



informa Unione

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



**Unione: qualità certificata
per i servizi Promo.Ter**



**Liberalizzazioni e fisco:
vediamo le novità**

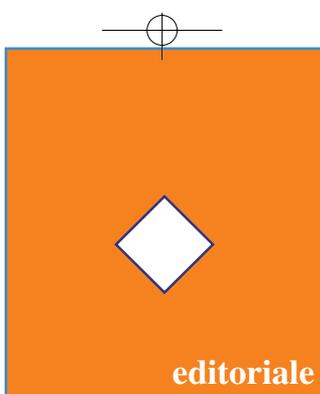


A PAGINA 13
**"Adotta un campione":
come contribuire**



**Con questo numero il tagliando
che dà il diritto di ricevere gratis
il biglietto per le due rassegne**





editoriale



sommaio

settembre 2006
n. 8 - anno 11

8
PARLIAMO DI...
UNIONE: QUALITA' CERTIFICATA PER I SERVIZI PROMO.TER (PAGHE E CLUB DELLA SICUREZZA)

19
AGROALIMENTARE
DINO ABBASCIA' AL VERTICE DI FIDA

20
PUBBLICI ESERCIZI
LINO STOPPANI RIELETTO PRESIDENTE EPAM

Unioneinforma è stato ultimato nel mese d'agosto.

Con questo numero il tagliando per ricevere GRATIS un BIGLIETTO per Franchising & Trade e Shop Project

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

Le imprese, Milano e la "questione settentrionale"

Alle vicende d'attualità politico-economica di questo periodo estivo, a partire dal confronto con il Governo con la necessità di un'effettiva discussione con un comparto – il terziario – che rappresenta il 65% della formazione del Prodotto interno lordo, fa da scenario un "convitato di pietra" (ricordiamoci il dibattito post-elettorale): la cosiddetta "questione settentrionale". Basta ricordare solo alcune cifre per sottolineare l'importanza di questo tema. Circa il 54% del Pil (di cui il 31,7% nel Nord-Ovest e il 22,3% nel Nord-Est) è prodotto nel Settenntrione e il Pil pro-capite è superiore all'incirca del 20% rispetto alla media nazionale. Le imposte correnti sul reddito e sul patrimonio pagate dalle famiglie settentrionali rappresentano il 55,8% del totale sull'intero territorio: in termini pro-capite questo dato si traduce in un livello di imposte superiore del 10% rispetto al dato nazionale. E ancora: dalle regioni del Nord proviene mediamente circa il 62% del gettito dell'Irap. Io non so se sia sufficiente spiegare la "questione settentrionale" nella distanza tra "garantiti" e "non garantiti".



Cioè, dove i primi (grandi industrie dei "nuovi monopoli" e lavoro pubblico "vecchio ceto medio"...) scelgono il modello del centro-sinistra e gli altri (piccole e medie imprese, lavoro autonomo, professionisti...) restano legati al centro-destra. Certo, non mi pare sufficiente un approccio "cinico" per il quale il voto nel Nord delle partite Iva significa poco politicamente, magari solo somma di "particolare", di convenienza e, talvolta, di conservazione.

Rimane la richiesta di cittadinanza piena dei non garantiti, di riconoscimento di quella loro inquietudine (che poi è il fare impresa) che è il motore della modernizzazione.

Appare, allora, una "questione imprenditoriale" più che "settentrionale", dunque. Una questione di modernizzazione di "sistema", di linguaggio, di agenda.

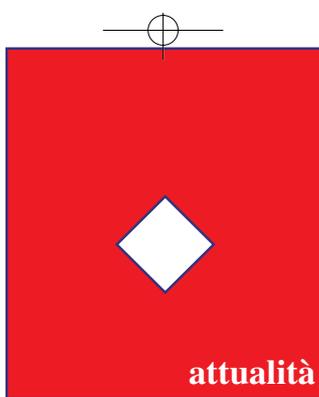
E tutto questo nella frammentazione, nella crisi demografica, nei percorsi di integrazione degli immigrati, nel paradosso del welfare italiano: finanziariamente, sempre meno sostenibile; socialmente, sempre meno inclusivo.

A Milano, intanto, si è avviato il dialogo fra Governo e istituzioni locali: è certamente un buon inizio. Qualcuno la chiamerebbe "concertazione": a me pare una "necessaria collaborazione" o, meglio, un "matrimonio d'interesse". Da un lato l'Esecutivo che ha interesse a proporsi ad un Nord che non lo ha sostenuto, dall'altra Milano che deve dimostrare – al Paese – come il buon governo diventi anche capacità del fare nelle infrastrutture.

CARLO SANGALLI
Presidente dell'Unione di Milano

Unioneinforma
settembre 2006





Voto di fiducia per il via libera in Parlamento al decreto "Visco-Bersani"

Liberalizzazioni e fisco ecco le novità



Pierluigi Bersani,
ministro
per lo Sviluppo
economico

Con il voto di fiducia alla Camera dei primi d'agosto il Parlamento ha approvato il decreto "Visco-Bersani" con la manovra bis e il

"pacchetto" di liberalizzazioni che tante contestazioni ha avuto dalle varie categorie interessate ai provvedimenti (dai farmacisti, ai tassisti, agli avvocati, ai panificatori ecc.). Montecitorio ha confermato il maxiemendamento approvato in prima

lettura al Senato. Vediamo, in sintesi, (con il supporto del Servizio legale Unione) alcune misure introdotte.



Vincenzo Visco,
viceministro
all'Economia
e alle finanze

Deregulation

Commercio e pubblici esercizi

Sono aboliti i limiti e le prescrizioni (distanze minime, registri abilitanti, quote di mercato predefinite, ecc.) per l'esercizio dell'attività. La misura è riferita alle attività di somministrazione di alimenti e bevande e alle attività commerciali soggette al decreto legislativo 114/1998 (riforma Bersani del commercio). Sono, quindi, inclusi: commercio all'ingrosso e al dettaglio; forme speciali di vendita al dettaglio (vendita a favore dei dipendenti, circoli privati, ecc.); le rivendite non esclusive di giornali e periodici. Sono, invece, esclusi: farmacie; tabaccai; gestori impianti carburanti; produttori agricoli; artigiani; rivendite esclusive (edicole) di giornali e periodici.



(vendita a favore dei dipendenti, circoli privati, ecc.); le rivendite non esclusive di giornali e periodici. Sono, invece, esclusi: farmacie; tabaccai; gestori impianti carburanti; produttori agricoli; artigiani; rivendite esclusive (edicole) di giornali e periodici.

Distribuzione di farmaci

La vendita al pubblico dei farmaci da banco presso gli esercizi commerciali dovrà essere effettuata, oltre che in un apposito reparto, anche alla presenza e con l'assistenza personale e diretta di un farmacista iscritto all'ordine. Gli sconti sono liberi mentre sono vietate le promozioni e le vendite sottocosto.

Consumo immediato di preparazioni alimentari negli esercizi di vicinato

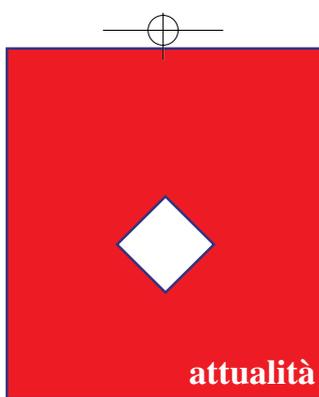
Con l'osservanza delle prescrizioni igienico-sanitarie, senza necessità di autorizzazione, è consentito il consumo immediato dei prodotti di gastronomia negli esercizi di vicinato, anche con l'uso di locali o arredi (è escluso soltanto il servizio assistito di somministrazione).

Panificazione

Abrogata la legge 1002/1956: la produzione del pane è libera e l'autorizzazione all'impianto è sostituita da una domanda d'inizio attività. E' però stabilito che dev'essere nominato un responsabile dell'attività di panificazione. Responsabile che assicuri:

l'utilizzo di materie prime conformi alle norme vigenti; l'osservanza delle norme igienico-sanitarie e di sicurezza nei luoghi di lavoro; la qualità del prodotto finito. Anche nei panifici è consentito il consumo immediato dei prodotti (con la sola esclusione del servizio assistito di somministrazione). Entro un anno saranno disciplinate le denominazioni di: "panificio", riservandola alle imprese che svolgono l'intero ciclo di produzione del pane; "pane fresco", riservandola al pane prodotto secondo un processo continuo, senza congelamento, surgelazione o conservazione prolungata (fatte salve le sole tecniche di rallentamento della lievitazione); "pane conservato", con l'indicazione dello stato e del metodo di conservazione, delle modalità di confezionamento e di vendita e delle eventuali modalità di conservazione e di consumo.





Vendite promozionali

Non può essere fissato alcun tipo di divieto; non possono essere imposte autorizzazioni preventive; non possono essere imposti limiti temporali o quantitativi; restano legittimi i limiti temporali nei periodi immediatamente precedenti i saldi, ma limitatamente ai prodotti stagionali di moda. La legge regionale lombarda è peraltro già conforme a queste novità. Resta immutata la disciplina delle vendite sottocosto.

Abrogazione delle commissioni

Vengono soppresse le commissioni sull'autorizzazione all'insediamento dei pubblici esercizi; sull'esame dei ricorsi per gli agenti di affari in mediazione; sull'iscrizione al ruolo degli agenti di affari in mediazione; sull'iscrizione al ruolo e tenuta del medesimo per gli agenti e rappresentanti di commercio; sull'esame dei ricorsi della commissione per gli agenti e rappresentanti di commercio. C'è inoltre il divieto - per i rappresentanti di categorie che hanno un interesse diretto nelle materie trattate - di far parte dei comitati tecnici per la rilevazione degli usi.

Aliquote Iva

Ritorno all'aliquota del 10% per prodotti vari dolciari (come quelli prodotti a base di zucchero non contenenti cacao, caramelle, boli di gomma, pastigliaggi, torrone e simili, in confezione non di pregio, quali carta, cartone, plastica, banda stagnata, alluminio o vetro comune, il cioccolato ed altre preparazioni alimentari contenenti cacao in confezioni non di pregio), i francobolli da collezione e le collezioni di francobolli. Aliquota Iva al 20%, invece, per i servizi telefonici resi attraverso servizi pubblici. Viene inoltre posta al 20% l'aliquota Iva sulla prima consumazione obbligatoria nelle discoteche.

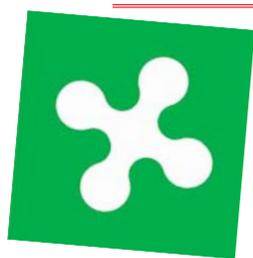


Trasmissione telematica dei corrispettivi

Per gli esercenti il commercio al dettaglio ed assimilati viene introdotto l'obbligo della trasmissione telematica dei corrispettivi giornalieri mantenendo valenza fiscale allo scontrino emesso con il misuratore fiscale. A chi effettua la trasmissione telematica mediante il misuratore fiscale attualmente utilizzato, previ gli adattamenti tecnologici necessari, è concesso un credito d'imposta di 100 euro per l'intervento tecnico, indipendentemente dal numero dei misuratori adattati. Le disposizioni decorrono dal 1° gennaio 2007 e la prima trasmissione è effettuata entro il mese di luglio 2007 anche per i mesi precedenti.

Nuovo regime fiscale per cessioni e locazioni di fabbricati

La disposizione originaria del dl prevedeva l'esenzione dall'Iva per le cessioni di tutti i fabbricati (ad uso abitativo e non), e la rettifica dell'Iva assolta a monte. Disposizione che è stata profondamente modificata nel testo definitivo approvato prevedendo, ancora, in alcuni casi, l'imponibilità ai fini dell'Iva.



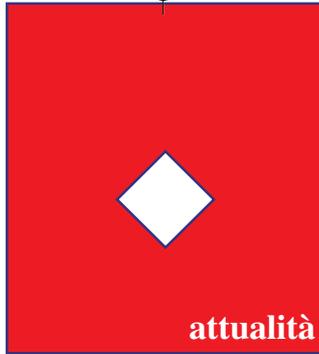
Mozione in Consiglio regionale sugli "sconfinamenti" del decreto Bersani

Una mozione che impegna la Giunta regionale lombarda a "Verificare la legittimità costituzionale del Decreto 'Bersani' sui temi che sono materia concorrente fra Stato e Regioni e ad attivarsi per richiedere una verifica alla Corte Costituzionale, al fine di tutelare il sistema economico e sociale lombardo da provvedimenti illegittimi". E' stata

sottoscritta a luglio da un gruppo di 16 consiglieri della maggioranza nel Consiglio regionale lombardo: Carlo

Tutela del sistema economico e sociale lombardo: la preoccupazione di un gruppo di consiglieri della maggioranza che chiede alla Giunta di attivarsi per una verifica alla Corte Costituzionale

Saffioti, Pietro Macconi, Roberto Alboni, Alessandro Colucci, Gianluca Rinaldin, Sveva Dalmasco, Silvia Ferretto Clementi, Giosué Frosio, Paolo Valentini, Monica Rizzi, Carlo Maccari, Antonella Maiolo, Mauro Gallina, Angelo Gianmarco, Margherita Perosi, Gianmarco Quadrini. Nella mozione si fa ad esempio riferimento al fatto che "i provvedimenti relativi al commercio...sono di competenza regionale".



“Outlook” Confcommercio-Censis: al via un Osservatorio permanente per monitorare, trimestralmente, le spese degli italiani e le loro aspettative per il futuro

Consumi: per le famiglie crescita al rallentatore

Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio e il direttore generale del Censis Giuseppe Roma, hanno presentato, presso la sede della Confederazione di piazza Belli, l'Outlook Censis-Confcommercio, un Osservatorio permanente sui consumi per monitorare, a cadenza trimestrale, come spendono le famiglie italiane e che aspettative hanno. L'indagine, oltre ai dati e ai confronti fra i diversi trimestri, che evidenziano i trend di medio periodo, fornisce indicazioni aggiornate e tempestive sul "sentiment" delle

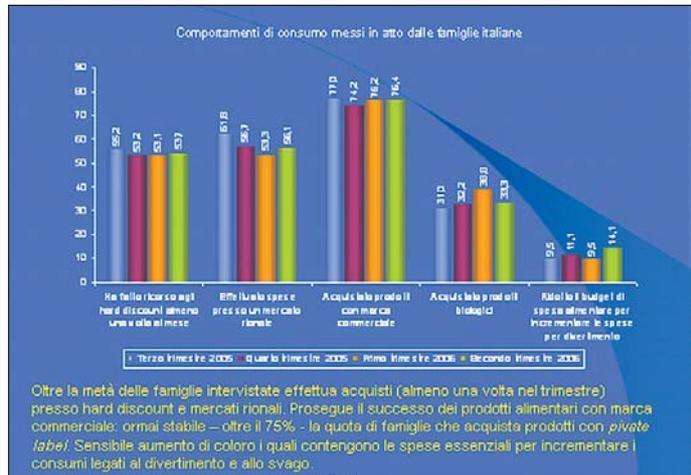
te dalle famiglie italiane e un diffuso clima di incertezza per il futuro: oltre il 60% delle famiglie nell'ultimo anno non ha modificato il livello dei consumi, il 15% li ha ridotti e il 20% ha dichiarato di aver incrementato i livelli di spesa: dato che va interpretato, per alcune tipologie di famiglie, come un maggior esborso per consumi incompressibili.

