Milano nel contrastare il fenomeno della contraffazione. La giornata si è conclusa con un ampio dibattito nel corso del quale sono intervenuti molti operatori. Gli interventi hanno riguardato soprattutto le "indicazioni fallaci" ed in particolare le diciture "Styled in Italy" e "Designed in Italy". Da questo confronto sono scaturite utili proposte e consigli, segnale di una sempre più attiva e proficua cooperazione tra il mondo imprenditoriale e quello doganale.



Tintoria Alberti



Mansueto Alberti davanti al negozio di maglieria negli anni '30



Mansueto Alberti negli anni '60

Una vecchia carta intestata della tintoria Alberti



Tra le più antiche e note lavanderie di Milano, la ditta Alberti in via Visconti di Modrone 40 occupa quella sede dal 1929, anno in cui venne costruito lo stabile. L'attività della famiglia Alberti ebbe però inizio in corso Monforte 13, per opera di Mansueto Alberti, il quale aprì un negozio di maglieria, rappresentante monomarca di una ditta tedesca.

Nel 1929, dunque, Mansueto gestisce la vendita di maglieria per uomo e donna, capi in cashmere e vestiti con l'aiuto della moglie; la clientela è puramente milanese o dell'area limitrofa, ma sono i clienti ad andare da Alberti, la ditta non ha infatti contatti o altri punti di vendita al di fuori della città. Quando i due figli della coppia sono in età, entrano in attività con i genitori, ma sarà uno solo di loro, Carlo, a continuare dopo la morte del fratello in guerra in Albania.

Lo stabile in via Visconti di Modrone resistette ai bombardamenti che mutilarono la città; ciò permise alla Famiglia Alberti di continuare l'attività anche durante i tragici anni del secondo conflitto mondiale.

Alla fine della guerra, nel 1945, Carlo decide di trasformare il negozio in una lavanderia, mentre sua madre continuerà per una decina d'anni circa a vendere maglieria in casa, ad una cerchia ristretta di affezionati clienti. Sono la nipote di Mansueto, Albertina, suo marito Lorenzo Sanpellegrini e la loro figlia Paola che ci raccontano come avvenne la svolta ad opera di Carlo: "ha

deciso di cambiare attività, anche perché in quel momento erano in voga le lavanderie. Uscivamo dalla guerra e c'era richiesta: mancavano le lavanderie, mancava un po' tutto... tra le tante attività, le lavanderie erano tra quelle che davano un buon futuro".

La scelta sin dall'inizio è di puntare su un segmento medio-alto di clientela offrendo un servizio di elevata qualità: "il nostro lavoro è molto manuale, di finitura perfetta... manca il bottone, glielo mettiamo; c'è una cuciturina da fare, noi la facciamo; consegniamo un capo che è perfetto". Questa dedizione contribuisce a creare una clientela d'élite, composta in gran parte dalle case di moda che preferiscono testare i nuovi tessuti delle loro collezioni prima di confezionare capi importanti e comunque da tutti coloro che possono permettersi i costi elevati che questo servizio comporta. La ditta Alberti ha clienti in diverse parti del mondo, Svezia, Corea, Inghilterra, Stati Uniti, senza trascurare l'Italia, dove i clienti sparsi sul territorio nazionale vengono raggiunti a mezzo corriere.

Nel 1952 Albertina inizia a lavorare e nell'arco di un decennio circa la sede di via Visconti di Modrone si amplia includendo il cortile, che viene adibito a laboratorio; anche il marito di Albertina, Lorenzo, si dedicherà a questa attività: lodigiano puro, come precisa, inizia a lavorare nella lavanderia dei suoi genitori in provincia di Pavia, prima di fare il servizio militare e di sposarsi.

Sempre nel corso degli anni Sessanta, la concorrenza inizia a farsi più pressante, anche grazie all'introduzione di processi più rapidi, sempre meno manuali che implicano costi decrescenti: "prima c'era tanto artigianato; poi, pian piano, si è introdotta la lavorazione meccanica, veloce, che ha ridotto i prezzi ed ha fatto aumentare il divario tra il lavoro artigianale e quello industriale". L'innovazione tecnologica nelle macchine per lavare e in quelle per asciugare, i crescenti con-



Interno del negozio di via Visconti di Modrone



Il reparto tappeti



Albertina Alberti, Lorenzo Sanpellegrini e la loro figlia Paola

trolli sui solventi impiegati, come ad esempio la sostituzione della trielina con il percloroetilene e in generale la riduzione dei solventi contenenti fluoro-carburi per motivi legati alla tutela della salute e dell'ambiente, l'introduzione dei registri per i rifiuti ed il controllo sulle acque di scarico, la necessità di avere locali separati per il reparto lavaggio e quello di stiratura, hanno accompagnato l'evoluzione di questa attività.

La ditta Alberti, per far fronte a queste trasformazioni del mercato e per confrontarsi con la concorrenza, ha deciso di puntare ancora una volta sulla qualità del servizio offerto: correlata all'attività di lavaggio, dove la smacchiatura è tutta manuale, c'è un'attività di sartoria, che si occupa non solo delle piccole riparazioni, ma anche della cura di capi particolari, per esempio vestiti di stoffa con inserti in pelle, l'una da lavare ad acqua e l'altra a secco, smontando e rimontando l'abito dove necessario; ed ancora, Alberti offre ai suoi clienti la possibilità di custodire interi guardaroba, o di consegnare i capi a domicilio: l'azienda ha oggi tre furgoni, che effettuano consegne a Milano e provincia, naturale evoluzione di un servizio iniziato con la bicicletta e proseguito con l'Ape Piaggio.

L'azienda è tuttora a conduzione strettamente familiare: Paola, insieme con il fratello Giorgio, lavora con i genitori dal 1985, e si occupa delle paghe e dei contributi dei dipendenti; il papà Lorenzo si occupa delle macchine e la mamma Albertina segue la stiratura. Dall'inizio del 2004 la lavanderia Alberti ha abbandonato la sua storica locazione in via Visconti di Modrone per trasferirsi nella nuova in piazza Castello 2.

Fabio Lavista

(In collaborazione con Sara Talli Nencioni)



L'ingresso del negozio in via Visconti di Modrone

Legnano, cesteria De Giovannini



Secondo e Margherita De Giovannini in un ritratto dei primi anni del Novecento

Lui voleva andare in Svizzera, per far fortuna, non aveva neanche diciotto anni e ha sbagliato treno: dalla stazione di Stresa andando verso sinistra si va in Svizzera mentre verso destra si va a Milano. È stata un po' un'avventura; sa, i casi della vita...".

Così, secondo una leggenda familiare tramandata di madre in figlio, sarebbe cominciata l'avventura professionale della famiglia De Giovannini, proprio dall'errore di nonno Secondo che, deciso a lasciare il suo piccolo paese natale, Brisino, per cercar fortuna in Svizzera, si trovò invece a Legnano dove nel 1901 ebbe la possibilità di aprire un negozio di ceste. Secondo De Giovannini, figlio di contadini, aveva imparato questo mestiere al paese, da ragazzo: tutti i paesini della zona montana sopra Stresa, all'inizio del secolo, erano infatti famosi per la produzione artigianale di cesti e ombrelli.

