

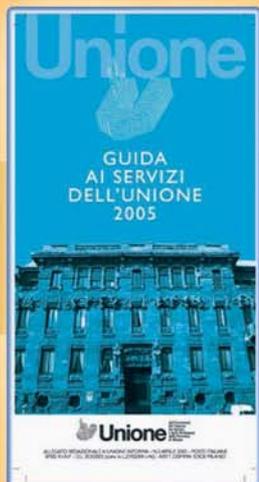
# informa Unione

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

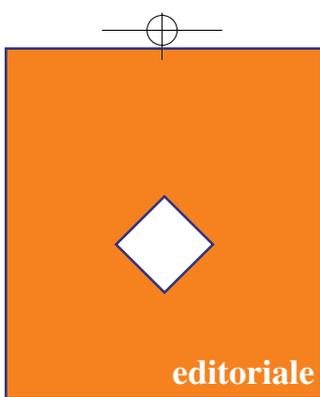


## Giovanni Paolo II

*Sangalli: l'insegnamento che ci ha lasciato*



**GUIDA AI SERVIZI UNIONE**  
Con questo numero del giornale



**ATTUALITA'** **4**  
 FIERA MILANO:  
 L'IDENTIKIT  
 DEL NUOVO POLO  
 DI RHO PERO

**PARLIAMO DI ...** **20**  
 GLI ESERCIZI  
 STORICI MILANESI  
 PREMIATI DALLA  
 REGIONE LOMBARDIA

**Unioneinforma** è stato ultimato  
 il 5 aprile.

**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**



Con questo  
 numero  
 del giornale



## Giovanni Paolo II l'insegnamento che ci ha lasciato

*Ora siamo più poveri ed aridi. Giovanni Paolo II è stato per tutti ricchezza di valori e fonte di vita. La sua straordinaria testimonianza personale ha segnato il cammino di una globalizzazione sostenibile, di un progresso che è tale solo assieme alla strenua difesa della dignità umana.*

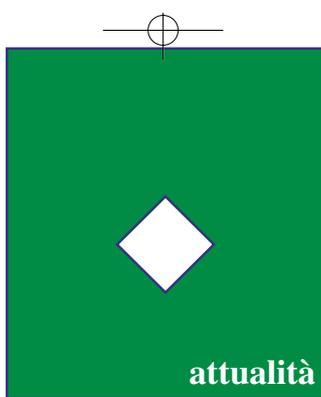


*Il Papa ha rappresentato per le imprese italiane e milanesi, per oltre il 90% piccole e familiari, un faro; il punto di riferimento saldo e infaticabile per la promozione complessiva della persona anche nel mare inquieto dell'economia globalizzata. La centralità dell'uomo, l'apertura al nuovo, la responsabilità nei confronti della comunità, il valore sociale dell'impresa e del lavoro sono tra gli insegnamenti che ci ha lasciato, e che vivono e vivranno nell'impegno quotidiano dei tanti protagonisti dello sviluppo diffuso.*

**CARLO SANGALLI**  
 Presidente dell'Unione di Milano

**Unioneinforma**  
 aprile 2005





## Finanziamenti al commercio approvati dalla Regione Lombardia

**L**a Regione Lombardia (Direzione generale Commercio, fiere e mercati) ha approvato la terza fascia dei programmi locali d'intervento - PLI, più i cosiddetti interventi extra PLI - di attuazione del PIC (Piano integrato per il commercio). I PLI della terza fascia sono destinati ai progetti nei comuni con più di 30.000 abitanti. Le iniziative inserite nell'ambito dei PLI sono multiple perché hanno una componente progettuale sia pubblica che privata; gli interventi al di fuori dei PLI sono singoli, presentati prevalentemente dalle imprese. In generale gli interventi ammessi ai contributi riguardano soprattutto progetti di riqualificazione e rivitalizzazione urbana finalizzati in via esclusiva allo sviluppo del commercio (ci sono anche iniziative di marketing territoriale e per la sicurezza degli esercizi commerciali); Complessivamente i finanziamenti di questa terza fascia ammontano a 15,5 milioni di euro, 4,7 a Milano e provincia dei quali 2,6



**E' la terza fascia dei programmi locali d'intervento (PLI, più gli interventi extra PLI) di attuazione del Piano integrato del commercio (PIC). A Milano e provincia 4,7 milioni di euro (oltre la metà attraverso il supporto del Cat Unione Milano)**

sono stati ottenuti con il supporto del Cat Unione Milano. I contributi erogati coprono il 50% degli investimenti da realizzare. A partire dalla pubblicazione del provvedimento sul Burl (il Bollettino ufficiale regionale), ci saranno due anni di tempo per completare i progetti. Il finanziamento verrà erogato ai soggetti beneficiari a chiusura del progetto oppure ad avanzamento lavori con fidejussione bancaria o assicurativa a garanzia della Regione.