I risultati della ricerca hanno poi evidenziato una maggiore vitalità dei consumi nel Nord-Ovest e al Sud mentre più della metà delle famiglie fa acquisti presso hard discount o mercati rionali almeno una volta al mese. Crescono le famiglie che riducono la spesa alimentare aumentando quella per il divertimento e sono sempre più numerose - un quarto del totale - le famiglie che

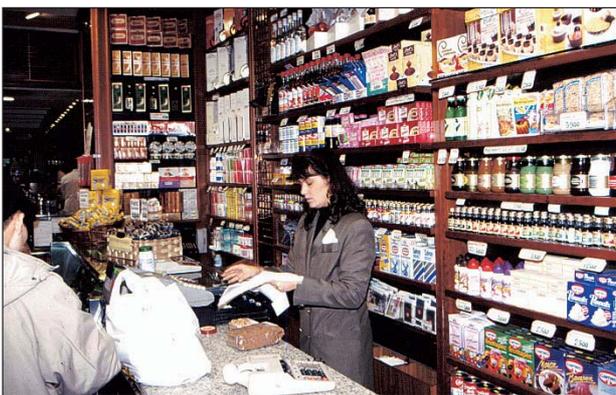
risparmiano di meno. In particolare, per quanto riguarda l'analisi a consuntivo (ossia la valutazione sulle spese già sostenute dalle famiglie), i

risultati evidenziano consumi stabili per oltre il 60% delle famiglie nel corso dell'ultimo anno, quota che tende ad aumentare nell'ultimo trimestre di rilevazione (64,4% a fronte del 62% del periodo precedente) quale risultato della diminuzione della quota sia di coloro che hanno contratto i consumi sia di chi li ha aumentati.

Il quadro complessivo che emerge è un sistema delle famiglie che oscilla tra comportamenti "riflessivi" messi in atto da chi ha elevati livelli di spesa e sembra collocarsi in una fase di saturazione della domanda, e comportamenti improntati ad una crescita progressiva dei consumi tipica soprattutto di famiglie con redditi piuttosto contenuti ed esigenze di spesa sempre nuove. Questo ultimo segmento, tuttavia, non rivela un rapporto "rilassato" con il denaro, ma vive le nuove esigenze di consumo con una certa preoccupazione. Il risultato di questa combinazione di comportamenti è la crescita molto lenta delle spese familiari che il nostro sistema economico registra ormai da tempo: i

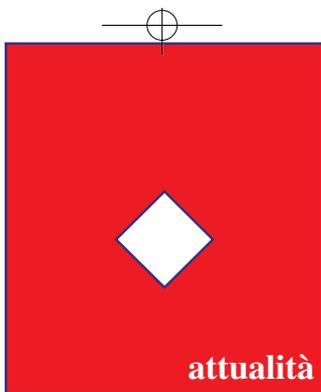


Oltre la metà delle famiglie intervistate effettua acquisti (almeno una volta nel trimestre) presso hard discount e mercati rionali. Prosegue il successo dei prodotti alimentari con marca commerciale: ormai stabile - oltre il 75% - la quota di famiglie che acquista prodotti con private label. Sensibile aumento di coloro i quali contengono le spese essenziali per incrementare i consumi legati al divertimento e allo svago.



famiglie italiane e il "polso" dei consumi. L'analisi degli ultimi 12 mesi evidenzia una crescita piuttosto contenuta delle spese effettuate

segue a pag. 7



Progetti finanziabili La Regione approva i "Pics"

La Giunta della Regione Lombardia ha approvato la delibera (numero 3075 del 1° agosto), sugli "Interventi per il sostegno della competitività territoriale - Piani integrati per la competitività di sistema" (i cosiddetti Pics). Il provvedimento è destinato agli enti locali ed agli operatori privati per favorire la presenza del commercio di vicinato, del turismo e dell'artigianato soprattutto nei piccoli centri. E' previsto per i Pics uno stanziamento di 17 milioni di euro (che, presumibilmente sommati ad altre risorse provenienti da cofinanziamenti statali, dovrebbero giungere fino ad un totale di 26 milioni). La delibera prevede che siano gli enti locali a presentare, come "capofila", un progetto integrato pubblico/privato. E'

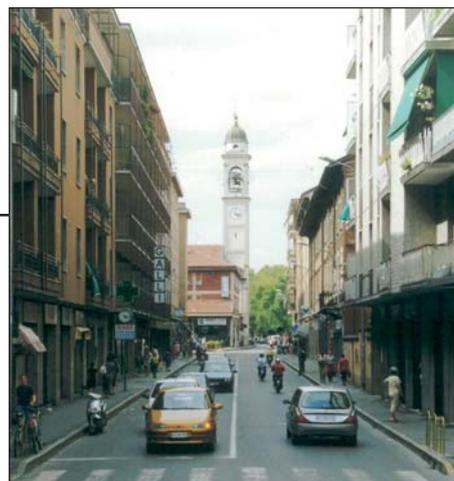
"Piani integrati" per favorire - in particolare nei piccoli centri - la presenza del commercio di vicinato, del turismo e dell'artigianato. Presentazione da ottobre

però riconosciuto, come ha richiesto l'Unione Regionale Lombardia, un forte ruolo sussidiario delle associazioni imprenditoriali maggiormente rappresentative.

Associazioni che dovranno condividere con gli enti locali il progetto e rivestiranno un ruolo di "soggetti validatori" fornendo un parere vincolante al progetto mediante apposito atto formale.

Nel provvedimento della Regione sono state inserite, tra i soggetti beneficiari, le associazioni imprenditoriali maggiormente rappresentative del settore del commercio e sono stati previsti, tra gli interventi di iniziativa privata finanziabili, gli "Eventi per rivitalizzazione dei centri urbani organizzati da associazioni di via regolarmente iscritte con atto pubblico".

E' stato inoltre elevato il contri-



buto alle imprese al 50% della spesa ammissibile fino ad un massimo di 50.000 euro ed è stata ridotta la soglia minima di investimento a 5.000 euro (prima era di 20.000 euro)

La presentazione dei Pics, con ogni probabilità, avverrà dal 1° ottobre fino al 15 novembre.

Per i Pics attuati in comuni con una popolazione residente uguale o superiore a 15.000 abitanti, il contributo complessivo riconosciuto ai soggetti privati deve essere uguale o superiore al contributo riconosciuto alla componente pubblica.

La Direzione generale Commercio, fiere e mercati (d'intesa con le altre direzioni generali della Regione interessate) emanerà le relative modalità di attuazione del bando.

dati ufficiali dell'Istat mettono, infatti in evidenza come, tra la fine del 2005 e la prima metà del 2006 (il periodo preso in considerazione dall'"Outlook dei consumi") il tasso di crescita congiunturale dei consumi delle famiglie si sia sempre mantenuto al di sotto dell'1%. Crescita lenta delle spese familiari analizzata nel suo intervento da Sangalli: "cosa c'è dietro questo comportamento 'riflessivo' dell'insieme delle famiglie, quale che sia il loro livello di reddito"? Comportamento con il quale la distribuzione commerciale si confronta ormai da diversi anni

Consumi: per le famiglie...

segue da pag. 5

.....
e che resterà il tratto distintivo dei consumi delle famiglie italiane probabilmente anche nel prossimo futuro?

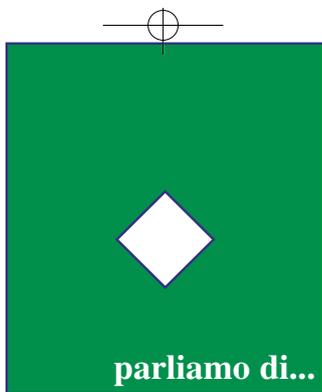
Il presidente di Confcommercio ha sottolineato come l'economia italiana, nel suo insieme, cresca poco, troppo poco "e che questa è la realtà con cui tutti, anche nei prossimi anni, dovremo fare i conti". "Certo - ha proseguito - c'è anche la preoccupazione per l'inflazione. Ma essa, oggi, è sostanzial-

mente riferita all'andamento di prezzi e tariffe in settori dei servizi non ancora compiutamente liberalizzati, a partire dai servizi pubblici locali, e in parte alle conseguenze del continuo rialzo del prezzo del petrolio".

"Del resto - ha affermato Sangalli - come non essere "riflessivi" se - stando alle stesse previsioni del Documento di programmazione economico-finanziaria (Dpef) - il Pil del nostro Paese crescerà, nel 2006, dell'1,2%, mentre - giusto per fare un paragone estremo - la crescita dell'economia cinese viene ora stimata intorno all'11%?".

Unioneinforma

settembre 2006



Erogazione di servizi di elaborazione dati relativi alla gestione delle paghe e all'amministrazione del personale.

Il servizio paghe (tel. 027750252) è fornito alle imprese associate da PromoTer Unione.

Questi i servizi offerti: elaborazione di salari e stipendi, compensi collaboratori coordinati continuativi, tabulati vari per la gestione del



personale, modelli 770, modelli Cud, modello Emens, trattamento di fine rap-

portamento - con il Club della Sicurezza - per la sicurezza, l'ambiente, la qualità, l'igiene degli alimenti, l'energia, Basilea2. I servizi dell'Unione in queste attività - realizzati

Grande valore aggiunto per le imprese associate

Unione: servizi Promo.Ter qualità certificata

Controllo di qualità per le paghe e i servizi del Club della Sicurezza (sicurezza, ambiente, qualità, igiene degli alimenti, energia, Basilea2)

con Promo.Ter, l'ente costituito dall'Unione a supporto delle imprese - sono ora certificati e sottoposti a un

controllo di qualità. Il certificato, conseguito da Promo.Ter Unione (ente certificatore: Quaser) è il numero

628 e porta la data del 13 luglio. L'adozione di un sistema di gestione per la qualità aziendale - secondo i requisiti

Certificato n°
628

Data prima emissione
2006-07-13

Data di scadenza
2009-07-12

ISTITUTO ITALIANO QUALITÀ SERVIZI

Il Direttore QUASER

SGQ N° 020A
PRD N° 072B

Membro degli Accordi di Mutuo Riconoscimento EA e IAF
Signatory of EA and IAF Mutual Recognition Agreements

Emissione n° 1 del 2006-07-13

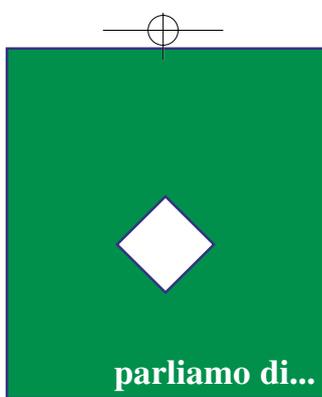
porto, Irpef, contributi Inps, autoliquidazione del premio Inail anche per soci e familiari, riepilogo contabile, Irap.

E, in collaborazione con l'Unione: studi di settore, trasmissione documenti in via telematica, regolarizzazione extracomunitari, lavoratori domestici, previdenza ed assistenza complementare prevista dal Contratto nazionale terziario; assistenza in caso di visite ispettive.

della norma Uni En Iso 9001: 2000 - costituisce un segnale di grande attenzione verso le imprese che si rivolgono all'Unione e un valore aggiunto, in termini di servizio, nel merca- ▶

Unioneinforma

settembre 2006



to di riferimento. Il controllo di qualità è finalizzato ad ottimizzare la gestione dei servizi erogati migliorando il livello di soddisfazione degli associati. La misurazione della soddisfazione del cliente, prescritta da un preciso requisito della norma, obbliga Promo.Ter Unione a "tastare il polso" degli utenti in maniera automatica e non soggettiva e quindi a mettere in atto tutti quegli interventi finalizzati ad offrire alle imprese prodotti e servizi sempre più aderenti alle loro esigenze e aspettative. Il sistema gestionale per la qualità - è stato approntato un manuale della qualità - è impostato sull'approccio per processi che consente di mantenere un maggiore



Il Club della Sicurezza Ambiente & Qualità di PromoTer Unione è strutturato nelle divisioni salute e sicurezza nei

luoghi di lavoro, privacy, qualità, energia e ambiente, consulenza e assistenza

per accordi di Basilea2 (per questi servizi telefonare allo 0276028042/15) e igiene degli alimenti (0276006396).



controllo sulle loro prestazioni e la loro efficacia assicurando la possibilità di valutarli individualmente e nel loro insieme in termini di valore aggiunto nonché di effettuare azioni che permettano un costante miglioramento sui processi stessi (e

sulle loro interrelazioni). Il sistema di gestione per la qualità dei servizi di PromoTer Unione - conforme alla norma Uni En Iso 9001:2000 - si estende anche alle sedi delle Ascom territoriali della provincia di Milano dove vengono erogati i servizi Promo.Ter.

Con il giornale le guide ai servizi

Per i lettori di UnioneInforma presto una novità: assieme al giornale le guide analitiche a tutti i servizi che l'Unione, attraverso gli enti e le società di propria emanazione, offre alle imprese associate. La prima uscita sarà dedicata a salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, adempimenti sulla privacy ed igiene degli alimenti. Nella seconda uscita (le successive pubblicazioni verranno di volta in volta annunciate sul giornale) si approfondiranno i temi della qualità, del risparmio energetico e di Basilea2 (requisiti per l'accesso al credito).



Assiste le imprese associate promuovendo tutte quelle attività propedeutiche all'organizzazione, sviluppo e consolidamento.

Promo.Ter è presente, insieme all'Unione, su tutto il territorio della Provincia di Milano con 27 uffici operativi ed eroga servizi che, anche in virtù del supporto assicurato dalle specifiche Direzioni dell'Unione, favoriscono l'ottimizzazione del rapporto qualità/prezzo.

Servizi forniti da Promo.Ter:

- ELABORAZIONE PAGHE**
- CENTRO CONGRESSI**
- CIRCOLO DEL COMMERCIO**
- CLUB DELLA SICUREZZA AMBIENTE & QUALITÀ**
- SICUREZZA SUL LAVORO (D. LGS. 626/94)
- IGIENE DEGLI ALIMENTI (H.A.C.C.P.)
- CERTIFICAZIONE DI QUALITÀ
- ENERGIA E AMBIENTE
- PRIVACY



“MilanoBiciFestival”

Dal 15 al 18 settembre la bicicletta torna protagonista con la quarta edizione del “MilanoBiciFestival”, promosso dall’assessorato ai Trasporti,

mobilità e ambiente del Comune di Milano (in contemporanea con il Salone del Ciclo di Eicma). La manifestazione ha, fra gli altri, l’adesione e il sostegno di Unione, Acam (l’Associazione commercianti auto, moto e ciclo con il presidente Marcello Doniselli; Acam mette a disposizione la pubblicazione “Da oggi salgo in bicicletta”, realiz-

In occasione del Salone del Ciclo quattro giorni di eventi promossi dal Comune. Aderiscono Unione, Acam e Ascobaires (in corso Buenos Aires “La grande notte della bici”)

zata con l’Unione, vademecum che contiene tutte le informazioni utili per gli appassionati della bicicletta) e di Ascobaires (l’Associazione dei commercianti di corso Buenos Aires). “MilanoBiciFestival – spiega l’assessore ai Trasporti, mobilità e ambiente di Palazzo Marino Edoardo Croci – è un’iniziativa di promozione e sensibilizzazione ad una nuova cultura della mobilità”.