"Li costruiva proprio lui; andava su nei boschi a prendere il

faggio, il castagno, il nocciolo; prendeva il tronchetto e questo veniva poi tagliato, sezionato, messo in acqua, per poterlo lavorare più facilmente". All'inizio, dunque, l'attività era gestita completamente in proprio: dall'approvvigionamento delle materie prime, alla loro preparazione, alla confezione finale delle ceste.

Il negozio, presso il quale lavorava anche la moglie di Secondo, Margherita, una ragazza di Carpugnino, la signora Filomena, addetta alla vendita, e due operai che si occupavano della preparazione del legno per i cesti, si trovava proprio al centro del paese, al numero 2 di Piazza Umberto I, l'attuale piazza San Magno.

Il mercato dei cesti e dei canestri in vimini era abbastanza fiorente: cesti e gerle venivano utilizzate per il lavoro nei campi, ma una grande richiesta di questi articoli proveniva anche dalle industrie manifatturiere, molto numerose in quella zona, che se ne servivano per l'imballaggio delle merci.

Oltre ai canestri Secondo era anche un esperto impagliatore: "sedie e seggioloni erano importati, venivano dai paesi del basso Polesine, dove facevano tutte quelle seggiole vecchie, quelle rustiche, proprio in legno rotondo, le famose sedie delle chiese". Da quelle zone Secondo importava lo scheletro delle sedie che poi impagliava. Margherita introdusse a poco a poco altri oggetti tra quelli in vendita: giocattoli in legno, ma anche box, seggioloni, girelli e alcuni articoli casalinghi: come ci racconta Piersecondo, "mia nonna si occupava delle vendite e di acquistare le cose, le sedie da impagliare, i giocattoli, mentre mio nonno faceva le ceste e impagliava le sedie. Il cestino era di gran lunga l'articolo più venduto".

Alla morte di Secondo, avvenuta prematuramente nel 1944, Margherita si troverà a gestire il negozio con le proprie forze, e l'attività, che fino ad allora era stata eminentemente produttiva, diviene esclusivamente commerciale; Margherita, coadiuvata dalla figlia Anna, si impegna per rinforzare la

rete dei fornitori "un po' da Stresa, dalle valli sopra Stresa, un po' da tutta la zona



L'esterno della cesteria De Giovannini



Il commercio “racconta” Milano

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

della Bergamasca, poi il basso Polesine, il Veneto, oppure anche qui, fuori Como, a Lurago d'Erba, erano tutte zone di produzione di cesteria; dopo il '44 si riforniva da questi”. Dal 1952 al 1978 subentra come titolare del negozio Anna: sotto la sua gestione l'attività si amplia ulteriormente, soprattutto a partire dagli anni '60. Racconta sempre Piersecondo: “è aumentata progressivamente questa ricerca di mercato, dei prodotti nuovi, la selezione degli articoli”.

Anna ha quattro figli – Giancarla, Aurelio, Piersecondo e Rita – e un'attività da mandare avanti praticamente da sola; il marito è impiegato alla Franco Tosi, lei può contare solo per i primi anni sulla signora Filomena, presente in negozio già da quando c'era nonna Margherita e che rimarrà fino al 1960. I bambini passano molto tempo in negozio “la signora Filomena – ricorda Piersecondo – faceva piroettare le sedie, le faceva girare, era un nostro divertimento, per tenerci tutti e quattro tranquilli. E poi c'erano i giocattoli. Quando eravamo piccoli noi, erano proprio quattro cose: le paperine che si tiravano il trenino di legno, i mastelletti di legno, il cavallo a dondolo. Erano tutte cosine misere di allora...”.

Dal 1964 Piersecondo comincia ad aiutare la madre in negozio, ma è solo nel 1979 che diviene titolare. Negli anni '70 l'attività si amplia, aumenta la superficie di vendita: “da 60-70 metri quadrati adesso siamo a 230, tra negozio e magazzino, insomma è stata triplicata. Anche gli articoli sono migliaia ora, perché c'è stata una grande evoluzione del mercato, la città ha richiesto più cose. Tutto in proporzione alla vita della città, alla vita della gente, al benessere che è aumentato”.

Anche le tipologie di prodotto sono cambiate negli anni, al mutare del tessuto urbano e sociale: “una volta i cesti erano grezzi, li usavano per i lavori agricoli, per la semina, per la raccolta della frutta. Adesso sono più raffinati, li tengono in casa, li usano come soprammobili, come regali. Una volta Legnano era una zona agricola e poi c'erano tutti i cotonifici, le tintorie, e il nonno faceva dei cestoni anche per queste aziende; poi è subentrata la plastica e il legno per gli imballaggi. E più recentemente sono sparite le ditte! Ormai vede che a Legnano non ci sono più; ormai solo negozi, banche, tutto terziario”. Aziende come la De Angeli-Frua, la Cantoni, la Franco Tosi, che



Piersecondo e una delle sue sorelle di fronte alla cesteria

hanno fatto la storia di questa città, ormai hanno chiuso i battenti da anni e sono in fase di demolizione; su queste aree industriali nuovi progetti urbanistici ridisegnano ora il volto di Legnano.

Sempre del 1970 è il trasferimento del negozio nell'attuale sede di piazza don Luigi Sturzo, in una zona un po' meno centrale rispetto alla sede originaria di piazza san Magno. Questo spostamento, insieme con i cambiamenti del mercato che ha visto lo sviluppo della grande distribuzione, ha costretto Piersecondo ad una diversa strategia di vendita: “bisogna essere più bravi, avere più articoli, ampliare la gamma dei prodotti. Anche i giochi sono cambiati: se prima tenevo due o tre macchinine adesso ne tengo di dieci tipi diversi perché i supermercati prendono una linea e vendono quella e quella soltanto a prezzi più competitivi; il commerciante invece di una serie, ne prende tre, quattro, è tutto un altro giro”.

Nonostante i profondi cambiamenti avvenuti nel corso del secolo, quello del “cavagnin”, il cestajo in dialetto, è da sempre più che un negozio, è un luogo di aggregazione: “perché adesso voi altri vedete là quelle seggioline... le sedie che sono fuori, non sono lì solamente in esposizione, sono lì proprio perché passa la gente e si siede, non so se avete visto prima quel dottore, ecco: ogni giorno lui viene qua, si siede, fa la sua chiacchieratina, e non è il solo”.

Fabio Lavista

(In collaborazione con Sara Talli Nencioni e Sara Roncaglia)

Segnaliamo che...

Uffici raggiungibili con la Metropolitana Due

Pratiche ENASCO A Milano è più comodo in via SANGRO

■ Enasco (Ente nazionale di assistenza sociale per i commercianti) è il patronato che, per conto dei lavoratori autonomi assistiti, svolge tutte le pratiche necessarie per ottenere le prestazioni erogate dagli enti previdenziali e di assistenza.

Con Enasco opera 50&Più Fenacom, l'associazione che tutela il mondo della terza età sviluppando una politica propositiva ed innovativa a favore degli anziani, difendendone i valori e i diritti, per affermare l'importanza del loro ruolo nella società e per migliorarne la qualità della vita. Le sedi 50&Più Fenacom ed Enasco sono diffuse su tutto il territorio nazionale, in tutti i capoluoghi di provincia ed in moltissimi comuni.