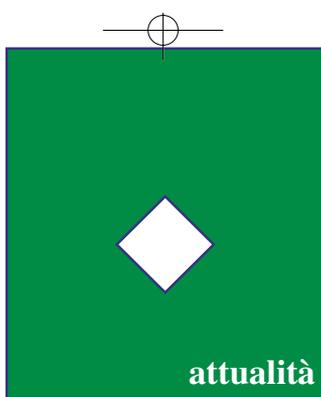
### PIC e PLI

*Il PIC, Piano integrato di intervento per il commercio, è stato approvato dalla Giunta regionale lombarda il 14 novembre 2003.*

*Obiettivi del PIC : riqualificare e rivitalizzare la rete dei servizi commerciali, anche attraverso il miglioramento delle infrastrutture pubbliche di servizio*

*all'attività commerciale; valorizzare l'associazionismo tra imprese; l'integrazione delle risorse economiche e progettuali pubbliche e private in sede locale; la crescita della consapevolezza della funzione di servizio che svolge il commercio nei centri urbani.*

*Il PIC è attuato attraverso Programmi locali di intervento (PLI) individuati in aree e zone caratterizzate dalla presenza di attività commerciali che necessitano di interventi migliorativi, oppure dalla carenza del servizio commerciale che, attraverso gli interventi proposti, si intende attenuare.*



## Fiera Milano ecco il Nuovo Polo

Un perimetro di 5 chilometri, una superficie lorda di pavimento di 530.000 metri quadrati: il Nuovo Polo di Fiera Milano a Rho Pero si articola in 8 grandi padiglioni monoplanari e biplanari che, insieme, costituiscono una superficie espositiva lorda di circa 345.000 metri quadrati coperti alla quale si sommano 60.000 metri quadrati all'aperto. Ogni edificio è suddiviso in 2 aree espositive (4 nelle strutture a due piani), per un totale di 20 saloni. I singoli saloni potranno essere utilizzati autonomamente poiché ognuno dispone delle strutture necessarie: reception, punti di ristorazione, sale riunione, uffici

con relativi sistemi tecnologici di supporto.

*La "vela"*. Proprio questa spina dorsale di 1300 metri di lunghezza e 32 metri di larghezza (41 metri alle estremità) formata da oltre 100 mila pezzi tutti diversi fra loro e non intercambiabili, rappresenta l'elemento simbolo del progetto: una "colonna verte-

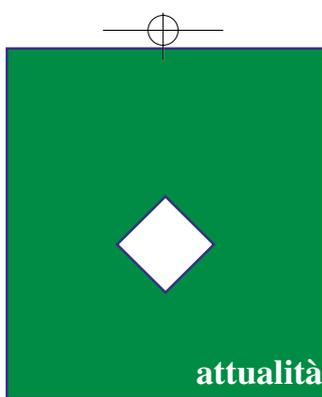
brale" che, dotata di strutture di servizio, ristoranti e show room, copre circa 47.000 metri quadrati. I due livelli del viale - che collega le due porte principali del Nuovo Polo Fiera Milano, poste alle estremità est e ovest - sono stati ideati per separare i flussi dei visitatori registrati e non registrati.



### *Centro congressi.*

E' suddiviso in dieci sale per un totale di 2.600 posti. Inoltre, ogni padiglione monoplanare è dotato di 5 piccole sale (da 20 a 50 posti) e quelli biplanari di 13 sale. Altre 8 aree meeting sono state previ-

**Unioneinforma**  
aprile 2005



ste lungo il viale centrale. Centro servizi, negozi, ristorazione e alberghi. Accanto al centro congressi, nel punto centrale della vela, si trova il centro servizi multifunzionale (sala stampa, guardaroba, ufficio postale, banca, ufficio vigilanza, segreteria linguistica, centro fotocopie/fax, agenzia viaggi, farmacia, negozi). La nuova Fiera offre 14 ristoranti di diverse tipologie ( self servi-

ce , free flow , servizio al tavolo), 7 aree banqueting , 10 grandi snack bar e 50 bar. Con il Nuovo Polo sono previsti alberghi, punti di ristoro e una galleria commerciale con oltre 200 punti vendita. Tecnologia. Nel Nuovo Polo ci sono 15 mila punti presa doppi, un anello in fibra ottica

dedicato alla "viabilità di avvicinamento", interessa gli utenti e il traffico generico. Il secondo è riservato agli autoveicoli espressamente destinati al quartiere (espositori, visitatori, taxi, pullman privati) e si appoggia ai parcheggi interni alla fiera. Il terzo è esclusivamente dedicato ai