Marcello Doniselli, presidente di Acam e la copertina della pubblicazione “Da oggi salgo in bici”

DA OGGI SALGO IN BICICLETTA



Fra gli eventi della quattro giorni della bicicletta ricordiamo “La grande notte della bici” che vede impegnati il 15 settembre i commercianti di corso Buenos Aires e la “Pedalataazzurra 2006” in programma sabato 16.



MELZO - Tel. 02 95738228
Via Verdi, 1

Un nuovo modo di amministrare il tuo condominio!!
Telefonaci

Amministrazioni condomini ■ Gestione affitti
Esperienza ■ Deontologia professionale
Serietà e Correttezza ■ Disponibilità e cortesia

Associato ANACI Associazione Nazionale Amministratori Condominiali ed Immobiliari

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

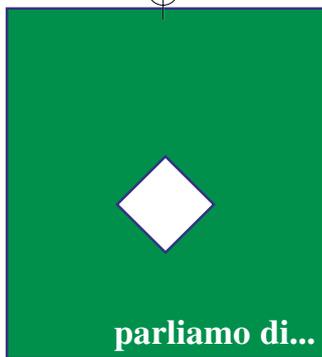
16 agosto a Milano: pranzo con gli anziani

Iniziativa promossa da Comune con Unione, Epam e Silb Milano

Una giornata particolare, quella del 16 agosto, per oltre 150 anziani milanesi rimasti in città con un aperitivo e un pranzo a “Le jardin d’histoire”, il panoramico ristorante-bistrot sopra il Museo di storia naturale nei giardini pubblici di via Palestro, e la successiva visita del Museo. L’iniziativa è stata promossa da Comune di Milano e Unione con Epam (l’Associazione milanese dei pubblici esercizi) e Silb Milano (il Sindacato delle discoteche). A pranzare con gli anziani l’assessore al Commercio del Comune di Milano Tiziana Maiolo (che ha fortemente voluto coinvolgere il mondo del commercio per la realizzazione di quest’iniziativa) e il vicepresidente vicario di Epam Alfredo Zini. Da Raffaele e Mirella Volpe la disponibilità dei locali de “Le jardin d’histoire”; dall’Azienda Vogliazzi (Gruppo Granarolo) e dal vicepresidente di Epam Giuseppe Gissi il contributo per i prodotti alimentari.

Unioneinforma

settembre 2006



Si avvicina il momento della cotoletta più grande del mondo – probabilmente “abbellita” dal logo del Comune di Milano - da poter inserire nel Guinness dei primati. La realizzazione della cotoletta da record - e una gara di cucina mascaie-macellai - sono le novità della seconda edizione del “Percorso dei macellai tra tradizione, artigianato e innovazione”, manifestazione organizzata a Milano in via Spallanzani (e, quest’anno, anche in piazza Santa Francesca Romana) dall’Associazione macellai milanese (con “Gli amici dell’arte della carne” per la preparazione della cotoletta “mondiale”), Ascospallanzani, il supporto organizzativo di Unione con Promo.Ter e il patrocinio del Comune. Il “percorso” enogastronomico è legato a iniziative da abbinare agli eventi della moda. Chi - domenica 24 settembre (dalle 11 alle 18) - si reca in via Spallanzani e in piazza Santa Francesca Romana troverà tanti gazebo: una vera e propria festa con tonnellate di carne da gustare. Si potranno



Con i macellai a Milano domenica 24 settembre

Via Spallanzani: si avvicina la “cotoletta più grande del mondo”

assaggiare le specialità realizzate dai macellai

Milano e presidente nazionale Federcarni – vogliamo rilanciare la nostra qualità e tradizione; e proprio con i giovani macellai spiegheremo ai consumatori le differenze delle varie qualità di carne dando tutti i consigli per poterla cucinare al meglio”.

Alla manifestazione di via Spallanzani e piazza Santa Francesca Romana – presenti anche 25 ban-

che si occupa della lotta contro le emopatie e i tumori dell’infanzia.

L’esposizione della cotoletta più grande del mondo e la gara di cucina si concentreranno (con un palco montato in piazza Santa Francesca Romana) nel momento clou della festa di domenica 24 settembre.

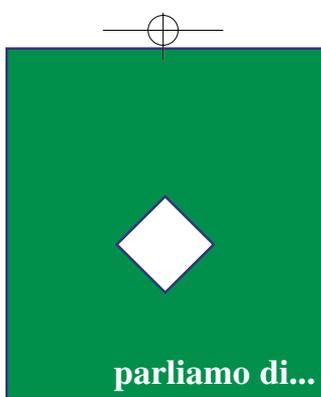
“Con la festa di via Spallanzani e piazza Santa Francesca Romana – spiega Maurizio Arosio, presidente dell’Associazione macellai di



Maurizio Arosio

carelle di artigiani - la degustazione dei vini è a cura

della Cantina Sociale di Broni mentre la distribuzione del pane viene organizzata dall’Associazione panificatori. La frutta e verdura è invece assicurata dal Sindacato milanese dettaglianti ortofrutta.



Cartolibrari: Kit Scuola ma solo "personalizzato"

Vanno trovate individualmente dagli operatori le motivazioni per andare incontro alla propria clientela con un corredo scolastico tagliato "su misura".

Dall'Associazione milanese il suggerimento di aderire all'iniziativa nazionale di Federcartolai e il sostegno alla pubblicazione di chi crea un proprio Kit Scuola

L'Associazione cartolibrari di Milano - rileva una nota - si è sempre impegnata per rimarcare il ruolo determinante e positivo della categoria per quanto riguarda il contenimento dei prezzi del corredo scolastico, come è dimostrato dallo svolgimento, negli scorsi anni, di iniziative specifiche, come il

Kit Scuola, volte a far comprendere all'opinione pubblica come in cartoleria sia possibile trovare articoli di buona qualità a prezzi interessanti. Si sente, però, sempre di più l'effetto concorrenziale delle politiche commerciali della gdo con un'offerta, per quanto riguarda la scuola, molto aggressiva e competitiva. L'Associazione è perciò

convinta che ogni cartolaio per la campagna scuola debba trovare individualmente le motivazioni per andare incontro alla propria clientela con un corredo scolastico tagliato "su misura" per le proprie esigenze.

L'Associazione ha suggerito, perciò, di seguire le indicazioni della Federcartolai per giungere alla costituzione di un corredo tipo "Kit Scuola" con una serie di articoli scolastici posti in vendita al prezzo suggerito dalla stessa Federcartolai (19,90 euro).

Gli associati interessati a realizzare un'offerta personalizzata possono darne notizia all'Associazione (telefono 02/7750216 - telefono e fax. 02/7750248 - e-mail: cartolibrari@unione.milano.it), la quale provvederà a pubblicizzare (presso i mass media) quei cartolai che avranno creato un proprio Kit Scuola "personalizzato".

GLI INCONTRI ASCOFOTO

PHOTOKINA DAY - LUNEDÌ 13 NOVEMBRE
22 AZIENDE CON LE NOVITÀ da COLONIA
OPEN DAY CON 4 SEMINARI

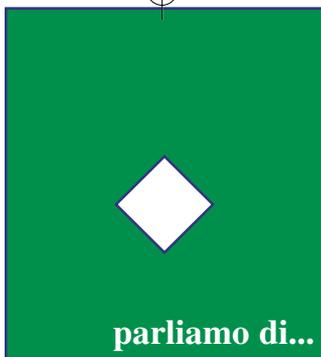
Non mancate alla presentazione delle più interessanti novità foto-imaging!

Segreteria Ascofoto
 tel. 02 7750267
 fax 02 7750259
 ascofoto@unione.milano.it

L'evento si svolgerà dalle 10.00 alle 22.00 presso la sala Orlando - Unione Commercianti - C.so Venezia, 49 a Milano Organizzato da: ASCOFOTO / CONFCOMMERCIO



Unioneinforma
 settembre 2006



Kakà "ambasciatore" della raccolta fondi all'insegna della solidarietà in vista dei Giochi Europei della Gioventù (Roma 30 settembre-5 ottobre) degli atleti con disabilità intellettiva

"Adotta un Campione" Ecco come contribuire

Una grande rete di solidarietà si sta sviluppando intorno agli European Youth Games, i Giochi Europei della Gioventù in programma a Roma dal 30 settembre al 5 ottobre. Questo appuntamento è il maggiore evento dedicato a persone con disa-

bilità intellettiva che il nostro Paese abbia mai ospitato, e attraverso il linguaggio comune dello sport,

mira a motivare i giovani disabili a superare le barriere, instaurare nuove amicizie, favorendo la creazione di una società più aperta ed accogliente. Solidarietà che si

zione.

L'iniziativa, partita ad inizio anno, vanta come testimonial d'eccezione il talento del Milan Kakà, centrocampista della nazionale brasiliana, e propone di rac-

cogliere fondi per assicurare la migliore ospitalità ai 1.400 atleti disabili mentali, tutti dai 12 ai 21 anni, provenienti da 57 Paesi europei ed eurasiatici, che parteciperanno ai Giochi.



"Che io possa vincere, ma se non riuscissi, che io possa tentare con tutte le mie forze"

è il giuramento dell'atleta di Special Olympics, che aprirà gli European Youth Games.



"Adotta un Campione": è la campagna a favore degli atleti disabili mentali promossa da Special Olympics - www.specialolympics.it - e realizzata a sostegno degli European Youth Games.

Special Olympics nasce nel 1968 negli Stati Uniti per volontà di Eunice Kennedy Shriver, sorella di Bob e John F. Kennedy. Special Olympics Inc è riconosciuto dal Comitato olimpico internazionale. In Italia è Associazione benemerita del Coni (Comitato olimpico nazionale). La missione di Special Olympics è di promuovere gli allenamenti e la pratica dello sport olimpico per persone con difficoltà intellettive, dando loro continue opportunità di sviluppo fisico e psichico, facendo loro dimostrare coraggio, capacità, e creando sempre nuovi motivi per gioire insieme alle proprie famiglie, ai propri amici e a tutta la comunità.

Il fine ultimo di Special Olympics è quello di dare, alle persone con disabilità mentale, la possibilità di diventare cittadini utili alla società e quindi accettati, apprezzati, e rispettati dall'intera comunità.



Per aderire ad "Adotta un Campione" è sufficiente effettuare una donazione attraverso: il c/c postale 654004 oppure il c/c bancario 1616/71 c/o Banca Intesa - Gruppo Ambroveneto Filiale n. 352 (Abi 3069 Cab 05086)

esprime attraverso la campagna di raccolta fondi "Adotta un Campione" (vedi scheda n.d.r.), destinata a dare un forte contributo alla riuscita della manifesta-



Unioneinforma

settembre 2006



La collaborazione Unione all'iniziativa promossa dall'Assessorato alla famiglia, scuola e politiche sociali e dall'Assessorato alla salute

Milano: funziona il "Piano anticaldo" del Comune

Adesione e collaborazione dell'Unione all'iniziativa del Comune di Milano – Assessorato alla salute e Assessorato alla famiglia, scuola e politiche sociali – "Piano anticaldo – Estate amica": il servizio di pronto intervento per gli anziani che sono restati in città nei mesi estivi. L'iniziativa, rivolta anche ai bambini e alle persone considerate "fragili", sta finora ottenendo – nel momento in cui si scrive – più che significativi risultati con un generale aumento del 9%, rispetto al 2005, dei molteplici servizi erogati. In particolare molto forti gli incrementi nella consegna dei pasti a domicilio, nei buoni spesa gratuiti e nelle prestazioni infermieristiche (nella tabella tutti i dettagli: i dati arrivano fino al 20 agosto). L'Unione ha fornito un supporto per la più ampia diffusione dell'iniziativa: attraverso il sito internet www.unionemilano.it e distribuendo locandina e volantino - scaricabili anche dal sito web - del "Piano anticaldo" agli operatori commerciali milanesi attraverso le associazioni di via (invitando i commercianti a collocare la locandina in un luogo visibile dell'esercizio e a favorire la distribuzione dei volantini). Gli anziani considerati a rischio e inseriti nell'"Anagrafe della Fragilità", redatta da Asl e

Comune sono circa 3.000. Sono persone con più di 75 anni di età che vivono sole, classificate sulla base dei parametri indicati dalla Asl e che negli ultimi sei mesi hanno avuto più ricoveri. I 518 assistiti direttamente dal Comune sono persone che già negli anni precedenti hanno usufruito di servizi (e sono quindi noti agli operatori). "L'aiuto di cittadini e associazioni – ha spiegato l'assessore alla Famiglia, Scuola e Politiche sociali, Mariolina Moioli – è essenziale per creare e diffondere una cultura della solidarietà". "Questa iniziativa dimostra, ancora una volta, la volontà del Comune di

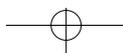
Al 20 agosto incremento del 9% (rispetto al 2005) dei servizi erogati alle persone in stato di bisogno, in particolare gli anziani

aprirsi alla città – ha detto l'assessore alla Salute, Carla De Albertis – L'impegno di tutti contribuirà a fare di Milano una comunità sempre più vivibile, dove il diritto alla salute è un valore condiviso anche nei fatti".

Estate Amica - Piano AntiCaldo
CONFRONTO DATI 2005/2006 al 20 agosto

RICHIESTE TELEFONICHE AL CONTACT CENTER AL 20 AGOSTO	2005	2006	Variazioni Assolute	Variazioni Percentuali
TOTALI	2.551	2.756	+205	+8
NUMERO COMPLESSIVO UTENTI AL 20 AGOSTO	2005	2006	Variazioni Assolute	Variazioni Percentuali
TOTALI	1.981	2.260	+279	+14
SERVIZI EFFETTUATI AL 20 AGOSTO	2005	2006	Variazioni Assolute	Variazioni Percentuali
Abbonamenti gratuiti in piscina	228	247	+19	+8
Accompagnamento	334	435	+101	+30
Altro	145	197	+22	+15
Buoni spesa gratuiti	200	405	+205	+103
Cinema e Pizza	489	414	-55	-12
Consegna pasti a domicilio	8112	11304	+5192	+85
Consegna giornali	10.240	12.762	+2522	+25
Consulenza medica	40	38	-2	-5
Gelati	282	216	-66	-23
Igiene ambientale	91	96	+5	+5
Igiene personale	181	234	+53	+29
Parrucchieri	432	251	-181	-42
Preparazione pasti	44	37	-7	-16
Prestazioni infermieristiche	193	335	+142	+74
Sostegno psicologico/compagnia	218	318	+100	+46
Spesa	101	124	+23	+23
Visite domiciliari AS	89	122	+33	+77
Ricoveri	61	61	0	0
Visite guidate ai musei e parchi	326	412	+84	+26
TOTALI	25.642	27.978	+2336	+9

Fonte: Comune di Milano - Settore Anziani e Strutture Residenziali - Servizio Anziani II



Il commercio "racconta" Milano

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

Mapelli Abbigliamento a Inzago



Pinuccia e Roberto, bambini, con la mamma ad Inzago negli anni '40

Simonetta e il padre Roberto sono i proprietari del negozio di abbigliamento Mapelli che siamo andati a visitare ad Inzago, a nord est di Milano. Dal loro racconto riscopriamo la storia di un altro piccolo angolo della nostra provincia. All'inizio del secolo Inzago è un villaggio prettamente agricolo e, come molti dei paesi vicini all'Adda, meta di villeggiatura della nobiltà e borghesia milanese. Al contrario di Trezzo o Vaprio, però, mantiene per gran parte del '900 la sua natura contadina: "Non ci sono mai state grandi fabbriche – ci racconta Roberto – un calzificio, un maglificio, un calzaturificio e qualche filanda, ma di piccole dimensioni. Industrie ormai chiuse da molti anni".