**Via Sangro 15/17 angolo via Carnia
(Milano)**

Tel. 02.26884421 - Fax 02.26884430

E mail: enasco.mi@enasco.it

**Apertura: dal lunedì al venerdì
dalle ore 8.30 alle ore 14.30**

A Milano gli assistiti Enasco possono, per le varie pratiche, recarsi nei più comodi e nuovi uffici Unione di via

to), dove gli spazi sono meno angusti ed è più facile trovare l'assistenza necessaria. La sede Unione di via San-

Sangro (foto), dove gli spazi sono meno angusti ed è più facile trovare l'assistenza necessaria. La sede Unione di via Sangro, 5.300 metri quadrati, inaugurata lo scorso anno, è raggiungibile con la Linea Due della Metropolitana (fermata di piazzale Udine).

Bando 2004 del Comune di Milano: fondi ancora disponibili

■ Lo Sportello delle agevolazioni e del credito Unione ricorda che resta aperto fino al 3 novembre il bando 2004 del Comune di Milano per l'erogazione di contributi agli operatori commerciali per l'acquisto e l'installazione di impianti di sicurezza anticrimine. Presentare le domande è consigliabile perché ci sono ancora fondi disponibili.

Il Comune di Milano ha stanziato complessivamente 3 milioni di euro; il bando prevede l'assegnazione di un contributo alle imprese del commercio, della somministrazione in sede fissa, del turismo, dei servizi e dell'artigianato (operanti sul territorio del Comune di Milano, con non più di 15 dipendenti) che provvedano all'acquisto e all'installazione di impianti di sicurezza anticrimine. Il contributo è in conto capitale a fondo perduto, pari al 50% delle spese sostenute e per un massimo di 3.000 euro per impresa.

Le spese ammissibili ai benefici del

**Servizio Unione
con lo Sportello
delle agevolazioni e
del credito per la consegna
delle domande
di contributo. Rivolgersi
alla propria associazione**



bando prevedono l'acquisto e l'installazione di beni e attrezzature:

- in grado di videocontrollare i locali adibiti alle attività sia

SICUREZZA ANTICRIMINE

Domande fino al 3 novembre per i FINANZIAMENTI

durante le ore di apertura al pubblico, sia durante le ore di chiusura (esempio: telecamere);

- in grado di rilevare l'intrusione di persone non autorizzate in aree protette;

- in grado di attivare apposite segnalazioni in caso di aggressione personale a chi opera all'interno dei locali dell'azienda;

- di protezione passiva (esempio: cassaforti a tempo, inferriate, porte blindate, vetri antifondamento, sistemi antitaccheggio);

- in grado di rilevare e segnalare eventuali incendi;

- in grado di difendere denaro, valori e merci da tentativi di furto.

Costituisce titolo di ammissione al bando la presentazione di:

- ◆ preventivi rilasciati dalle ditte installatrici; in questo caso è titolo di erogazione del contributo la presentazione di copia delle fatture quietanzate entro il 31 marzo 2005;

- ◆ copia delle fatture quietanzate relative a spese sostenute nel periodo compreso tra il 2 aprile 2003 e il 3 novembre di quest'anno.

Lo Sportello Unione delle agevolazioni e del credito (027630021) provvederà a consegnare le domande di contributo al Comune di Milano. Per informazioni contattare la propria associazione.

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.unione.milano.it

DIRETTORE RESPONSABILE
Gianroberto Costa

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

REDAZIONE
Federico Sozzani corso Venezia 47/49 - 20121 Milano
FOTOCOPOSIZIONE e STAMPA
AMILCARE PIZZI Spa
20092 Cinisello Balsamo (Milano)

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

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

Iniziativa in occasione di MilanoVendeModa

BREIRA in Fashion Commercio protagonista nelle giornate della moda

Marco) - si è svolta a Milano, ai primi di ottobre - in concomitanza con MilanoVendeModa e la presentazione delle collezioni di pret-à-porter femminile primavera-estate 2005 - la manifestazione Brera in Fashion (foto locandina). Dall'1 al 3 ottobre gli esercizi commerciali

■ Promossa dalla Camera di commercio di Milano in collaborazione con Unione, Promo.Ter, assessorato alla Moda del Comune di Milano, MilanoVendeModa (la rassegna fieristica promossa da ExpoCTS), e le associazioni di via del quartiere Brera (Brera Associazione Commercianti e le associazioni di via Madonnina, Fiori Chiari, Assomab via Solferino e San

Brera in Vetrina

I circa 200 esercizi aderenti - tra attività commerciali ed artigianali - hanno esposto nelle proprie vetrine i prodotti novità della stagione (anche merceologie differenti da quelle normalmente commercializzate).

Brera in Tram

Per permettere ai visitatori di "MilanoVendeModa" di raggiungere Brera, sono stati messi a disposizione, da piazza VI Febbraio, tram Atm riservati. Per il servizio navetta sono stati utilizzati due mezzi: il tram Storico 1503 e un tradizionale tram arancione (foto).

del quartiere Brera sono rimasti aperti fino alle ore 23 a sostegno di tutta una serie di azioni e di eventi che hanno vivacizzato la zona. "Brera in Fashion" ha compreso, infatti, una pluralità di iniziative: "Brera in Vetrina", "Brera in Musica", "Brera in Drink" e "Brera in Tram".

Brera in Drink

Chi ha deciso di entrare nei negozi, anche solo per guardare le novità proposte, ha avuto in omaggio un drink. I gestori di bar, i locali serali e ristoranti aderenti ad Epam, l'Associazione milanese dei pubblici esercizi, hanno proposto, a prezzi scontati, aperitivi, cocktail e piatti appositamente creati per l'occasione (all'iniziativa hanno aderito anche gli operatori di Assofood Milano).

Brera in Musica

In cinque punti del Quartiere si sono esibiti gruppi musicali che hanno suonato musica jazz, latino-americana, e i grandi successi di oggi e degli anni '60, '70, '80 e '90. Alcuni gruppi sono stati accompagnati da danzatori.



La Festa di PADRE PIO

Con il coinvolgimento dell'Associazione panificatori, del Sindacato dettaglianti ortofrutticoli e delle associazioni di via Rubens e Rembrandt

■ La diciottesima Festa cittadina di Padre Pio, promossa a Milano il 25 e 26 settembre dal Centro francescano Rosetum (con il coinvolgimento dell'Associazione panificatori, del Sindacato milanese dei dettaglianti

ortofrutticoli, dei commercianti di Asco Rubens e dell'Associazione di via Rembrandt) ha avuto come tema, quest'anno, "Milano, una città da amare". Tema ispirato al messaggio dell'Arcivescovo di Milano, Cardinale Dionigi Tettamanzi, il quale ha esortato a guardare alla nostra città senza timori, "con intensità, con amore, con responsabilità". Molto numerose le iniziative svolte: dalla fiaccolata per la pace, alla musica in piazza, alle rievocazioni storiche con la partecipazione degli sbandieratori "Torre dei Germani" di Busnago.