**Il simbolo è la grande vela creata dall'architetto Massimiliano Fuksas. Il Nuovo Polo di Fiera Milano a Rho Pero è stato inaugurato (ma la vera partenza con rassegne più impegnative dal punto di vista dell'afflusso e le infrastrutture, come la metropolitana, a pieno regime, avverrà dopo l'estate) e in queste pagine lo illustriamo con fotografie e dati (fonte: Fondazione Fiera Milano e Sviluppo Sistema Fiera).**



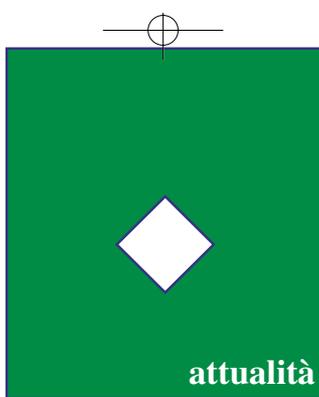
### I numeri del Nuovo Polo

- ✓ Investimento: 750.000.000 di euro (incluso l'acquisto dei terreni)
- ✓ Superficie fondiaria: 2.000.000 di metri quadrati
- ✓ Lunghezza asse centrale: 1.300 metri
- ✓ Superficie vetrata della vela: 38.000 metri quadrati
- ✓ Superficie lorda di pavimento: 530.000 metri quadrati
- ✓ Area espositiva lorda: 345.000 metri quadrati
- ✓ Area espositiva esterna 60.000 metri quadrati
- ✓ Perimetro del Nuovo Polo: circa 5 chilometri
- ✓ Tonnellate di acciaio utilizzate: 120.000
- ✓ Chilometri di cavi utilizzati: 2.500
- ✓ Ore di lavoro finora impiegate: 10.000.000
- ✓ Parcheggi (a regime): 20.000 posti auto
- ✓ Area a verde pubblico: 180.000 metri quadrati
- ✓ Metri cubi di terreno bonificato: un palazzo di 100 piani
- ✓ Alberi piantati nel Nuovo Polo: 2.500
- ✓ Imprese che hanno lavorato in cantiere: oltre 300
- ✓ Fornitori/appaltatori italiani: 80-85%
- ✓ Fornitori/appaltatori esteri: 15-20%
- ✓ Padiglioni: 8 (6 monoplanari, 2 biplanari)
- ✓ Elettricità erogata dal termovalorizzatore: utile a illuminare una città di 90.000 abitanti

esterno di 4000 metri e uno interno di oltre 3000 metri, una ventina di anelli per padiglione, 500 switch a 24 porte Ethernet a 10\100 Megabit al secondo. 2 shelter con 4 antenne Umts\Gprs e una copertura radiomobile all'interno dei padiglioni oltre a decine di access point wi-fi per garantire la connettività senza fili per i dati a banda larga. Accessibilità dei mezzi. La circolazione dei mezzi all'interno del complesso è distribuita in tre anelli. Il primo,

mezzi pesanti e alle vetture degli espositori e consente di spostarsi rapidamente da un punto all'altro del quartiere per il carico e scarico delle merci. Tutti i saloni sono direttamente accessibili dai mezzi di trasporto (compresi quelli al piano superiore dei padiglioni biplanari, dotati di rampe). Navette collegheranno i padiglioni tra loro e con i parcheggi. Percorsi e collegamenti. Ventotto tapis roulant lungo il boulevard coperto dalla grande vela di vetro e acciaio consentono di agevolare gli spostamenti lungo l'asse centrale del complesso, secondo due livelli di camminamento. Ci sono tredici reception - una in corrispondenza di ogni padiglione (per un totale di dieci, poiché quelli biplanari disporranno di una reception per piano), più altre 3 in corrispondenza degli ingressi principali. Oltre alla

**segue a pag. 6**



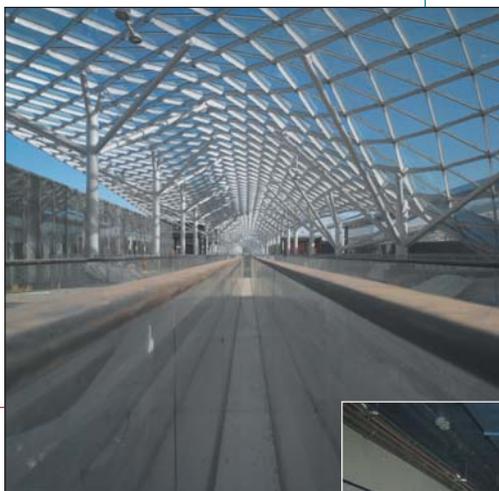
## Fiera, Nuovo Polo ... segue da pag. 5