I Mapelli sono una delle molte famiglie contadine del paese che lavora i campi appena fuori Inzago. Il papà di Roberto, Giovanni, nasce nel 1907, è il quattordicesimo di quindici figli e a soli nove anni sceglie di seguire un'altra strada: va a lavorare in una sartoria di Bellinzago.

"Andava tutti i giorni a piedi perché mio nonno non era d'accordo che lui avesse scelto di non fare il contadino, per cui gli aveva detto: 'La bici per andare a lavorare a Bellinzago te la compri quando potrai permettertela'".

Giovanni è molto caparbio e deciso: nel 1924 si iscrive alla scuola di taglio Ruggeri per perfezionare la tecnica e nel 1927 apre un'attività in proprio come sarto e parrucchiere a Villa Moneta, una vecchia casa nella piazza del paese (di proprietà del Pio Albergo Trivulzio) dove, al piano superiore, andrà ad abitare.

Il legame inusuale tra l'attività di sarto e quella di parrucchiere, nato probabilmente dall'abilità dell'artigiano nel saper usare le forbici, in realtà era una pratica molto comune nei piccoli paesi nella prima metà del secolo: "Mio padre tagliava i capelli il mercoledì, il sabato e la domenica mattina, ma nel 1948 decise di dedicarsi solo alla sua vera professione", ci spiega Roberto.

Nel 1928 Giovanni sposa Rosalia Gorla, anche lei di Inzago, figlia dei proprietari di uno dei bar trattoria del paese: "Da quando ha sposato mio padre, ha sempre lavorato con lui. Tutti i giorni per tutto il giorno".

Giovanni, da vero sarto, si dedica alla parte più prestigiosa del mestiere: al taglio dei modelli e alla realizzazione dei capi in spalla, mentre la moglie svolge il ruolo di "pantalonaia" e cura la rifinitura di ogni capo: "Mia madre era molto brava anche a ricamare", ci tiene a puntualizzare Roberto.

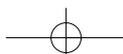
Dagli anni '30 agli anni '50 il lavoro non manca. A quei tempi è costume comprare solo abiti su misura e la sartoria Mapelli realizza capi da uomo, cappotti, giacche e tailleur da donna di buona qualità. Il duro lavoro di Giovanni e di sua moglie viene ripagato dal raggiungimento di una condizione economico-familiare discreta che gli permetterà di aiutare nei momenti del bisogno i fratelli contadini. Ci racconta Roberto: "Alcuni dei quattordici fratelli di mio padre morirono quando ancora erano piccoli; uno ha fatto l'ambulante, un altro ha lavorato sulle strade per l'Amministrazione provinciale e uno si è trasferito. Tre fratelli hanno continuato a fare i contadini, dividendosi il terreno che era di mio nonno in più fami-

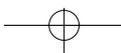


Papà, mamma e Roberto (seduto sulla destra) in gita a Stresa (anni '50)



Villa Moneta in una foto recente. La vetrina ricorda la precedente ubicazione del negozio Mapelli trasferitosi dal 1996 in via San Rocco. Il palazzo che dà sulla piazza principale aspetta di essere restaurato

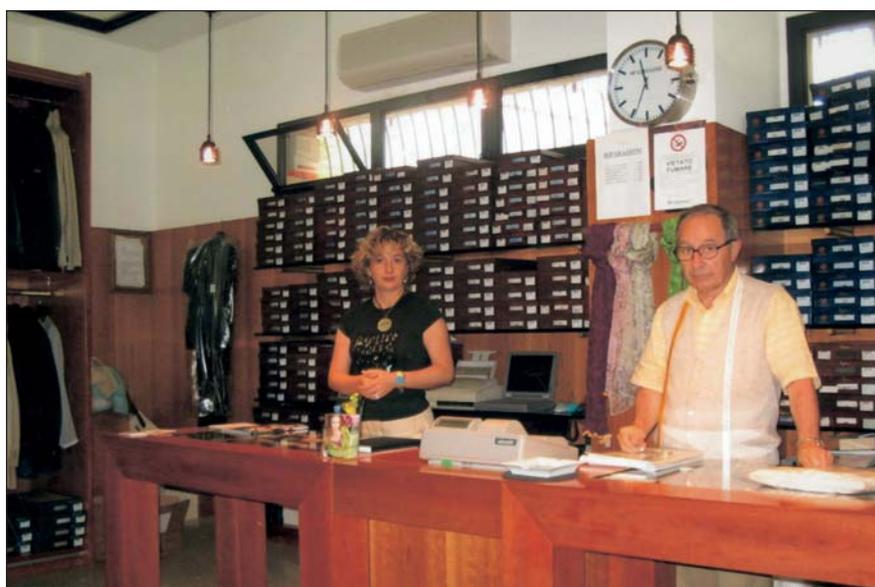




Roberto Mapelli al lavoro nel laboratorio del precedente negozio (anni '90)



Le vetrine del nuovo negozio



Simonetta Mapelli e il padre Roberto in negozio

glie, ognuna composta da sei, sette figli. Erano davvero poveri e quando si trovavano in difficoltà mio padre, per venirci incontro, gli comprava la mucca o qualche altro animale". Nel raccontare questi aspetti della sua famiglia, Roberto ci confida che quando ha visto L'albero degli zoccoli di Ermanno Olmi ha rivissuto gli anni della sua infanzia: "Si viveva proprio così", ci dice.

Nel 1929 i signori Mapelli perdono la loro prima bambina appena nata: nel 1930 e nel 1936 nascono Giuseppa e Roberto. La prima studia e si dedica all'insegnamento mentre il secondo, dopo le elementari, frequenta per tre anni le serali e poi inizia subito a lavorare a tempo pieno con il padre. In questi anni la sartoria di famiglia confeziona dieci, dodici abiti a settimana. In laboratorio, a Inzago, lavorano in quattro:

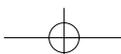
papà Giovanni, mamma Rosalia, Roberto e un lavorante; in più danno lavoro ad un sarto di Osio Sotto e ad un altro, in paese. "Anche durante la guerra abbiamo sempre lavorato molto. Magari la materia prima era di seconda scelta o si riutilizzavano tessuti di altri abiti. Anche i fili erano difficili da trovare. Mia madre girava per le zone qui intorno alla ricerca di tutto ciò che poteva essere utile. Tornava con gomitolli di fili, tutti aggrovigliati che dovevano essere sfilati uno per uno".

La zona di Inzago durante la guerra non subisce bombardamenti; solo in un'occasione la madre Rosalia, durante una delle sue spedizioni, rischia la vita perché il tram sul quale viaggia viene mitragliato: "Quando suonava la sirena noi scappavamo in mezzo ai campi, era la zona più sicura".

In questi anni Roberto, come molti dei figli di bravi artigiani, impara il mestiere osservando i gesti del padre e seguendo le poche indicazioni che gli venivano date: "Mio padre non era disposto a trasmettere i trucchi del suo lavoro, ogni tecnica

dovevo rubarla". La formazione segue un iter preciso: "Prima si passavano le marche [veniva segnata la stoffa] poi si rifilava il tessuto e infine si confezionavano i capi, partendo dai pantaloni per arrivare ai capi in spalla più impegnativi". Il taglio del tessuto è la tecnica più complessa che Giovanni lascia per ultima: "Mio padre non mi diede mai molte soddisfazioni sul lavoro. Magari andava da mia sorella e le diceva 'Ch'el bagai là, ha fat un lavur che mi non saria minga bon de fa', ma certo non veniva a dirla a me. Mi ricordo che la prima volta che mio padre mi ha permesso di tagliare un abito, è stato solo dopo aver frequentato la scuola di sarto. Dopo averlo tagliato, l'ho consegnato a mio padre e sono scappato via, perché non volevo sentire critiche".

Nel 1958 Roberto decide di frequentare una scuola di taglio per darsi basi tecniche più concrete e poi parte per il





Il commercio "racconta" Milano

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



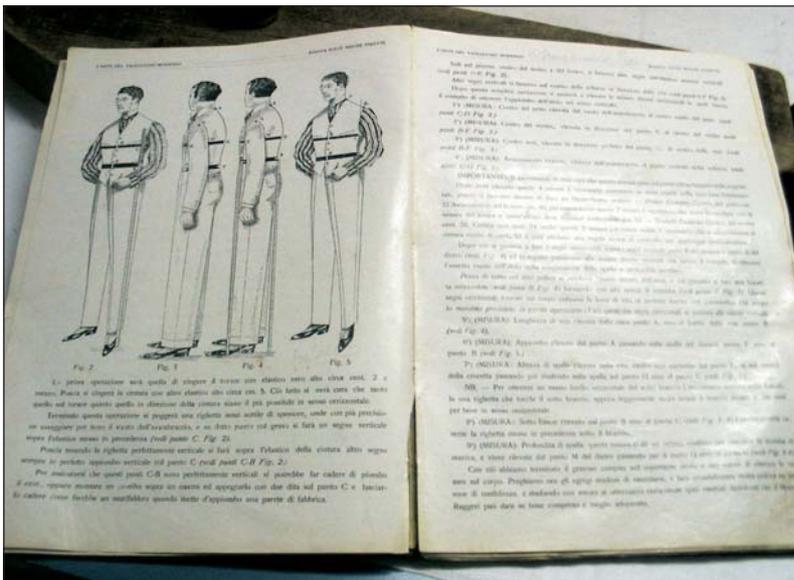
L'interno del negozio di via San Rocco

militare, nel 1960. Tornato dal servizio di leva, Roberto si rende conto che nel suo campo c'è aria di crisi: "Appena rientrato ero andato a trovare il mio vecchio insegnante che aveva un laboratorio a Milano, in corso Buenos Aires: aveva chiuso. Molti preferivano andare impiegati nelle ditte dove realizzavano abiti su larga scala". Dalla fine degli anni '50, infatti, cambiano i costumi degli abitanti di Inzago. Il paese si sviluppa, iniziano ad insediarsi nuove realtà imprenditoriali e le abitudini di un tempo si trasformano. Gli abiti confezionati iniziano a conquistare il mercato di massa e il "su misura" diventa sempre meno richiesto. Per questo già nel 1956 Giovanni Mapelli aveva acquistato la licenza per il commercio di abbigliamento: "L'aveva intestata a mia madre in modo da poter mantenere entrambe le attività". Nel 1965, poi, la licenza di commercio verrà intestata a

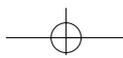
Roberto mentre quella di sarto verrà chiusa: "Abbiamo continuato a fare abiti su misura, ma ormai ne venivano realizzati uno o due a settimana. Ho continuato a confezionarli seguendo la tecnica di mio padre, non è cambiato niente. Ancora oggi quando mi chiedono degli abiti o dei cappotti particolari, mi trovo a consultare i vecchi libri sui quali abbiamo studiato io e mio padre". Il ramo del commercio del negozio Mapelli mantiene sempre uno stile classico ed elegante, in linea con quello che prima veniva direttamente realizzato. Roberto sceglie case d'abbigliamento che guardano alla qualità del modello e, soprattutto, del tessuto: la linea Sidi della Facis, la linea Pegaso della Sartotecnica, il Gruppo finanziario tessile. "La qualità del tessuto è sempre al centro della sua scelta", ci confida la figlia Simonetta, "Ancora adesso analizza con attenzione i tessuti degli abiti che compriamo e ogni anno che passa si lamenta sempre di più: le tramature e i pesi dei tessuti non sono più come quelli di una volta!".

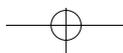
Nel 1965 Roberto si sposa con Amabile Barlassina; rimane a vivere ad Inzago, ma lascia la casa di villa Moneta, dove rimangono i suoi genitori. Nel 1966 nasce Simonetta e nel 1968 le due gemelle, Alessandra e Federica. Simonetta rimane sempre molto legata al negozio nonostante per quindici anni decida di fare l'insegnante: "Quando finivo di lavorare alle 16 andavo in negozio ad aiutare mio padre. C'era sempre bisogno di qualcuno che lo affiancasse nella vendita o lo aiu-

tasse in laboratorio per le riparazioni degli abiti". Nel 1996 il negozio Mapelli subisce lo sfratto perché Villa Moneta è oggetto di interessi immobiliari rilevanti e il Pio Albergo Trivulzio decide di vendere tutta la proprietà ad un privato. Roberto, ormai vicino alla pensione, è intenzionato a chiudere. E' Simonetta che convince il padre a proseguire l'attività e a subentrare al suo posto: "In fondo al cuore io avevo sempre saputo che quello era il mio futuro professionale. In quel momento ero a casa dal lavoro in attesa del secondo figlio e ho capito che dovevo proseguire l'attività di famiglia. Così, ho lasciato l'insegnamento per dedicarmi al negozio". E' stata una scelta realizzata in pochi mesi di cui Simonetta va orgogliosa: "Non ho le capacità sartoriali dei miei predecessori, ma il mio lavoro adesso è diverso e mi piace molto". Con queste parole la nostra testimone è espone di quel passaggio generazionale e professionale che abbiamo spesso ritrovato in molte storie di commercio raccontate in questi anni: il mestiere dell'artigiano si confonde sempre più, nel corso del tempo, con quello del



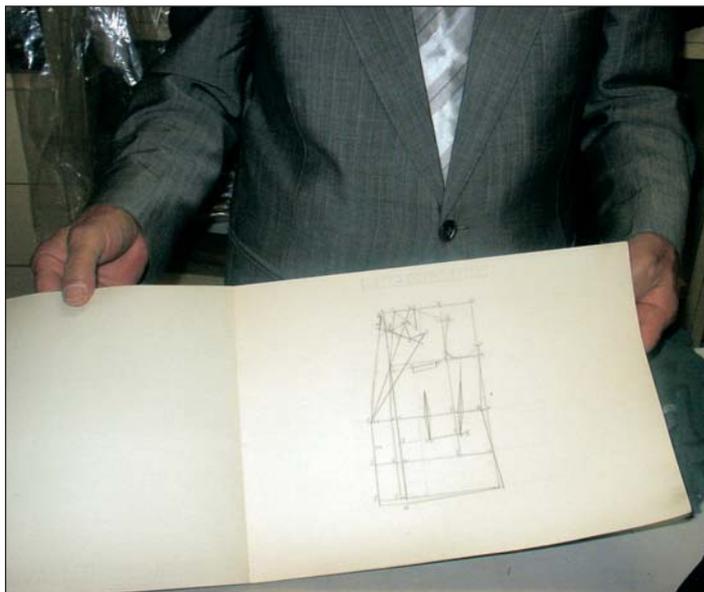
Il libro di sartoria su cui ha studiato papà Giovanni





Il commercio "racconta" Milano

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



Roberto Mapelli mostra un disegno sartoriale realizzato ai tempi dei suoi studi

commerciante fino a quando quest'ultimo diventa la nuova capacità professionale.