La collaborazione **Unione** all'evento promosso dalla Regione Lombardia

“FESTA DEI NONNI” A Milano sconti, gadget e offerte speciali in oltre 500 fra negozi e pubblici esercizi

■ Sono oltre 500 i negozi e pubblici esercizi milanesi che hanno partecipato, sabato 2 ottobre, alla “Festa dei nonni” promossa dalla Regione Lombardia.

“La Festa - ha sottolineato Carlo Sangalli, presidente Unione - è stata una bella occasione proprio per apprezzare l'indispensabile ruolo sociale del negozio sotto casa, di quartiere, che costituisce un punto di riferimento proprio per i più anziani”.

“Ai nonni - aggiunge il vicepresidente Renato Borghi - andava dato un particolare segno di ringraziamento e di affetto per l'indispensabile ruolo sociale che essi ricoprono”. Agli esercizi commerciali aderenti sono state distribuite le locandine (foto)

messe a disposizione dalla Regione per la Festa. Locandine che, affisse sulle vetrine o all'interno dei negozi, hanno consentito ai milanesi di individuare i negozi e i locali che aderiscono alla Festa.

Alla “Festa dei nonni” hanno partecipato diverse associazioni di via (con una significativa presenza di associazioni di via dei quartieri periferici): le associazioni di via Pacini, Lodidoro, Rione San Luigi corso Lodi, Asco San Siro, Ascorvetto, Asco Casoretto, corso San Gottardo (Le Cento Botteghe del Borgo); Asco Montenero; via Meda e via Montegani (Baia del Re). Numerosa anche l'adesione diretta delle associazioni di categoria: come Ascomoda Milano, le associazioni dei librai, carto-

librai, articoli di bigiotteria, dei colorifici, dei commercianti di animali domestici.

Di diverso tipo le iniziative di commercianti e pubblici esercizi in occasione della “Festa dei nonni”: sono stati praticati

**Il presidente Unione Carlo Sangalli:
“il negozio sotto
casa punto sociale
di riferimento
proprio per i più
anziani”.**

**Il vicepresidente
Renato Borghi:
“ai nonni
un particolare
segno
di ringraziamento
e di affetto
per il ruolo che essi ricoprono”**

sconti - a partire dal 5% - sugli acquisti effettuati dai nonni in compagnia del nipote; si è avuto l'omaggio di gadget e particolari articoli; nei pubblici esercizi aderenti sono state offerte consumazioni “over 65” (anche un menu del veterano) a prezzo scontato. Sconti e agevolazioni anche da parte di enoteche, panifici e negozi di frutta e verdura; e i parrucchieri hanno proposto shampoo e lozioni a prezzo speciale.

Inoltre 50&Più Fenacom (l'associazione che tutela il mondo della terza età sviluppando una politica propositiva ed innovativa a favore



degli anziani) ha organizzato un pomeriggio di ritrovo e di festa per gli associati con i propri nipoti: festa che ha avuto luogo nel giardino del Circolo dei Navigli, in via De Amicis 17 (dove ha sede il Club dei 50&più).



Associazioni

Formazione le iniziative di ALIS

Parte a novembre al Capac un corso di formazione per addetti ai servizi di pulizie e sanificazione. Consegnati, intanto, gli attestati di partecipazione al corso - realizzato con Sda Bocconi - che ha coinvolto i lavoratori stranieri

■ Partono a novembre le tre giornate di formazione per addetti ai servizi di pulizie e sanificazione promosse da Alis, Associazione lombarda imprese di pulizia servizi integrati e multiservizi (nella foto il presidente Andrea Risi). Il progetto formativo vede la collaborazione di Promo.Ter Unione e Afidamp Fab, Associazione italiana fabbricanti macchine prodotti attrezzi per la pulizia professionale e l'igiene ambientale. Il corso si articolerà in due parti - una teorica e una pratica - nelle giornate di lunedì 15, martedì 16 e mercoledì 17 novembre a Milano presso la sede del Capac (viale Murillo 17).

Il corso fornirà le conoscenze tecniche di base per addetti ai servizi di pulizie e sanificazione. Una giornata



borazione di Alis.

BENZINAI, con i calendari 2005 un aiuto ai bambini ammalati

Impegno dei gestori carburanti italiani per la solidarietà. Figisc Anisa Concommercio ha aderito alla nuova edizione della "Fabbrica del sorriso", la maratona televisiva organizzata a settembre da Mediafriends (onlus di Mediaset) per raccogliere fondi a favore dei bambini ammalati. Figisc Anisa si è impegnata a realizzare il "Calendario 2005 dei gestori" per sostenere economicamente i 20 progetti rivolti ai bambini negli ospedali. Per questo motivo Figisc Anisa ha spedito a tutti i gestori associati il

Impegno di FIGISC Anisa con "La Fabbrica del Sorriso", la maratona televisiva promossa da Mediafriends (onlus di Mediaset) per raccogliere fondi a favore di 20 progetti di solidarietà

modulo per aderire all'iniziativa del calendario 2005.

Il gestore può chiedere l'invio - al costo complessivo di 250 euro + Iva - di 250 calendari, 25 personalizzati con il nome, cognome e indirizzo del gestore, che il distributore può regalare alla propria clientela. Comunque, ad ogni gestore associato, Figisc Anisa invierà gratuitamente 50 calendari.

I gestori interessati all'iniziativa possono contattare la segreteria Figisc: 027750274.

nata verrà dedicata ai contenuti del decreto legislativo 626/94 in materia di sicurezza sul lavoro. Per informazioni sull'iniziativa bisogna contattare la segreteria di Alis: tel. 02-7750458; e mail alis@unione-milano.it

Consegnati gli attestati di partecipazione al corso "Empowerment dei lavoratori stranieri e gestione delle diversità", progetto comunitario gestito da Sda Bocconi con la colla-

Diciotto le aziende associate ad Alis che hanno partecipato alle tre giornate formative svoltesi presso la sede dell'Università. Obiettivo della proposta Sda Bocconi-Alis è stato quello di creare un vantaggio competitivo d'impresa, sempre più frequentemente associato a concetti di cultura e identità organizzative.

Milano e la TRADIZIONE ORAFI

Manifestazione organizzata dall'Associazione orafa lombarda in Galleria Vittorio Emanuele

"Milano e la sua tradizione orafa", è la manifestazione organizzata in Galleria Vittorio Emanuele dall'Associazione orafa lombarda nell'ambito del programma "La città e l'Ottagono". Artigiani orafi, argentieri e orologiai hanno effettuato dimostrazioni pratiche consentendo al pubblico di assistere a tutte le fasi di lavorazione dell'oro e dell'argento (dalla fusione all'incisione, alla cesellatura, allo sbalzo, ecc.), e di conoscere le tecniche dell'orologeria. Ripetuta più volte nel corso della manifestazione la fusione di oro puro e la sua trasformazione in lingotti. Gli orafi hanno inoltre risposto alle domande del pubblico sulle tecniche di lavorazione.

Nel corso della giornata sono stati anche assegnati i premi della prima edizione del concorso "disegna il tuo gioiello" indetto dal Gruppo giovani dell'Associazione orafa lombarda. Al concorso hanno partecipato gli studenti dell'Istituto statale d'arte di Giussano.

fainicaso www.faini.it
Direzionale: Melzo (MI) - Via verdi, 1
Tel. 02 95739809

E' incredibile
quante **CASE**
si trovano...
Cercandone **UNA** su: www.faini.it

Filiali in: Melzo, Milano, Peschiera B., Cernusco s/N, Liscate, Basiglio

faini **Compravendite**
per l'impresa **Terreni - Immobili**
Commerci e industriali

MELZO
Via Verdi, 1
Tel. 02 95712622
Fax 02 95711686

Imprese in **CINA** con **AICE**

■ Si è svolta dal 18 al 25 settembre la missione commerciale che Aice, l'Associazione italiana commercio estero ha promosso in Cina e che ha toccato Pechino, Nanchino e Shanghai.

La missione è stata finanziata dalla Regione Lombardia (che, pressoché in contemporanea ha organizzato

eventi di promozione enogastronomica, turistica e culturale a Pechino e Shanghai con la presenza del Governatore Roberto Formigoni a Shanghai dove si svolse, il 26 settembre, il Gran Premio di Formula Uno) e ha coinvolto 13 aziende interessate sia ad esportare che ad importare nei settori chimico, information technology, elettronica, articoli per la casa



me Assicc (Associazione italiana commercio chimico); Assintel (Associazione nazionale delle imprese di servizi d'informatica) ed Asso-

Trecento incontri d'affari e firma del presidente di Aice CLAUDIO ROTTI a Pechino di un accordo strategico con la Camera di commercio cinese dei settori minerario, metallurgico e chimico

e la persona, prodotti siderurgici, materiali per l'edilizia, macchinari, impianti di smaltimento rifiuti, abbigliamento e mobili. Hanno partecipato aziende aderenti anche ad altre associazioni del sistema Unione co-

me Assicc (Associazione italiana commercio chimico); Assintel (Associazione nazionale delle imprese di servizi d'informatica) ed Asso-

La missione dell'Associazione italiana commercio estero, finanziata dalla Regione Lombardia, ha coinvolto anche imprese associate ad Assicc, Assintel ed Assofermet

fermet (Associazione nazionale dei commercianti in ferro e acciai, metalli non ferrosi, rottami ferrosi, ferramenta).

Claudio Rotti, presidente di Aice, ha firmato a Pechino (foto) un accordo di collaborazione con la "China Chamber of Commerce of Metals, Minerals & Chemical Importers & Exporters" (CCCMC), organismo che raggruppa le più importanti imprese cinesi operanti nei settori minerario, metallurgico e chimico.

"Un accordo - rilevano ad Aice - che riveste particolare importanza in quanto consente di migliorare i flussi commerciali fra Italia e Cina in questi tre settori strategici".

Gli imprenditori hanno avuto, nel corso della missione Aice, circa 300 incontri d'affari con aziende cinesi.



FIORISTI MILANESI

Il saggio finale della Scuola professionale

■ Si è svolto in Unione il tradizionale saggio finale della Scuola professionale dell'Associazione fioristi milanesi. Saggio che ha concluso l'anno formativo 2004. La Scuola Professionale dell'Associazione fioristi vanta ormai antiche tradizioni. La sua attività è incominciata, infatti, negli anni '50 presso i locali (allora altro non si trattava che di magazzini) messi a disposizione dai fioristi Cattaneo e Schieppati, in corso Garibaldi e in via Napo Torriani.

Tra i primi «maestri» si annoverano alcuni personaggi di rilievo dell'arte floreale milanese: Giuseppe Sironi, Mario Cardin e il da poco scomparso Nicola Lauri.

Il periodo della Scuola professionale con il Capac-Politecnico del commercio prende avvio con Gigi Fumagalli (tuttora responsabile dei corsi) e con gli insegnanti Ferruccio Rossi e Giovanni Santamaria, per approdare poi a una nuova fase (Ignazio Porru, Mario Lauri, Giovanni Moro) e alla presidenza di Agostino



Esposto del presidente di Apeca GIACOMO ERRICO

FESTIVAL PARK

sollecitato il controllo della Guardia di Finanza

La domenica, a Milano, nell'area di viale Puglie non c'è solo uno scambio dell'usato fra privati, ma un vero e proprio mercato all'aperto che si svolge su un terreno che andrebbe destinato a verde pubblico. Le norme vietano lo svolgimento di mercati la domenica

■ Un esposto alla Guardia di Finanza (Comando Nucleo Provinciale Polizia Tributaria di Milano) per sollecitare sul Festival Park che si svolge la domenica a Milano in viale Puglie, nell'area di 35.000 metri quadrati adiacente il Parco Alessandrini, "ogni più opportuno...atto d'ispezione, indagine e controllo" per verificare "se le operazioni svolte siano o no conformi alle vigenti normative tributarie e fiscali e, in caso di riscon-



tro negativo, siano comminate le sanzioni di legge". Lo ha presentato Giacomo Errico (foto), presidente di Apeca, l'associazione milanese del commercio ambulante.

Apeca, in piena sintonia con l'Amministrazione comunale milanese, giudica illegittimo il Festival Park perché non si tratta esclusivamente di un'area per lo scambio fra collezionisti privati, ma di un vero e proprio mercato all'aperto continuativo - all'interno del quale vi sono operatori con tanto di licenza - che quindi di domenica non si può svolgere perché le norme regionali lo vietano.

"Quantunque artatamente presentata come relativa ad un preteso 'mercato dell'usato' - rileva infatti Errico nell'esposto - tale iniziativa non può non essere riferita a compravendite schiettamente commerciali" come prova "la considerazione che, ove realmente limitate agli scambi tra privati, le attività non potrebbero avere né la continuità in tempo dichiarata dalla Società promotrice, né il necessario respiro economico e, sul piano di fatto, le 'prenotazioni' di spazi da parte di operatori professionali del commercio".

Errico sottolinea nell'esposto la "reale natura commerciale delle operazioni asseritamente 'di scambio' o 'occasionalmente' effettuate nel Festival Park. Ed è la stessa dichiarazione critica nei confronti di Apeca - fatta del presidente di Parcomodo, la società promotrice del Festival Park e riportata su un importante quotidiano ("La stessa Apeca che avrebbe dovuto sostenere i propri associati si è opposta all'iniziativa") - a rivelare - sottolinea Errico - come in realtà non si sia affatto in presenza di un mercato dell'usato fra privati: "la scrivente, infatti - prosegue Errico nell'esposto - rappresenta i commercianti su aree pubbliche, titolari di autorizzazione commerciale e che svolgono professionalmente il commercio, non già i privati che vendono occasionalmente o barattano propri singoli beni".

Apeca, rimarca Errico, "ha già rappresentato alla competente Autorità comunale la ritenuta illegittimità amministrativa dell'iniziativa, sia essa ricondotta alle attività di commercio su area pubblica, sia essa ricondotta alle attività di commercio su area privata, tanto più che i vigenti strumenti urbanistici comunali assegnano all'area sede delle iniziative destinazione di verde pubblico".

Marchesetti. Per un certo periodo (1987-1992) si è anche avuta la possibilità di accedere a finanziamenti diretti della Regione Lombardia (risorse che hanno permesso un decisivo rilancio delle attività didattiche e formative). L'offerta didattica è stata ampliata con l'organizzazione a titolo sperimentale, del corso architettonico-scenografico con il maestro Rillar di Firenze, in programma in questo tardo autunno.