Durante il racconto di questo periodo si capisce, nelle parole di Simonetta e Roberto, il rammarico di non aver potuto comprare i muri della vecchia sede del negozio, dove c'era anche l'abitazione di famiglia: "Mio padre e mia madre sono morti lì, negli anni '70". L'amarezza cresce tanto più ora, sapendo che il palazzo, bisognoso di importanti lavori di restauro, non ha beneficiato di nessun intervento e versa in condizioni critiche: "E' una struttura che ha molti vincoli architettonici perché è un palazzo storico di Inzago: è il primo palazzo del paese costruito su tre piani nel 1400, vi ha dormito San Carlo Borromeo ed è stata la prima scuola elementare. E' un vero peccato vederlo in quello stato."

Il trasferimento in via San Rocco è stata anche l'occasione per dare una nuova immagine al negozio: sempre classico, ma anche elegante, con una buona scelta di abiti da cerimonia da uomo e da donna. Dal 1996 al 2000 il negozio va molto bene, i clienti aumentano e il fatturato è in crescita. Simonetta frequenta diversi corsi da vetrinista per rafforzare le sue capacità di vendita, Roberto cede l'attività alla figlia nel 1998 e insieme cercano, anche in questo caso, di comprare le mura dell'esercizio, ma ancora senza successo.

I rappresentanti dai quali si servono sono sempre gli stessi da anni, anche se le case d'abbigliamento che propongono sono cambiate perché molte hanno subito la dura concorrenza del mercato e hanno dovuto chiudere. Si servono della Ingram per la camiceria, della Fustenberg per la linea sposo e da poco hanno provato la Miroglio per la linea femminile.

Negli ultimi anni anche la famiglia Mapelli ha accusato una contrazione del mercato, determinata dai forti cambiamenti che il paese di Inzago ha avuto e aggravata, peraltro, da un furto subito nel 2000. Sul territorio si sono stabilite aziende di una certa dimensione, la popolazione è aumentata a causa di una significativa immigrazione dalla città, ci sono state forti pressioni speculative nel campo edilizio, molti terreni, un tempo agricoli, sono ora sede di piccoli condomini e villette a schiera: "La natura agricola di Inzago si è ormai trasformata. Ci sono ancora 35 cascine attive anche di buone dimensioni, ma ogni anno il numero si riduce". Nel medesimo tempo il centro del paese si sta svuotando e i negozi scompaiono: "Non abbiamo più una profumeria, un calzolaio.

In compenso sono state aperte sette agenzie immobiliari; senza parlare del nuovo, vastissimo centro commerciale che sta per essere aperto appena fuori dal paese".

La cosa importante, per i Mapelli, è continuare a mantenere alta la qualità del prodotto senza farsi attirare dalle grandi firme, ma cercando di mantenere un buon rapporto qualità-prezzo: "Questo è l'unico modo per essere conosciuti e scelti da una clientela che non si accontenta", dicono Roberto e Simonetta, consapevoli che la propria lunga esperienza e la conoscenza del settore gli permetterà di continuare con successo.

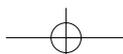
La pragmaticità che contraddistingue i nostri testimoni porta Roberto a constatare che ormai il suo mestiere sta scomparendo, è scritto nell'evoluzione delle cose. Lo dice mentre ci mostra gli strumenti di lavoro, ereditati dal padre: pezzi che parlano da soli di anni di fatiche, di dedizione, ma anche di soddisfazioni.

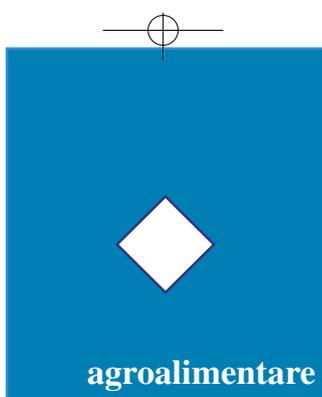
Sara Talli Nencioni

(In collaborazione con Andrea Strambio De Castilla)



Roberto Mapelli mostra il laboratorio



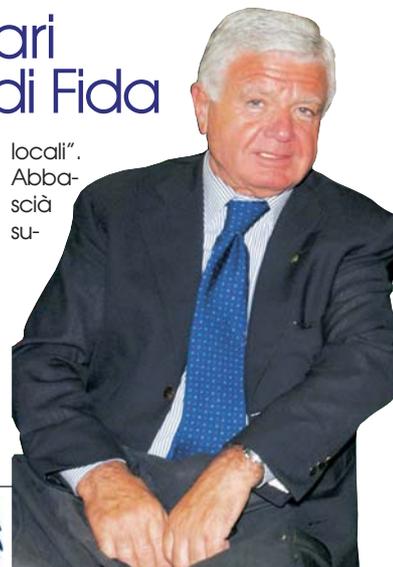


Dettaglianti alimentari Dino Abbascià al vertice di Fida

Dino Abbascià (presidente del Sindacato milanese dettaglianti ortofrutta e presidente di Fidicomet, la cooperativa fidi dell'Unione di Milano) è stato eletto all'unanimità nuovo presidente di Fida, la Federazione nazionale, aderente a Confcommercio, che rappresenta gli oltre 60 mila operatori del dettaglio agroalimentare in Italia. Abbascià, già al vertice del Sindacato nazionale dettaglianti ortofrutticoli dal 1989, dichiara di voler lavorare "per una nuova Fida, che diventerà il punto di riferimento dell'enogastronomia di Confcommercio". "I nostri obiettivi - prosegue - sono ambiziosi. E' fondamentale puntare sulla comunicazione

e stabilire rapporti di sinergia con le altre realtà associative del nostro sistema federale per cercare di porsi come soggetto sempre più forte ed autorevole soprattutto nei confronti delle istituzioni". E aggiunge: "La nostra è una grande Federazione fatta di piccoli imprenditori, i dettaglianti alimentari, sparsi su tutto il territorio nazionale. E' per questo che la Fida deve porsi sempre più al servizio dell'associato, tenendo conto anche delle problematiche

locali".
Abba-
scià
su-



Dino Abbascià



bentra a Lan-
franco Mor-
ganti che lascia, dopo 13 an-
ni, la carica di presidente na-
zionale.

SITO INTERNET Unione www.unionemilano.it

LE INFORMAZIONI IN TEMPO REALE

L'Unione, per rendere sempre più immediate le informazioni sulla propria attività e sulle iniziative delle associazioni che ad essa aderiscono, ha allestito un sito Internet il cui indirizzo è www.unionemilano.it

Oltre alla parte istituzionale e di presentazione della struttura organizzativa Unione, dal sito - costantemente aggiornato - si possono trarre informazioni utili sui servizi erogati dall'Unione, dalle associazioni di categoria e territoriali, dagli enti e dalle società collegate, ed è possibile il link con enti, banche, giornali.

Le aziende associate, in regola con le contribuzioni previste, hanno a disposizione, **con accesso codificato da password**, tutti i riferimenti normativi e gli adempimenti su aree tematiche:

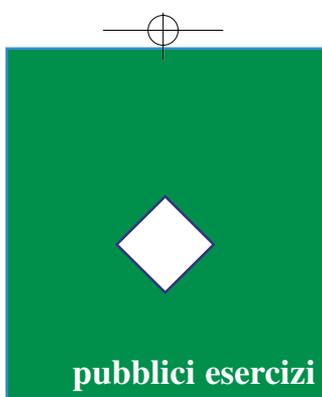
- | | |
|------------------------|-------------------------|
| ✓ del lavoro | ✓ previdenza assistenza |
| ✓ legale | ✓ sicurezza sul lavoro |
| ✓ fiscale e tributaria | ✓ welfare |

Le aziende interessate possono richiedere il codice "password" compilando on line l'apposito modulo presente all'interno della sezione "aree tematiche" del sito Unione.

L'azienda riceverà in breve tempo via e-mail l'attribuzione del codice d'accesso (login e password).

PER INFORMAZIONI SI PREGA TELEFONARE AL N° 02-7750.292/293

Unioneinforma
settembre 2006



Pubblici esercizi milanesi Lino Stoppani rieletto presidente di Epam

Liberalizzazioni di bar e ristoranti: no a una completa deregulation che andrebbe solo a discapito della qualità dell'offerta. Forte sottolineatura del ruolo di presidio sociale dei pubblici esercizi milanesi (anche con un rafforzato impegno - negli spazi occupati all'aperto - sugli aspetti di decoro urbano e immagine coordinata), necessità di snellire i tempi burocratici con l'amministrazione locale, l'impatto che avranno sui pubblici esercizi di Milano (con i suoi 25.000 addetti) le trattative, aperte in questi giorni, per il rinnovo del contratto nazionale del turismo. E ancora grande attenzione allo standard igienico-sanitario dei locali e all'aggiornamento professionale. Sono i temi programmatici che vedranno impegnato Lino Stoppani, rieletto presidente di Epam, l'Associazione milanese

Alfredo Zini
vicepresidente vicario.
Vicepresidenti Giuseppe Gissi (Milano città) e Franco Raveglia (provincia).
Completano la Giunta esecutiva Rudy Citterio, Carlo Freni e Maurizio Seveso

Epam (che ad autunno programmerà iniziative per i suoi 60 anni), a Milano rappresenta oltre il 70% della categoria (4.500 su 6.000 pubblici esercizi): bar, ristoranti, pizzerie, discoteche/locali da ballo, locali serali, gelaterie, pasticcerie, ma anche catering, banqueting, ristorazione collettiva. Il Consiglio direttivo di Epam ha eletto vicepresidente vicario Alfredo Zini (titolare del ristorante Al Tronco) e vicepresidenti Giuseppe Gissi (per Milano città). Gissi è titolare di Brios, società che gestisce pubblici esercizi a Milano e provincia, in particolare "El Beverin", storica azienda del quartiere Brera a Milano) e

dei pubblici esercizi dell'Unione di Milano. Stoppani (consigliere d'amministrazione di Peck spa) è inoltre presidente nazionale di Fipe, la Federazione italiana pubblici esercizi.



Lino Stoppani

Franco Raveglia (per la provincia. Raveglia, responsabile dei pubblici esercizi dell'Unione commercianti monzese, è titolare di un'azienda nel settore della ristorazione all'interno dell'Autodromo di Monza). Completano la Giunta esecutiva Epam Rudy Citterio, imprenditore nel settore dell'intrattenimento, responsabile del settore discoteche/locali da ballo (consigliere nazionale Fipe e Silbo, Sindacato italiano locali da ballo); Carlo Freni (dell'omonima pasticceria milanese, responsabile del settore pasticceria) e Maurizio Seveso (che ha un'attività di pubblico esercizio nel settore della caffetteria-torrefazione a Legnano). Presidente dei probiviri di Epam è Giancarlo Panzera (bar Panzera in piazza Duca d'Aosta).



www.tntpost.it

Cambio in corsa.

Rinaldi l'Espresso diventa TNT Post.
La posta dei milanesi ha un nuovo nome.

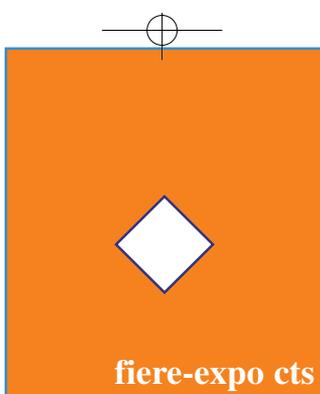


Via Sant'Andrea, 10
Tel: +39 02 760311

Via Rutilia, 17
Tel: +39 02 57410200

Via G.Govone, 26
Tel: +39 02 312308

Via A.Doria, 30
Tel: +39 02 66715259



Franchising & Trade 20/23 ottobre Fiera Milano Rho-Pero Padiglione 11

A Franchising & Trade, la manifestazione dedicata al franchising promossa da Expects e in programma nel polo di Rho-pero di Fiera Milano dal 20 al 23 ottobre, partecipa una rappresentanza molto vasta delle oltre 700 insegne di franchising attive sul territorio nazionale. Il successo del franchising è confermato dai numeri: il giro d'affari in Italia - fonte Assofranchising - è passato dai 10,9 miliardi di euro del 1998 agli oltre 18 miliardi del 2005. Negli ultimi dieci anni il totale dei marchi concessi in franchi-

sing è raddoppiato (oggi sono 722) per un totale di 45 mila punti vendita nei quali lavorano almeno 120 mila dipendenti. Il Salone, giunto alla sua ventesima edizione, si riconferma punto di riferimento per gli operatori europei presenti nel comparto dell'affiliazione commerciale.



Nell'ultima edizione, su una superficie espositiva di 9 mila metri quadrati netti, hanno partecipato 300 espositori provenienti da 15 Paesi.

Più servizi agli espositori e ai visitatori, un layout più omogeneo e razionale, diverse iniziative e progetti specifici

segue a pag. 22 ▶



Organizzata da Expects (in collaborazione con Assarredo) al quartiere fieristico di Rho-Pero in concomitanza con Franchising & Trade, Shop Project è la manifestazione dedicata ad arredamenti, allestimenti e illuminazione per negozi, ai costruttori di impianti frigoriferi per il com-



400 espositori tra italiani ed esteri. Il salone ha cadenza triennale e occupa una superficie espositiva di 10.000 metri quadrati. Alla successiva, secon-

Shop Project 20/23 ottobre Fiera Milano Rho-Pero Padiglione 9

mercio, ai professionisti delle tecnologie e del visual merchandising, ai progettisti di punti vendita, italiani ed esteri. A Shop Project partecipano circa

da, edizione - in programma nel 2009 - si abbinerà ad Host, la grande "biennale" internazionale dell'ospitalità professionale promossa da Expects. A Shop Project (e Franchising & Trade) partecipano 13 delegazioni internazionali provenienti da: Cina, Croazia, India, Repubblica Ceca, Ungheria, Slovacchia, Russia, Turchia, Francia, Gran Bretagna, Spagna, Germania, Grecia. A Shop Project i compratori trovano un'ampia e qualificata offerta. Gli arredi per nego-

segue a pag. 22 ▶



segue da pag. 21

che, nell'intento degli organizzatori, consentono di rispondere alle esigenze degli operatori: queste le premesse di Franchising & Trade. Il salone internazionale del franchising propone tre "linee operative". Una dedicata ai "big brand"; una allo "small business" (i piccoli negozi tecnologici - per esempio nell'area della telefonia - oppure i punti vendita "a tema", come quelli dedicati all'intimo che negli ultimi tempi hanno conosciuto una grande diffusione). E, infine, l'ultima nata in

casa Franchising & Trade, l'area "beauty e wellness" (parrucchieri, solarium, estetiste, manicure) oggi tanto di moda, e che in mostra può contare su una visibilità del tutto speciale volta a favorirne il lancio. Inoltre, nasce la "Investor area", spazio e luogo d'incontro per investitori, fondi di private equity e il mondo finanziario interessato al franchising ed alla distribuzione. Secondo Aifi (Associazione italiana del private equity e venture capital) nel 2005 il retail è stata l'attività maggiormente attrattiva per investimenti di private equity. Per questo motivo nel salone è stato creato uno spazio d'incontro all'interno del quale potenziali franchisee, master e catene possono valutare le più importanti opportunità di finanzia-

mento. La "Investor area" ha carattere internazionale, è aperta ai visitatori del salone e di tutto il mondo del franchising. Ed a proposito di internazionalità, Franchising & Trade, annuncia, in questo senso, una vocazione sempre più spiccata. La presenza alla Fiera di Dubai (Franchising Middle East Exhibition) di una delegazione di Expects ha dato buoni risultati in termini di contatti con i buyer del Golfo. Con questa operazione Franchising & Trade - rilevano gli organizzatori - si consolida come manifestazione di riferimento a livello mondiale. E in fiera a Milano vi sarà un buon numero di nuovi brand internazionali provenienti da Spagna, Francia e dal bacino del Mediterraneo, attratti dalle suggestioni e dalle prospettive del mercato italiano.