Questi i nomi degli allievi (foto) che hanno preso parte al saggio finale della Scuola professionale fioristi:

Stefania Boffoli; Marzia Colleoni; Stefania D'Ingeo; Laura Evola; Paola Ferlini; Catia Fortis; Chacon Esthela Galarza; Rosa Anna Gentile; Jana Ivankova; Sandro Malchiodi; Francesco Mansi; Alice Mazzoleni; Francesco Moro; Daniela Piazzi; Giovanna Reale; Sebastiano Reale; Paola Nelly Reggiani; Angela Riondino; Fabrizio Sala; Paola Spadazzi.

Associazioni

COMMERCIO CHIMICO

Giorgio Bonetti confermato presidente di AssiCC



■ Giorgio Bonetti (foto) è stato confermato presidente di AssiCC (Associazione italiana commercio chimico) per il quadriennio 2005-2008. Ad AssiCC sono iscritte 300 aziende che importano, esportano, commerciano, distribuiscono prodotti chimici. Il comparto ha un giro d'affari complessivo di circa 10 miliardi di euro/anno. Giorgio Bonetti è reduce da una missione commerciale in Cina (vedi pag. 26 n.d.r.) dove ha contattato numerosi operatori locali dimostratisi molto interessati a rinforzare ed incrementa-

re i canali commerciali con l'Italia. Bonetti ha anche ottenuto l'impegno degli operatori cinesi di aderire all'ICCTA, Consiglio Internazionale delle Associazioni del Commercio Chimico, di cui l'Italia è uno dei soci più attivi.

Nasce l'Accademia dei PANIFICATORI

■ Un'Accademia europea di panificazione e pasticceria. L'ha inaugurata l'Associazione panificatori di Milano nella "Casa del Pane", i ristrutturati caselli daziari di Porta Venezia (sede dell'associazione). Con l'appoggio della Regione Lombardia e la collaborazione di un'azienda leader nel settore dei macchinari per panificazione e pasticceria, i panificatori hanno creato una struttura dove sarà possibile svolgere corsi professionali di specializzazione,

Nella "Casa del Pane" di Porta Venezia una struttura per corsi professionali di specializzazione, aggiornamento e formazione professionale per la panificazione e la pasticceria

Inaugurazione del presidente dell'Associazione panificatori Antonio Marinoni con l'assessore regionale alla Formazione Alberto Guglielmo



aggiornamento, formazione professionale e tirocini. "Un vero e proprio 'tempio bianco' - ha dichiarato Antonio Marinoni, presidente dell'Associazione panificatori (nella foto qui sopra è con l'assessore regionale alla Formazione Alberto Guglielmo intento al taglio del nastro. All'inaugurazione è intervenuto, fra gli altri, anche l'assessore al Commercio del Comune di Milano Roberto Predolin) - dove arte e mestiere si incontrano per offrire ai giovani un futuro lavorativo fatto di autonomia e creatività". I corsi che saranno tenuti dai maestri panificatori costituiranno, ha aggiunto Marinoni "un importante passo avanti nel campo della formazione-lavoro, una delle voci più significative nel comparto produttivo artigianale e commerciale, dove la professionalità gioca un ruolo primario sul mercato". Ambizione dei panificatori con l'Accademia è anche tenere alto il livello qualitativo della produzione artigianale e del Made in Italy "sia come valorizzazione ed esportazione della nostra 'tradizione' che vede il pane e i prodotti da forno alimento principe delle tavole italiane". A Milano e provincia - questi i dati forniti dall'associazione - operano 2.000 aziende della panificazione con 10.000 occupati.

CEDESI ATTIVITA'

LEGNANO zona centro

Prestigioso e storico negozio abbigliamento sportivo

Esperienza pluridecennale

Facile conduzione e selezionata clientela

Ampia metratura alla vendita

Ampio fronte espositivo

Arredamento caratteristico

Cedesi a referenziati

Astenersi agenzie

Trattative riservate - contattare telefonicamente

02/48518410

Al Castello Visconteo di Trezzo sull'Adda, dal 2 ottobre, mostra con le opere di Guido Crepax

VALENTINA sull'Adda



■ “Città e commerci nel territorio dell'Adda”: continua con un importante evento di carattere culturale la collaborazione fra l'Unione, con le Ascom territoriali, e i Comuni dell'Adda. Sabato 2 ottobre – proseguirà sino alla fine di novembre - si è inaugurata al Castello Visconteo di Trezzo sull'Adda una mostra dedicata al fumetto di Guido Crepax – il creatore di Valentina – ad un anno dalla morte del grande disegnatore.

Con un evento culturale di richiamo e numerose iniziative collaterali organizzate dai commercianti si sviluppa il progetto “Città e commerci nel territorio dell'Adda” che vede la collaborazione di Unione e Ascom territoriali con le sette Amministrazioni comunali (Cassano d'Adda, Grezzago, Inzago, Pozzo d'Adda, Trezzano Rosa, Trezzo sull'Adda, Vaprio d'Adda)

“Sono numerose le mostre di artisti che da marzo a novembre ospitiamo a Trezzo – spiega Maria Luisa Pesenti, assessore alle Attività produttive e alla

curatori è stata studiata una particolare esposizione di allestimento e luci per meglio valorizzare i disegni (le opere verranno successivamente esposte a

cultura del Comune di Trezzo sull'Adda – il nostro desiderio era di fare qualcosa di diverso ed abbiamo trovato la disponibilità della famiglia di Crepax”. La mostra, intitolata “Valentina

Bologna). Grande attenzione anche nei particolari: il biglietto d'invito alla mostra (foto) – aperta anche il sabato e la domenica – è una vera e propria riproduzione di Valentina che il visitatore può conservare.

“Già da tempo – prosegue l'assessore Pesenti – le Amministrazioni comunali collaborano per un polo culturale dell'Adda, ma nell'ambito del progetto ‘Città e commerci nel territorio del-

Le iniziative dei commercianti

All'insegna di Valentina ecco alcune iniziative che, nei comuni dell'Adda, sono promosse dal commercio come cornice alla mostra di Trezzo con le opere di Guido Crepax e all'Expo di Trezzo.

“Menu Valentina”: fino al 30 novembre è possibile gustare il menu di Valentina recandosi nei ristoranti di Cassano d'Adda, Trezzo sull'Adda, Vaprio d'Adda, Inzago, Pozzo d'Adda, Trezzano Rosa e Grezzago che hanno esposto le locandine “Valentina a tavola”.

“Taglio Valentina”: I parrucchieri di Cassano d'Adda, Trezzo sull'Adda, Vaprio d'Adda, Inzago, Pozzo d'Adda, Trezzano Rosa e Grezzago che espongono le locandine “look di Valentina” effettueranno fino al 30 novembre nelle giornate di martedì, mercoledì e giovedì il taglio di Valentina più la piega a 15 euro oppure il taglio Valentina più la piega e il colore a 30 euro. Dopo aver effettuato tale taglio sarà possibile farsi scattare gratuitamente una fotografia.

al Castello di Trezzo – Omaggio a Guido Crepax”, ospita 160 opere divise in sezioni. Dai

l'Adda' l'occasione della mostra costituisce una sorta di ‘prima volta’ per creare attorno all'evento culturale un'adeguata valorizzazione del commercio. Quindi ci teniamo a partire bene”.