A.L.

Shop Project e Nemo

Nemo, il negozio del futuro: con la sponsorizzazione di Assarredo/Federlegno-Arredo sarà allestito un vero e proprio negozio "avanzato", prototipo di un punto vendita già oggi realizzabile. Il format di Nemo è stato pensato per essere a disposizione sia dei commercianti (sia quelli che intendono aprire un'attività e pensano al modo ottimale per avviare il negozio, sia quelli che

cercano di sviluppare un business già esistente su strade nuove) sia di progettisti e architetti, cioè delle principali categorie "di servizio". Un luogo del futuro, dove i visitatori potranno trarre idee e aiuto nella progettazione attraverso soluzioni davvero applicabili al retail. Un luogo dove saranno presentate e installate soluzioni d'avanguardia a livello tecnologico (illuminazione, layout, materiali).

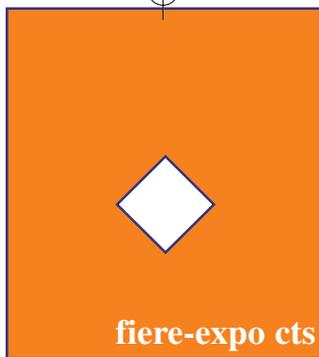
segue da pag. 21



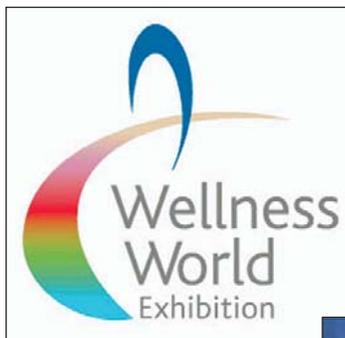
zi sia in chiave hardware (sistemi di sicurezza, allarmi, sistemi di controllo degli accessi, comunicazione digitale) sia software (sistemi di pagamento e cassa, contabilità, gestione magazzino). Il welcome farà invece leva su manichini, grucce, vetrofanie, cartellini prezzo, l'intero mondo visual all'interno e all'esterno del punto vendita. Si tratta di un settore di nicchia, di dimensioni ridotte, considerato però strategico.

A.L.





fiere-expo cts



Wellness: dal 20 al 23 ottobre Fiera Milano, polo di Rho-Pero

ro dal 20 al 23 ottobre, ha il patrocinio di Fiis, la Federazione degli imprenditori di impianti sportivi e nasce come un grande momento di confronto per quanti operano, a più livelli, nel campo

del benessere. La manifestazione è suddivisa in sei settori: Wellness Beauty & Spa, Wellness Water & Technology, Wellness Training, Wellness Health - I percorsi della salute, Wellness Leisure e Wellness Project. Per ognuno di essi, il target è di professionisti operanti in: centri fitness, hotel di lusso, catene alberghiere, spa resort, studi d'architettura e progettazione, centri estetici e ospedalieri, cliniche e strutture dedicate

Wellness World Exhibition, la nuova rassegna promossa da Expects e in programma al polo fieristico di Rho Pe-



Milano e i centri wellness: l'indagine

Dall'indagine svolta dall'Unione di Milano su un campione di 51 centri wellness di Milano associati ad Apiis (l'Associazione milanese degli imprenditori di impianti sportivi), emerge l'identikit del "frequentatore di centri wellness".

Il 10% dei centri sportivi registra una presenza maschile del 70% e femminile del 30%; un 40% registra un 50% di presenza sia femminile che maschile; un altro 20% registra un 60% di presenza maschile e 40% femminile, un altro 20% 40% uomini e 60% donne; infine un 10% di centri una presenza femminile nettamente superiore (90%) a quella maschile (10%).

Ma quale età hanno i frequentatori di palestra? Il 10% ha fra i 18 e i 25 anni, il 30% fra i 26 e i 30 anni, il 50% fra i 31 e i 40 anni, il restante 10% oltre i 41.

E che professione svolgono? Il 10% sono studenti, il 30% impiegati, un 20% liberi professionisti e il restante 40% include attività varie.

Il 70% di frequentatori svolge attività sportiva dalle 18 alla chiusura del centro, un 10% dalle 7 alle 12, un altro 10% dalle 12 alle 16 e il restante 10% dalle 16 alle 18.

Prerogativa essenziale nella scelta del centro sportivo è la presenza di palestra con attrezzi, seguita dalla possibilità di frequentare corsi e piscina; infine sta acquisendo sempre più rilevanza la presenza di un beauty center interno alla struttura. Fra i corsi i più frequentati ci sono le nuove tendenze come pilates, yoga e i corsi definiti body in mind: corsi ad alta tonificazione, ma a basso impatto che consentono un maggior rilassamento e minor sforzo.

Questi sono ormai preferiti dal 70% degli iscritti, prevalentemente donne (90%); il 30% invece segue ancora i corsi tradizionali come aerobica, cardiofitness, step, gag.

S.M.

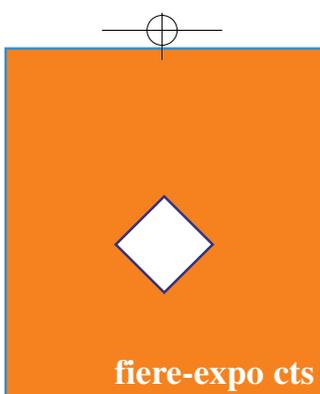


alla salute. Molta importanza, poi, viene data agli operatori del contract e a quanti operano nelle istituzioni (comuni, enti pubblici, sanità). Non mancano poi, sabato 21 e domenica 22 ottobre in aree espositive riservate, eventi rivolti al pubblico.



Unioneinforma

settembre 2006



Ici 4-5 ottobre Fiera Milano Rho-Pero Padiglione 10 (ingresso porta Est)

Il 3 ottobre è prevista una preview: una serata dove gli espositori entrano in contatto con un selezionato gruppo di manager rappresentanti di aziende sia italiane che internazionali. La manifestazione si rivolge a catene alberghiere, hotel, enti regionali e nazionali di promozione dei centri congressuali ed enti fieristici col fine di offrire al mercato congressuale internazionale la possibilità di utilizzare uno strumento



La prima edizione di Ici, International Congress Incentive & Events Market Place, si svolge il 4 e 5 ottobre nel polo fieristico di Rho-Pero.

prevista una preview: una serata dove gli espositori en-

a forte vocazione commerciale nel quale conoscere e farsi conoscere.

A Ici hanno già garantito la presenza 500 hosted buyer internazionali provenienti da 46 paesi. Nel corso del primo giorno è in programma un incontro sul tema: "L'attrazione di investimenti nel settore turistico italiano"; nella seconda giornata il dibattito si incentra sulla certificazione delle professionalità nel settore congressuale. Il workshop, cioè l'incontro tra l'offerta e la domanda, è il momento cruciale e distintivo di Ici. Nella parte espositiva i visitatori trovano le destinazioni (regioni e convention bureau) così come le location (hotel e centri congressi) oltre alle altre merceologie, come, ad esempio, i servizi e le tecnologie per il mercato congressuale.

Con questo numero
di
Unioneinforma

Assieme a questo giornale i lettori trovano uno stampato di Expects con un tagliando da compilare, ritagliare e presentare alla reception di Fiera Milano, quartiere di Rho-Pero.



Franchising & Trade è il Salone internazionale del franchising e del commercio

Shop Project
è il Salone internazionale di progettazione e arredo per i punti vendita



(vedi le pagine 21 e 22 del giornale)

IL
TAGLIANDO
CHE DA' IL DIRITTO
DI RICEVERE GRATIS
UN BIGLIETTO PER VISITARE
FRANCHISING & TRADE E SHOP PROJECT

Unioneinforma
settembre 2006



No alla benzina venduta all'iper I lettori di Quattroruote danno ragione ai gestori

Con le quotazioni del greggio in costante ascesa, il prezzo della benzina resta un tema "caldo": scenderebbe il prezzo se fosse consentita in modo sistematico la vendita di carburante negli ipermercati e nei centri commerciali? Quattroruote (nel numero di giugno, rubrica "Uomini contro") ha promosso presso i lettori un sondaggio mettendo a confronto le argomentazioni di Luca Squeri, presidente Figisc milanese e nazionale (Figisc è il sindacato dei gestori carburanti) e Massimo Viviani, direttore generale di Federdistribuzione (l'associazione che riunisce le imprese della Gdo).

Cosa sostiene la grande distribuzione. Viviani ha rilevato come la presenza d'impianti d'erogazione di carburante negli iper e nei centri commerciali sia ancora molto bassa: meno dell'1% delle vendite totali contro il 51% della Francia e il 28% della Gran Bretagna. Un numero più ampio di queste stazioni stimolerebbe la concorrenza fra gestori, razionalizzerebbe il mercato, porterebbe ad una maggiore segmentazione dell'offerta e introdurrebbe un forte elemento di calmieramento dei prezzi.

Cosa rispondono i gestori. Una libera concorrenza in Italia c'è

Le argomentazioni del presidente Figisc Luca Squeri (contrapposto al direttore generale di Federdistribuzione Massimo Viviani) votate dal 59,92% dei partecipanti al sondaggio promosso dalla rivista

già e la rete distributiva è stata razionalizzata e ammodernata con la chiusura di migliaia d'impianti. Non si possono, afferma Squeri, determinare situazioni di privilegio per la Gdo a fronte di norme vincolanti per tutti gli altri gestori. Prezzi più convenienti con il rifornimento all'iper? Una questione da "smitizzare", a parere di Squeri: il prezzo potrebbe anche nominalmente scendere di qualcosa, ma la differenza sarebbe assorbita in aumenti marginali delle altre referenze poste in vendita dalla grande distribuzione. Inoltre, vi sarebbe un'ulteriore rarefazione del servizio di rifornimento con la necessità di spostamenti maggiori per



l'automobile (in Francia c'è un impianto ogni 40 km contro uno ogni 14 in Italia).

Il risultato del sondaggio. La maggioranza dei partecipanti al sondaggio - il 59,92% - ha



Assemblea di Figisc Milano in Unione: il presidente Luca Squeri (a sinistra) con il segretario Marcello Mangiafico e, sotto, una veduta d'insieme dell'affollata sala Commercio

premiato le argomentazioni di Squeri; il 40,08% si è invece dichiarato d'accordo con le tesi formulate dal direttore generale di Federdistribuzione Viviani.

Impianto Tamoil-Auchan al centro commerciale di Rescaldina

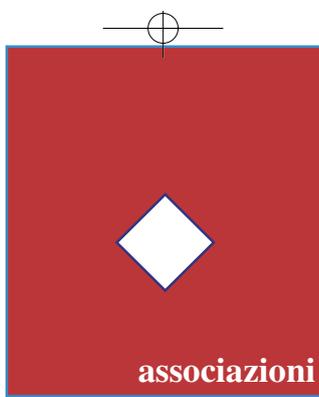
Figisc: distanze non rispettate con le altre stazioni di servizio Rilanciata la questione al Tar

La Procura della Repubblica di Milano - nell'archiviare, in quanto non sussistevano i presupposti penali, l'esposto presentato da Figisc contro l'apertura dell'impianto cosiddetto "bilogo" di Tamoil-Auchan presso il centro commerciale di Rescaldina della catena francese - ha però,

sostiene il sindacato dei gestori, posto un punto fermo sulla disposizione da applicarsi per una corretta misurazione della distanza fra il nuovo impianto e quelli preesistenti. Nella richiesta d'archiviazione si rileva come "Il fatto di rilievo è che la disposizione da applicarsi per una corretta misurazione della distanza è quella contenuta nell'art. 8 della delibera regionale n.20635 dell'11 febbraio 2005 che stabilisce al punto a) che il punto di riferimento è la mezzeria dell'accesso più vicino all'impianto esistente rispetto all'accesso più vicino dell'impianto da realizzare. Se poi il nuovo impianto è progettato nell'ambito di un'area di pertinenza ad attività commerciali, la distanza va calcolata non già al nuovo impianto, ma alle aree di pertinenza di cui sopra. In entrambi i casi siamo al di sotto dei 500 metri". L'attestazione, da parte della Procura milanese, di quanto denunciato da Figisc riguardo alle distanze obbligatorie, ha consentito al Sindacato gestori di riproporre un'ulteriore richiesta di urgente discussione al Tar lombardo.

Unioneinforma

settembre 2006



Nuove targhe ciclomotori Unasca/1: "non tutte le agenzie sono abilitate al rilascio"

Il dpr 153/2006 ha dato avvio al nuovo sistema di targatura di ciclomotori. Tutti quelli nuovi si devono dotare di un certificato di circolazione sul quale si annoteranno i dati del proprietario e del motorino con l'eventuale secondo posto oltre al numero di targa, che è personale. Ogni qualvolta il ciclomotore venga poi venduto, si provvederà al distacco della targa che rimane al suo proprietario che la utilizzerà per quello nuovo.

Chi è in possesso del vecchio targhino e di un ciclomotore dotato del vecchio certificato di idoneità tecnica, non ha l'obbligo di chiedere i nuovi documenti e può circolare regolarmente (senza passeggero a bordo, però).

Chi è già in possesso di un ciclomotore circolante con due posti, può chiedere il rilascio della nuova targa e del certificato di circolazione che gli permetterà di trasportare regolarmente il secondo passeggero purché alla guida ci sia un maggiorenne. Altrimenti si corre il rischio della confisca del motorino.

I ciclomotori, purché annotati presso il Ced della Motorizzazione, non sono beni mobili registrati: quindi, per venderli, non occorre un atto di vendita né

si devono iscrivere al Pra. I nuovi certificati riporteranno non solo la proprietà, ma anche l'eventuale acquisto in leasing o il noleggio senza conducente (oltre all'avvenuta revisione).