Ed eventi di richiamo per visitatori e turisti promossi dal mondo del commercio ce ne sono (vedi in questa pagina).

“L'Unione - dichiara Maria Antonia Rossini, consigliere di presidenza Unione con delega alla cultura - crede nel progetto ‘Città e commerci nel territorio dell'Adda’ e nel valore aggiunto che un evento culturale significativo, qual è la mostra dedicata alle opere di Crepax, può dare per valorizzare un territorio e le imprese del terziario che in esso lavorano”.

“Con una migliore visibilità del commercio e dell'offerta gastronomica accanto ad eventi di richiamo c'è sicuramente margine - conclude Maria Luisa Pesenti - per accrescere la capacità di attrazione turistica e commerciale del territorio dell'Adda”.

Al Castello anche l'Expo TREZZO

Sabato 2 ottobre è stata inaugurata la quinta edizione di Expo Trezzo: i commercianti hanno esposto i loro prodotti nei sotterranei del Castello Visconteo di Trezzo sull'Adda, in un suggestivo scenario di effetti e colori. Esposizione replicata il 3 ottobre (i visitatori hanno potuto anche vedere la centrale idroelettrica “Taccani”) e che prosegue sabato 9 e domenica 10. In occasione dell'inaugurazione dell'Expo Trezzo si è svolto il concorso vetrine: una commissione ha compiuto il giro degli esercizi commerciali di Trezzo giudicando la vetrina migliore. Nel prossimo numero il responso del concorso.

Il 20 novembre in **Unione**

GIOVEDÌ della SALUTE ripartono gli incontri

■ Ripartono a Milano i "Giovedì della salute", l'iniziativa promossa da Fade (Fondazione amici dell'epatologia) in collaborazione con l'Unione. Dal 20 novembre prende avvio in Unione (corso Venezia 49) la serie di incontri mensili durante i quali i milanesi possono fruire della competenza e dell'esperienza professionale di affermati medici, specialisti nelle diverse discipline. Con un linguaggio chiaro e accessibile a tutti, si parlerà delle più comuni patologie, delle modalità di profilassi e delle eventuali cure. E i partecipanti agli incontri avranno la possibilità di porre domande e chiarimenti ai medici intervenuti condividendo esperienze cliniche. Gastroenterologia, cardiologia, urologia, ortopedia e traumatologia sono solo alcune delle specialità che verranno affrontate di volta in volta durante i

"Giovedì della salute", strutturati in modo da poter rendere possibile un reale interscambio tra medici e cittadini con l'obiettivo – sostenuto da Fade e condiviso dall'Unione – di coniugare il sostegno alla ricerca scientifica e la formazione di personale medico specializzato all'urgenza di sensibilizzare l'opinione pubblica su malattia e prevenzione. L'incontro del 20 novembre coinciderà con la prima Giornata delle malattie del fegato (foto locandina) in collaborazione con Aisf, Associazione italiana per lo studio del fegato, sotto il patrocinio

Prima iniziativa FADE dedicata all'epatologia in coincidenza con la Giornata delle malattie del fegato (dalle 8 alle 20 in funzione anche un numero telefonico dedicato)

del Ministero della Salute e della Croce Rossa Italiana e con il sostegno della Commissione Europea. L'Italia detiene il primato europeo per la prevalenza di malattie epatiche. Nel nostro Paese oltre 1.000.000 sono i portatori del virus dell'Epatite B mentre 1.500.000

persone sono affette dall'epatite C. Come è evidente, rileva Fade, si tratta di cifre ragguardevoli per una serie di patologie in realtà poco conosciute, secondo quanto è emerso da recenti indagini e sondaggi che segnalano la scarsa e confusa cognizione dei nostri connazionali nei confronti delle epatopatie.

Alla luce di queste considerazioni, l'informazione diviene un'arma efficace per combattere la malattia e, ancor prima, una diffusa e comprovata igno-

ranza. Il 20 novembre - dalle 8 alle 20 - una telefonata al numero 899858585 (al costo di 0,60 centesimi di euro a chiamata) permetterà a chiunque, in tutta Italia, di confrontarsi con un epatologo Aisf, disponibile a fornire informazioni e risposte e a soddisfare curiosità circa le patologie epatiche.

La rilevanza dell'evento ha perciò spinto Fade a far coincidere la Giornata delle malattie del fegato con l'esordio dei "Giovedì della salute". La mattina del 20 novembre, in Unione si approfondiranno i temi dell'epatologia con i professori Gaetano Idéo e Savino Bruno.





Convenzioni Unione le ultime novità



■ Continuano le novità riservate

agli associati Unione: sono stati siglati nuovi accordi con Q8 che offre vantaggi con Cartissima Q8 (sconti e fattura quindicinale) e R. Galli & Partners: società di selezione e ricerca del personale (che garantisce uno sconto esclusivo ai soci Unione).

Consulta il sito www.unionemilano.it per leggere nel dettaglio le nuove convenzioni ed essere sempre aggiornato sul valore aggiunto della tessera associativa.

Patenti e pratiche automobilistiche Servizi Unasca per i soci Unione

■ Unasca Milano è l'associazione di categoria che rappresenta: autoscuole, studi di consulenza, scuole nautiche, agenzie di certificazione per conto terzi. E' membro Efa (Federazione europea autoscuole) ed aderisce all'Unione di Milano (dal 1997). La sua attività istituzionale è incentrata nella promozione di proposte di legge miranti a semplificare i rapporti fra cittadini e Pubblica amministrazione; nell'assolvimento di compiti, demandati da leggi, in materia di educazione e sicurezza stradale; nell'attuazione di iniziative tendenti ad uniformare, anche a livello europeo, le normative attinenti la formazione dei conducenti e la sicurezza stradale. Le attività svolte dalle aziende associate riguardano:

✓ il conseguimento della patente di

guida automobilistica e nautica,

✓ il rinnovo delle patenti, i passaggi di proprietà e qualunque altra pratica automobilistica,

✓ la licenza trasporto merci per conto

terzi e conto proprio, i corsi per il conseguimento del patentino, ✓ lo Sportello telematico automobilista.

Unasca ha stipulato una convenzione

con l'Unione di Milano: gli associati Unione (con tessera) e i familiari conviventi, possono usufruire dell'erogazione a tariffe scontate per i servizi riportati nella tabella.