Le targhe ed il certificato di circolazione saranno rilasciati presso i 100 uffici della Motoriz-



zazione civile e presso gli studi di consulenza automobilistica (comunemente conosciute come agenzie) autorizzati e non presso le autoscuole come spesso viene erroneamente riportato.

Attenzione, ricorda Unasca, così come per lo Sportello telematico dell'automobilista, non tutte le agenzie sono abilitate a tale servizio, ma solo quelle che

espongono il logo "Centro servizi motorizzazione" perché sono le sole autorizzate al collegamento on line con il Ced Motorizzazione ed al rilascio in pochi minuti della nuova targa abbinata al certificato di circolazione.

Il costo dell'operazione è pari a 37,06 euro per imposte e diritti motorizzazione e 12,48 euro per la targa, oltre al compenso per l'agenzia che è soggetto al libero mercato ed alle regole della concorrenza.

Nulla cambia per quanto riguarda il bollo. I ciclomotori devono pagarlo solo se circolanti ed il costo è rimasto immutato ed è pari a 20,63 euro.

Unasca/2: compravendita auto senza obbligo del notaio

Ed autentica gratuita per i veicoli usati presso le agenzie che espongono il logo Sportello telematico dell'automobilista

Niente più obbligo del notaio per la vendita di un veicolo usato e autentica gratuita presso i titolari degli Sta (Sportello telematico dell'automobilista). Con l'entrata in vigore del decreto legge "Cittadino consumatore", viene eliminato l'obbligo di intervento del notaio per i passaggi di proprietà di auto e moto. Basterà infatti - rileva Unasca - la firma di un dirigente comunale o dei titolari degli Sportelli telematici. Quest'ultimi comprendono i funzionari del Dipartimento trasporti terrestri e del Pubblico registro automobilistico oltre ai titolari delle agenzie automobilistiche abilitate Sportello telematico dell'automobilista, che sono tenuti a rilasciare l'autentica degli atti di compravendita gratuitamente e nella stessa data della richiesta. Non occorre, però, attendere alcun regolamento ma già da subito è possibile autenticare gratuitamente l'atto di vendita di un veicolo usato presso le agenzie abilitate oltre che al Comune, alla Motorizzazione e al Pra.

informa
Unione

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

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

DIRETTORE RESPONSABILE
Gianroberto Costa

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

REDAZIONE
Federico Sozzani
corso Venezia 47/49
20121 Milano

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

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

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

Unioneinforma
settembre 2006



Commercianti in ferro e acciai, metalli non ferrosi, ferramenta

Rinnovo ai vertici di Assofermet Roberto Lunardi presidente

Assofermet, costituita nel 1948, è l'Associazione nazionale che riunisce i commercianti di prodotti siderurgici, metalli non ferrosi, rottami e ferramenta; Associazione che rappresenta un settore importante per l'economia del Paese: circa un migliaio di imprese associate con più di 28.000 addetti.

A Milano, presso la sede Unione, è stato rinnovato il "board" dell'Associazione: nuovo presidente di Assofermet è Roberto Lunardi (Lunardi srl); vicepresidente è Giovanni Carli (Ciocca Lamiere spa). Nuove cariche anche per i quattro settori professionali in cui si articola Assofermet.

Acciai. Presidente è Andrea Gabrielli (Siderurgica Gabrielli spa), vicepresidente Enrico Vettorato (Alba Siderurgica Srl). Sono oltre 300 le imprese di questo settore che esprimono circa 13 milioni di tonnellate di acciaio movimentato - il 90% della distribuzione siderurgica italiana - e un parco clienti di 160.000 aziende utilizzatrici.

Metalli non ferrosi. Presidente è Carmelo Paolucci (Trentavizi spa), vicepresidente Carlo Schwendimann (Società Importazione Metalli srl). Nel campo dei semilavorati di metalli non ferrosi, le vendite delle aziende associate ammontano (2003) a 350.000 tonnellate di semilavorati di rame e sue leghe su un consumo apparente di 1.362.800 tonnellate; 150.000 tonnellate di semilavorati di alluminio su un consumo apparente di 948.000 tonnellate; per il settore dei rottami di metalli non ferrosi la rac-

colta dei commercianti è di circa 1,7 milioni di tonnellate contro un consumo nazionale stimato in circa 2 milioni di tonnellate.

Rottami ferrosi. Presidente Romano Pezzotti (Fersovere srl), vicepresidente Michele Balestrucci (Metalmlv srl): se il fabbisogno nazionale di rottame ferroso delle acciaierie è di circa 19,6 milioni di tonnellate, il commercio nazionale - rileva Assofermet - l'ha soddisfatto pienamente con la raccolta interna per 13,3 milioni di tonnellate e con l'import per 6,3 milioni.

Ferramenta. Presidente Giovanni Bonadonna (Ferritalia scarl), vicepresidente Michele Tacchini (Malfatti & Tacchini spa): secondo i risultati di uno studio condotto sul territorio



nazionale, dall'analisi di bilancio di 45 aziende campione della distribuzione all'ingrosso della ferramenta, risulta un volume d'affari globale pari a 1.220 miliardi delle vecchie lire. Il nuovo assetto Assofermet avrà un compito importante: il riesame della struttura organizzativa e statutaria. Con un maggiore coinvolgimento della base associativa, un migliore rapporto tra l'Associazione e gli imprenditori ed un arricchimento dei servizi e delle informazioni sull'evoluzione delle attività rappresentate.

Aziende e gestione dei rifiuti Con Anco il punto sulle norme ambientali

Un seminario di approfondimento sulle norme in materia ambientale è stato promosso a Milano da Anco (Associazione nazionale concessionari consorzi) con il patrocinio della Camera di commercio e la collaborazione della rivista "Rifiuti". Affollata la partecipazione di operatori al seminario (aperto dal vicepresidente di Anco Giorgio Papini) presso la sala Conferenze dell'Ente camerale milanese. Paola Ficco, direttore di "Rifiuti", ha incentrato il suo intervento sulle modalità di trasporto dei rifiuti, le responsabilità dei produttori e dei gestori e, soprattutto, ha chiarito i concetti di "nozione rifiuto"

Seminario promosso dai concessionari dei consorzi con la rivista "Rifiuti" e il patrocinio della Camera di commercio milanese

e "deposito temporaneo". Particolare attenzione - rileva Anco - è stata rivolta alle responsabilità amministrative e penali a carico di chi opera nelle diverse fasi della filiera.

Eugenio Onori, segretario nazionale dell'Albo gestori ambientali, ha fatto il punto su quanto contenuto nel decreto legislativo 152/06 riguardo alla nuova procedura di iscrizione. In particolare ha illustrato le novità che emergono in materia di procedura semplificata e trasporto in conto proprio dei rifiuti non pericolosi prodotti. Sulle principali norme del dlgs è intervenuto anche Paolo Pipere (responsabile Servizio ambiente della Camera di commercio).

Unioneinforma

settembre 2006



associazioni

Libro sulla professione, corsi di formazione e accordo con la Fondazione Italia-Cina

Con Assomoda in Unione il "d-day" dell'agente di moda

Agente di moda a 360 gradi: questo il filo conduttore della tavola rotonda promossa in Unione da Assomoda, l'Associazione che riunisce agenti rappresentanti consulenti e show room della moda. L'iniziativa ha avuto un triplice scopo: la presentazione del libro "Agente di moda una professione storica proiet-

tata nel futuro" (titolo anche del convegno), l'illustrazione dell'accordo tra Fondazione Italia-Cina e Assomoda e l'illustrazione dei corsi per giovani aspiranti agenti.



Assomoda e Fondazione Italia-Cina insieme sulla "via della seta"

E' stato siglato, nel corso del convegno in Unione, un accordo di collaborazione tra Assomoda e Fondazione Italia-Cina. L'intesa, oltre ad avere lo scopo di organizzare missioni commerciali per favorire scambi fra tutti gli operatori che hanno bisogno di acquisire contatti e partnership, ha anche l'obiettivo di identificare progetti che possono avere durata nel tempo.

La prima attività prevista con l'accordo è il convegno "Una nuova via della seta, collaborazione italo-cinese nel settore moda" in programma durante la manifestazione di Milano Moda Donna. A questa prima iniziativa seguirà un accordo con l'Università Bocconi per la formazione di professionisti del mercato cinese, la mappatura internet delle imprese operanti in Cina e la realizzazione di una rivista, scritta in cinese, sul made in Italy.

pagina a cura di A.L.

Agenti di moda: il libro

Alla stesura del volume, interamente dedicato alla figura professionale dell'agente di moda (e reperibile da settembre nelle librerie), hanno contribuito Massimo Costa, segretario generale di Assomoda, l'avvocato Riccardo Pagani e Ada Cattaneo, sociologa dell'Università San Raffaele.

Con il contributo delle interviste effettuate dalla sociologa Ada Pagani ai membri del consiglio direttivo di Assomoda, emerge dal libro il salto di qualità effettuato dall'agente di moda rispetto al passato: anello di congiunzione tra produzione, commercianti e clientela finale. "Sono stati necessari 20 anni - ha spiegato Guido Orsi - vicepresidente vicario di Ascomodamilano - per avere un sistema d'agenzie di moda che, evitando di essere bypassate nel rapporto industria-detta-glio, si siano proposte per le loro idee come 'trend-setter'".



Agenti di moda: formazione permanente

Assomoda, in collaborazione con Oltremoda Italia e Job Pass, società di consulenza commerciale e di servizi, promuove un sistema permanente di formazione e aggiornamento.

I corsi sono suddivisi in 3 livelli, a seconda del

grado di esperienza dei partecipanti.

Il primo è rivolto agli aspiranti agenti:

- addetto allo show room (durata di 500 ore, 260 in aula 240 di stage)
- aspirante agente (durata 600 ore, 340 in aula e 260 di stage)

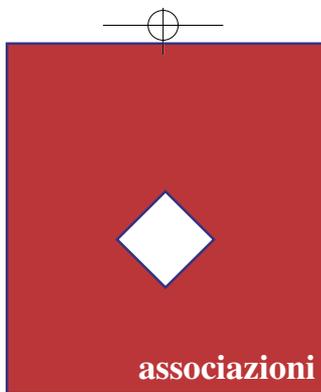
Il secondo è rivolto a chi ha già esperienza e vuole specializzarsi nel campo della moda. Prevede due percorsi formativi:

- consulente di moda e stile
- responsabile di show room

Il terzo livello è dedicato agli agenti di moda che intendono mantenere aggiornate le competenze professionali. Prevede l'analisi di 12 argomenti monografici, ognuno della durata di 16 ore.

In questo mese di settembre iniziano i corsi di primo livello per il quale sono riservate 2 borse di studio da assegnare ai partecipanti particolarmente meritevoli.

I corsi, a pagamento, si svolgono in via Boccaccio, sede di Job Pass (tel. 0243510822).



Privacy e ricerche di mercato Asseprim: norme più chiare

Dietro ai sondaggi e alle ricerche c'è un importante comparto del terziario che da tempo è attivo per un riconoscimento adeguato del suo ruolo. Oggi che la legge sulla privacy compie dieci anni, le società di servizi di questo genere proliferano e non sempre è chiaro il confine tra il loro diritto a operare e la tutela dei dati personali. "Gli istituti di ricerca vivono una fase di espansione, ma ancora oggi il settore reclama un riconoscimento univoco della propria identità e, coerentemente con esso, norme e regole più chiare sul tema della privacy e modalità operative che le mettano al riparo da eccezioni da parte dell'Autorità Garante - ha detto Umberto Bellini, presidente di Asseprim, l'Associazione dei servizi professionali alle imprese aderente all'Unione - aprendo il convegno "Privacy e ricerche di mercato" tenutosi a Milano e organizzato assieme ad Assirm.

L'incertezza nel settore è stata acuita dallo stesso legislatore che, nella legge sulla privacy (L.675) del 1996 e nel successivo D.L. 196 del 2003, ha accomunato sotto lo stesso tetto il marketing diretto e le ricerche di mercato. In pratica sono stati riuniti sotto la stessa denominazione "ricerche di mercato" gli studi realizzati secondo i principi della statistica e della ricerca scientifica applicata, con esclusiva finalità di studio e conoscenza dei fenomeni sociali senza riferimen-

Il presidente Umberto Bellini: "gli istituti di ricerca vivono una fase di espansione, ma ancora oggi il settore reclama un riconoscimento univoco della propria identità". Convegno organizzato con Assirm

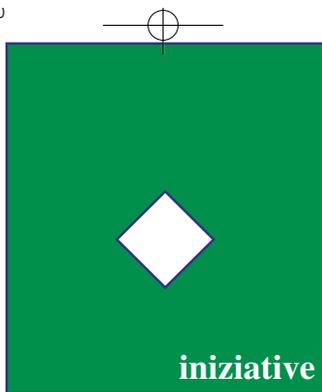
to a dati o comportamenti individuali, e quelle attività che, anche ove si avvalgano di tecniche di ricerca, sono finalizzate ad azioni di marketing diretto su persone identificate nominativamente. "Le caratteristiche che vi contraddistinguono e che andranno rimarcate - ha specificato l'avvocato Rosario Imperiali, esperto in materia, rivolgendosi ai responsabili degli istituti di ricerca - sono quelle di esservi dati da tempo un codice di autodisciplina che vieta l'attività di direct marketing e di non ritenere essenziale l'identificazione del soggetto intervistato. Nelle indagini sociodemografiche, infatti, i dati identificativi vengono raccolti solo per poter effettuare i controlli di qualità sulla rilevazione, al termine dei quali vengono distrutti, ed i risultati statistici sono prodotti su dati rigorosamente anonimi. A queste indagini conoscitive viene riconosciuta un'utilità sociale e pertanto si applica il Codice per la statistica e la ricerca scientifica". Parzialmente più complessa, ma comunque prevista dal predetto Codice, è la situazio-

ne relativa alle ricerche continuative o su panel, per le quali è necessario conservare i dati personali al fine di poter reintervistare gli stessi soggetti. In questo caso, infatti, è necessario il consenso informato degli interessati a tal fine. Diverse, invece, sono le procedure e le norme che si applicano al direct marketing e per questo gli esperti concordano nel ritenere che la confusione tra le due attività sia penalizzante per il mondo delle ricerche di mercato.

"Il primo obiettivo per questo settore - dice l'avvocato Imperiali - deve essere quello di sganciarsi dall'involontaria coabitazione con il direct marketing. Bisognerà fare cultura in questo senso e creare delle distinzioni. E' anche errato muoversi in modo monolitico perché ci sono statistiche e sondaggi che vanno disciplinati in maniera diversa dagli altri". Dal convegno sono emerse anche proposte di soluzione dei problemi più ricorrenti, ma anche la possibilità, proposta dal presidente di Asseprim Bellini, di agire con il sostegno dell'Associazione e di Confcommercio nei confronti del legislatore sostenendo le richieste di modifica della norma avanzate dalle società di ricerca.



Umberto Bellini, presidente di Asseprim



Convegno in Unione il 20 ottobre

Erboristeria e benessere psicofisico

Con la partecipazione di Francesco Novetti, presidente di Arle (Associazione regionale lombarda erboristi) e di Carlo Sessa, presidente Assoerbe, è in programma in Unione, nel pomeriggio di venerdì 20 ottobre, il convegno "Erboristeria: i prodotti della natura a salvaguardia del nostro benessere psicofisico", incontro promosso nell'ambito delle iniziative "Sapere, il sapore del sapere" (a cura di Erredieffe). Il convegno - spiegano gli organizzatori - nasce dalla collaborazione con Arle e vuol essere un utile strumento per imparare a conoscere pregi e proprietà curative delle erbe.

Durante questo incontro i relatori spiegheranno al pubblico come fare uso dei prodotti erboristici per migliorare il proprio benessere psicofisico e prevenire le malattie in modo naturale. Al convegno intervengono,

inoltre, il naturopata erborista Vittorio Soldani e Luciano Pechiai (patologo dell'Ospedale dei bambini "Vittore Buzzi" di Milano), esperto di alimentazione e medicina naturale e direttore del Centro di eubiotica umana di Milano.

In breve

Tappa di "Miss Commercio" a Garbagnate Milanese

E' Silvia Maggio, diciassettenne di Marcallo con Casone, ad aver vinto a Garbagnate Milanese la selezione del concorso di bellezza "Miss Commercio" organizzata dall'Associazione commercianti territoriale di Bollate (delegazione di Garbagnate) e Alvin Promoter. Il concorso (una ventina le partecipanti) è stata promosso per dare agli operatori commerciali un'opportunità di animazione ravvivando le iniziative estive di Garbagnate (S.M.)

"Parata delle vetrine" a Vaprio D'Adda

A Vaprio d'Adda il concorso "Parata delle vetrine", svoltosi in occasione della sagra cittadina, ha visto la partecipazione di 25 punti vendita distribuiti in quasi tutte le vie del paese. La classifica, stilata da una giuria di esperti e dalla votazione popolare (raccolto oltre un migliaio di schede), ha premiato come vincitrice la vetrina di "Anna e Renato Minimarket". Al secondo posto "Giro Giro Tondo" poi la "Farmacia Valaperta", "Fabio Case Immobiliare" e "Gaia Profumeria".



Premio Europeo

"DONNA TERZIARIO"

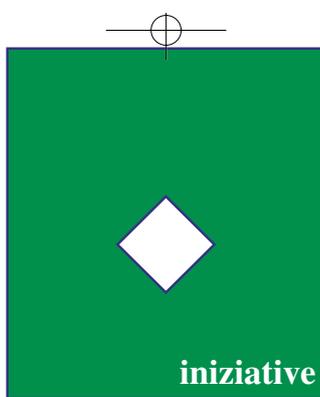
2° Edizione

Sabato 7 ottobre 2006 - ore 10
Palazzo Castiglioni - Sala Commercio

Corso Venezia 47/49 - 20121 Milano

Con il patrocinio di:
Commissione Europea/Rappresentanza a Milano, Camera di Commercio di Milano, Regione Lombardia, Provincia di Milano, Comune di Milano

Unioneinforma
settembre 2006



Fabiola De Clercq, fondatrice di Aba

In Unione il 18 ottobre (sala Orlando) grande iniziativa "multievento" per raccogliere fondi

Anoressia, bulimia, obesità: aiutare chi ha pochi mezzi per curarsi

Aba, l'Associazione per lo studio e la ricerca su anoressia, bulimia, obesità e disordini alimentari promuove presso l'Unione di Milano, mercoledì 18 ottobre, un evento strutturato con l'obiettivo di raccogliere fondi per costituire un fondo di solidarietà che consenta, alle persone con difficoltà economiche sofferenti delle patologie di disordine alimentare, di aver accesso alla cura. L'evento culminerà nello spettacolo teatrale "Quasi perfetta" con la compagnia *Quellidigrock*. Ma vi saranno anche letture ("readings"), un'esposizione d'arte, il mercatino solidale, proiezioni a tema, un'asta benefica, l'angolo dei libri, uno sportello informativo e un cocktail di benvenuto. "Palcoscenico" la sala Orlando di Palazzo Castiglioni (sede dell'Unione, corso Venezia 49). L'iniziativa di Aba ha già ottenuto il patrocinio del Gruppo Terziario Donna dell'Unione e di Assomoda. L'happening culturale con spettacolo teatrale si svolgerà dalle 17.30 fino alle 22. Nella prima parte ci si potrà documentare presso lo sportello informativo (attivo per l'intera durata della manifestazione) e sarà proiettato in anteprima un video di sensibilizzazione

Happening culturale e spettacolo teatrale promossi da Aba, l'associazione per lo studio e la ricerca sulle patologie di disordine alimentare. Il sostegno del Gruppo Terziario Donna e di Assomoda

curato dalla giovane regista Gaia Baggio. Dal pomeriggio anche l'angolo dei libri, il mercatino solidale e l'esposizione d'arte (pre-view asta). In serata le letture, il cocktail; una nuova proiezione del video, l'asta benefica e lo spettacolo. Nello sportello

di Aba) "Tutto il pane del mondo" e "Donne invisibili" e da "Lettere a Fabiola", raccolta di lettere di donne che hanno sofferto di disturbi alimentari e deciso di condividere la loro storia con la fondatrice di Aba.

L'esposizione d'arte riguarderà opere prodotte dagli artisti dell'Accademia di Brera (acquistabili attraverso una donazione liberale). Dieci artisti del corso di Terapeutica artistica produrranno opere sul tema donna-corpo-cibo. Lo spettacolo "Quasi perfetta", con l'attrice Giulia Bacchetta, mette in scena la



Aba è un'associazione senza scopo di lucro impegnata dal 1991 nel campo della prevenzione, dell'informazione e della ricerca su anoressia, bulimia, obesità e disturbi alimentari. Aba è stata fondata da Fabiola De Clercq per dar seguito al movimento nato dalla scrittura del suo libro autobiografico "Tutto il pane del mondo" (pubblicato per la prima volta nel '90). La lettura del libro per molti ha rappresentato anche lo stimolo ad intraprendere un percorso di cura. Oggi Aba è presente in 12 città, si avvale della consulenza di psicologi e psicoterapeuti specializzati nel trattamento dei disordini alimentari ed è riconosciuta da numerose università come sede per lo svolgimento del tirocinio post laurea in psicologia. L'associazione quest'anno ha collaborato con i ministeri della Pari opportunità e della Sanità per realizzare una campagna nazionale di sensibilizzazione sui disturbi alimentari.

Aba ha sede a Milano in via Solferino 14 - numero verde **800165616** - www.bulimianoressia.it

informativo i terapeuti Aba saranno a disposizione del pubblico per rispondere alle domande e fornire informazioni sulle patologie, sui possibili percorsi di cura e sui servizi offerti dall'Associazione. Nei "readings" voci note di attori e deejay radiofonici leggeranno dal vivo brani tratti dai libri autobiografici di Fabiola De Clercq (fondatrice

storia di Alice in cui un disagio adolescenziale, apparentemente "nella norma", si trasforma e amplifica fino a sfociare in una grave patologia. Il pubblico che accederà in Unione pagherà un biglietto d'ingresso per assistere ai "readings", allo spettacolo teatrale, partecipare al cocktail di benvenuto e all'asta benefica.

Unioneinforma
settembre 2006



Fino al 10 ottobre

 **Scorpio**

 **Leone**



ARIETE - (21/3 - 20/4)
Prima decade: Marte e Mercurio vi mettono i bastoni tra le ruote in questa fine estate. Nervosismo e contrasti non vi rendono di buonumore.
Seconda decade: Marte e Mercurio in opposizione per tutto settembre potrebbero causare discussioni e contrasti con le persone vicine. Evitate malintesi.
Terza decade: irritabilità e impulsività rendono settembre piuttosto nervoso, ma il trigono di Saturno vi dice che tutto è in via di assestamento. Il momento non è solo passeggero.



TORO - (21/4 - 20/5)
Prima decade: Venere vi sorride per tutto il periodo e le gravose responsabilità degli ultimi mesi sono diventate un ricordo. Finalmente comincerete a vivere un periodo sereno.
Seconda decade: Venere positivo promette un settembre più allegro e rilassato, ma i problemi non sono ancora risolti. Giove e Saturno continuano a infastidirvi e ancora non vi lasciano liberi.
Terza decade: siete poco inclini alla disciplina e alle responsabilità che in quest' autunno invece vi investiranno. Cercate di pazientare: per ora non ci sono vie di uscita.



GEMELLI - (21/5 - 21/6)
Prima decade: Mercurio e Marte in trigono a settembre vi danno carica ed energia per ricominciare la vita di sempre (anche se avreste voglia di cambiare tutto).
Seconda decade: Venere e Urano non vi rendono soddisfatti, ma in questo periodo siete più che reattivi e tutte le attività d' affari e commerciali appaiono propizie. Buona energia.
Terza decade: Mercurio favorisce gli spostamenti e gli studi, Venere vi rende annoiati e poco inclini al senso del dovere. Saturno vi aiuta, però, a completare il lavoro avviato.



CANCRO - (22/6 - 22/7)
Prima decade: Marte e Mercurio rendono il mese stressante e con molti malintesi. Cercate di non polemizzare: le discordie sono, infatti, passeggere.
Seconda decade: Mercurio e Marte vi rendono un po' irritabili in questo rientro dalle vacanze. Ma Urano e Giove promettono cambiamenti di vita positivi se saprete guardare avanti.
Terza decade: Venere vi sostiene a fine settembre promettendo giornate spensierate e intensi rapporti. Giove vi aiuta in questi mesi a recuperare terreno e ad essere molto diplomatici nell' affrontare ogni situazione.



LEONE - (23/7 - 22/8)
Prima decade: il periodo si preannuncia finalmente sereno dopo i burrascosi mesi passati. Cercate di rilassarvi e di recuperare le energie in attesa di un inverno veramente alla grande.
Seconda decade: Marte e Mercurio vi sostengono in questo mese, ma Saturno - insieme a Giove - assesta gli ultimi, non

certo leggeri, colpi di coda. Siate concilianti.
Terza decade: Marte e Mercurio favorevoli in questo mese vi danno un po' di tregua, ma la situazione è ancora ingarbugliata.



VERGINE - (23/8 - 22/9)
Prima decade: Venere sul Sole rende allegre e spensierate le vostre giornate di fine estate. Periodo sereno e propizio: accelerate l' avvio dei vostri progetti entro la prima metà di novembre.
Seconda decade: Venere vi aiuta insieme a Giove ad essere di buonumore e a sopportare le "bizzze" di Urano. Cercate di apporpare i cambiamenti necessari entro dicembre.
Terza decade: Venere sul vostro Sole a fine settembre porta giornate piacevoli. Plutone continua a disturbarvi: tutto dev' essere fatto alla luce del sole senza eccessive ambizioni.



BILANCIA - (23/9 - 22/10)
Prima decade: Marte sul Sole per tutto settembre vi rende poco inclini al compromesso. Ma regala molto energia e lucidità per affrontare ogni situazione.
Seconda decade: Marte vi innervosisce, ma avrete energia e grinta per sviluppare i vostri progetti sempre sostenuti da Saturno e da Nettuno.
Terza decade: Mercurio sul Sole a fine settembre vi rende "scattanti" e aiuta negli studi e nei rapporti. Non ci sono negatività nel vostro cielo, neanche a lungo termine.



SCORPIO - (23/10 - 21/11)
Prima decade: scomparsi i pianeti "pesanti" di que-

st' ultimo anno, finalmente potete tirare un respiro di sollievo e cercare di essere più positivi. Urano vi sostiene sempre nei cambiamenti.
Seconda decade: Venere favorevole in questo mese, con Giove sul Sole, vi sprona a concludere i progetti avviati quest' anno. Affrettatevi: nei prossimi mesi tutto sarà soggetto a verifica.
Terza decade: Venere è positiva e vi aiuta a sopportare Saturno che, ancora in posizione difficile, fa presupporre responsabilità davvero pesanti per quest' inverno.



SAGITTARIO - (22/11 - 20/12)
Prima decade: Mercurio e Marte sono propizi e aiutano nei rapporti interpersonali. Venere, invece, vi rende annoiati in questa fine estate.
Seconda decade: Marte e Mercurio vi danno una buona energia nonostante Venere e Urano vi obblighino sempre a vivere alla giornata senza molti punti fissi per il futuro.
Terza decade: Saturno vi sta sostenendo in questo periodo rendendo stabili e razionali i vostri progetti futuri. Evitate tensioni inutili. Il 2007 sarà un buon anno.



CAPRICORNO - (21/12 - 19/1)
Prima decade: Venere bellissima porta giornate allegre anche se molto stressanti. Tutto di corsa e con qualche malinteso a metà settembre. Ma sono ombre passeggere.
Seconda decade: Venere dalla Vergine vi manda benefici influssi in un periodo caratterizzato da nervosismo e irritazione. Favoriti i cambiamenti.
Terza decade: a fine settembre Venere vi regala giornate di allegria e buonumore. Non ci sono negatività: potete godervi un periodo sereno.



ACQUARIO - (20/1 - 19/2)
Prima decade: Marte e Mercurio finalmente in trigono regalano energia e una mente reattiva. Rapporti facilitati: si risolvono molti nodi di questi ultimi mesi così difficili.
Seconda decade: Giove e Saturno ancora indicano che la situazione non si è risolta, ma in questo mese Marte e Mercurio vi regalano grinta e buonumore per affrontare tutto.
Terza decade: Saturno sta cominciando a infastidarvi, risparmiate le energie e cercate di mantenere i rapporti cordiali in attesa di un inverno difficile da gestire.



PESCI - (20/2 - 20/3)
Prima decade: Venere opposta non dovrebbe turbare il vostro umore in questo periodo, al massimo vi sarà qualche giornata annoiata. Dovete concretizzare i vostri progetti.
Seconda decade: Giove continua a sostenervi e, insieme ad Urano, apporta novità positive. Godetevi questa fine estate.
Terza decade: Venere in opposizione a fine mese non turberà il vostro umore. Giove vi invia consistenti aiuti dall' amico segno dello Scorpione.

Il cielo del mese

Il 15 di settembre il **Sole** sorge alle 6.44 e tramonta alle 19.18, è nella costellazione della Vergine, entra nella Bilancia il 23 settembre alle 5.01.

La **Luna** è piena il 6 di ottobre alle 22.12 a 13° dell' Ariete. E' favorevole per Leone e Sagittario. Chi ha la Luna nei Pesci o nel XII settore dell' Oroscopo, è molto sensibile e sognatore: spiccano emotività e tenerezza, idealismo, romanticismo e senso artistico.



Nettuno è il pianeta delle illusioni e delle speranze. Molto dipende dalla sua posizione nell' Oroscopo natale: se ben messo denota spiritualità accentuata e coraggio nell' affrontare le situazioni, idee chiare e sogni realizzati. Se messo male denota, invece, tendenza allo scoraggiamento e alla depressione, umore instabile, speranze deluse, illusioni, ipersensibilità e paure.

(A cura di E.T.)