Operazioni eseguibili sullo Sportello telematico dell'automobilista

	solo diritti (Iva esclusa)
passaggi di proprietà	60
perdite/rientri in possesso	30
radiazioni Pra	30
duplicati cdp	30
Operazioni sulle patenti	
rinnovo patente (esclusa visita medica)	30
duplicato patente	40
conversione patente	40

Ed inoltre gratuitamente saranno a disposizione anche questi servizi:

- ✓ gestione scadenze parco veicoli (scadenza tassa automobilistica, scadenza patente conducente, scadenza revisione veicolo, scadenza assicurazione veicolo)
- ✓ Servizio di consulenza automobilistica (con un "esperto risponde" a disposizione)

Per informazioni:



Segreteria Unasca Milano c/o Unione
corso Venezia 49, Milano
tel. 02/7750257 fax-02/7750253.
www.unascamilano.com;
studi@unascamilano.com

Dal 10 ottobre al 10 novembre

< i più fortunati sono... i nati dal 20 gennaio al 2 febbraio
i meno fortunati sono... i nati dal 25 marzo al 5 aprile



Ariete

(21/3 - 20/4)

In questo mese Saturno è sempre quadrato ai nati della terza decade ed anche

che Marte si mette in posizione difficile a novembre: la situazione sarà perciò particolarmente stressante: dosate le energie. Potete contare sempre sul trigono di Plutone che vi aiuta ad essere lucidi e ad apportare cambiamenti che, tra un paio di anni, si riveleranno positivi per la vostra vita. Anche per i nati della prima decade in questo mese la situazione non è rosea: tutti i pianeti sono in opposizione nella Bilancia. Evitate atteggiamenti intransigenti.



Toro

(21/4 - 20/5)

Giove ha lasciato i nati della terza decade che, però, possono sempre contare

sul sestile di Saturno in appoggio dal Cancro: progetti facilitati, avanzamenti di carriera, gli avvenimenti esterni e le vostre energie interiori sono in armonia. Anche Venere aiuta dalla Vergine, in questo mese, i nati del Toro: ci sarà più allegria e rapporti interpersonali saranno positivi. Urano è sempre in sestile ai nati della prima decade facilitando cambiamenti e stimolando le energie.



Gemelli

(21/5 - 21/6)

La situazione per i nati della prima decade resta molto

positiva con Giove trigono. In questo mese anche tutti i pianeti veloci sono in transito positivo nella Bilancia ed esorcizzano l'aspetto negativo di Urano: energia, buon umore, colpi di fortuna, allegria e rapporti facilitati. Per i nati della terza decade c'è sempre Plutone in opposizione a rendere le situazioni tese. Marte positivo apporterà, però, vigore e prontezza di decisioni.



Cancro

(22/6 - 22/7)

Per i nati della terza decade Saturno è sempre congiunto al Sole rendendo le cose piuttosto

difficili e faticose e, a novembre, Marte appesantisce le situazioni mettendosi in posizione negativa: tenete sotto controllo le energie e non scoraggiatevi. Attenzione alla salute. Situazione complicata anche per i nati della prima decade con tutti i pianeti in posizione difficile dalla Bilancia: nonostante il trigono di Urano il mese apparirà frustrante e stressante. Cercate di non assumere atteggiamenti troppo duri, siate concilianti nelle controversie legali.



Leone

(23/7 - 22/8)

Tutti i pianeti nella Bilancia in sestile aiutano molto i nati del segno e dal

4 di novembre anche Mercurio diventa favorevole. Non ci sono negatività nel vostro cielo, Giove è particolarmente propizio per i nati della prima decade: energia buonumore, progetti e contatti facilitati, entrate di denaro.



Vergine

(23/8 - 22/9)

Saturno è in aspetto positivo per i nati negli ultimi giorni del segno, Gio-

ve ha, però, lasciato la vostra costellazione e Plutone rimane quadrato: evitate i sotterfugi. Saturno vi sosterrà nei progetti solo se userete diligenza e senso della disciplina. Urano è sempre opposto ai nati i primi giorni del segno e continua a rendere le situazioni particolarmente instabili. Seguite il corso delle cose, non cercate di controllare la situazione: in questo momento più di tanto non vi sarà possibile.

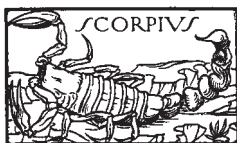


Bilancia

(23/9 - 22/10)

"Stellium" di pianeti molto positivi nel vostro segno per tutto il mese.

Giove in transito sui nati della prima decade porta fortuna e denaro. Anche Venere e Marte transitano per tutto il mese: sono nel vostro segno e favoriscono energia, intraprendenza e allegria. I nati negli ultimi giorni del segno, invece, continuano ad essere disturbati da Saturno e in questo periodo il transito di Marte in congiunzione renderà la situazione ancor più faticosa.



Scorpione

(23/10 - 21/11)

Saturno è sempre positivo per i nati della terza decade, i pianeti veloci

sono neutri. I progetti saggi e lungimiran-

ti sono protetti e favoriti. Saturno chiede sempre, anche quando è positivo, che siate all'altezza della situazione e dei vostri obblighi. Ottimo aspetto anche per le energie fisiche e i miglioramenti professionali.



Sagittario

(22/11 - 20/12)

Giove è finalmente positivo per i nati della prima decade e, nonostante

la quadratura di Urano continui a rendere la situazione alquanto instabile, arriva una buona dose di energia, ottimismo e benessere. Anche i pianeti veloci, in questo mese, sono positivi e tutto dovrebbe andare bene anche nei mesi a venire. Per i nati della terza decade Marte è in sestile favorendo i contatti personali. Plutone, invece, è sempre congiunto: si prospetta un lungo lavoro di introspezione e di cambiamenti profondi.



Capricorno

(21/12 - 19/1)

Giove ha lasciato i nati della terza decade che ora sono alle prese con

l'opposizione di Saturno e con il transito negativo di Marte: la situazione, quindi, è particolarmente pesante. Accuserete mancanza di energia, ci saranno responsabilità difficili da sopportare, stress, complicazioni in ogni settore. Il mese di novembre sarà particolarmente faticoso per tutti i nati del Capricorno: c'è, infatti, la presenza di parecchi pianeti in transito negativo dal segno della Bilancia.



Acquario

(20/1 - 19/2)

Bellissimi "stellium" di pianeti nella Bilancia che appoggiano tutti i

nati per l'intero mese, portando energia e buonumore e facilitando i contatti interpersonali. In particolare, per i nati della prima decade del segno, Giove positivo favorisce le transazioni legali, i matrimoni, i rapporti di natura associativa. Ci sarà fortuna in tutti i settori.



Pesci

(20/2 - 20/3)

Saturno è sempre positivo per i nati della terza decade che finalmente si sono

liberati delle negatività di Giove (e, dal 29 ottobre, anche degli aspetti negativi di Marte). La situazione andrà man mano migliorando. Saturno richiede impegno e determinazione nei progetti che state sviluppando: comunque gli avvenimenti sono più tranquilli e l'umore sereno. Per i nati della prima decade l'instabilità continua, vista la congiunzione di Urano: ormai sarete costretti ad abbandonare i vecchi schemi e ad intraprendere un nuovo corso.

Il cielo del mese

Il Sole è nella Bilancia: entra il 23 ottobre nello Scorpione. Mercurio è nella Bilancia, entra nello Scorpione il 15 ottobre e nel Sagittario il 4 novembre. Venere è nella Vergine, entra il 29 ottobre nella Bilancia. Marte è nella Bilancia. Giove è nella Bilancia. Saturno è nel Cancro (27°), Urano è nei Pesci (2°r), Nettuno è nell'Acquario (12°) e Plutone è nel Sagittario (20°). La Luna è piena nel Toro il 28 di ottobre. Il nodo lunare passa da 2 a 1 grado del Toro.

(A cura di E.T.)