"vela" e ai due camminamenti, i padiglioni sono collegati tra loro da un tunnel in quota, che consente di spostarsi rapidamente da un edificio all'altro: al coperto e in un ambiente climatizzato. Lungo l'asse centrale, inoltre, sono dislocate 4 strutture in vetro e acciaio, destinate agli uffici delle segreterie di mostra, che dispongono complessivamente di 4.000 metri quadrati.

**Parcheggi.** I posti auto previsti sono 20.000 (disponibile, per ora, solo una parte), di cui 3.000 in due strutture multipiano. In prossimità dei padiglioni, altri 5.000 posti auto saranno a disposizione degli espositori.

### Infrastrutture di collegamento.

Prolungata la Metropolitana Uno: ci saranno otto stazioni per gli otto chilometri che separano in linea d'aria il Nuovo Polo dal quartiere storico di Fiera Milano. La rete viaria di strade e autostrade è stata potenziata sia in termini di capacità che di accessi (con gli svincoli sull'autostrada dei Laghi e sulla Milano-Torino). I



## E a Milano città?

*Alla cordata CityLife (con gli architetti Daniel Libeskind, Arata Isozaki, Zaha Hadid e Pierpaolo Maggiora), vincitrice della gara internazionale, il compito di trasformare i due terzi dei 440.000 metri quadrati che dal 1923 rappresentano la superficie di Fiera Milano (ceduti per ottenere, in parte, i finanziamenti necessari per la costruzione del complesso di Rho Pero). "Fiera Milano City", la parte che resterà per manifestazioni specializzate, con una superficie espositiva lorda pari a 125.000 metri quadrati, sarà completata dal nuovo centro congressi, il Fiera Milano Congress Center.*

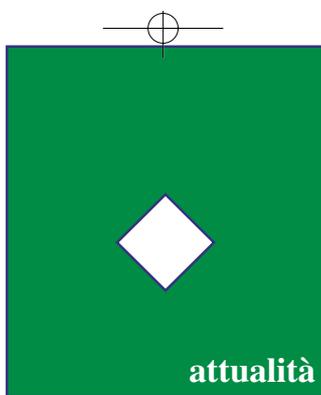
collegamenti ferroviari saranno completati con la realizzazione di una nuova stazione 'Fiera' sulla linea del Passante ferroviario di Milano e su quella ad alta capacità tra Torino e Milano.

## Un Polo dall'anima "verde"

*Un'area di 1.500.000 metri quadri recuperata dopo la bonifica delle ex raffinerie Agip: 15.200.000 tonnellate di terreno bonificato con metodi tradizionali, mentre 300.000 tonnellate con gradi di contaminazione particolarmente elevati sono state trattate termicamente a circa 300 gradi con un desorbitore termico senza però mai uscire dall'area. I tempi stimati necessari per la bonifica con l'impiego di metodologie tradizionali erano di 7 anni. Ma sono stati ottimizzati al massimo per riuscire a concludere l'operazione in soli 30 mesi. Sono 1.500.000 i metri quadrati bonificati, 180.000 destinati al verde. Solo all'interno del recinto fieristico saranno piantati 1.000 alberi. E un parco di circa 9 ettari è previsto nella zona nord-ovest del complesso.*

*Particolare l'impegno nella scelta di soluzioni tecniche in linea con la sostenibilità ambientale. Come, ad esempio, la decisione di utilizzare l'acqua di falda superficiale - interessata dalle infiltrazioni della raffineria - per usi dove non vi sia contatto con le persone e per il raffreddamento delle pompe di calore, che hanno un impatto ambientale nullo. Con un doppio risultato: da una parte razionalizzare e risparmiare sull'impiego di acqua potabile limitando il consumo energetico, dall'altra tenere sotto controllo il livello della falda superficiale. I rifiuti di Milano danno il riscaldamento con l'impianto di termovalorizzazione dei rifiuti solidi urbani di Figino. Le vernici utilizzate per il Nuovo Polo combatteranno l'inquinamento atmosferico: si tratta di vernici speciali "fotocatalitiche" a base di titanio che ossidano o decompongono gli inquinanti presenti in atmosfera o prodotti dalla combustione e li trasformano in sali minerali innocui che sono poi portati via dalla pioggia. I lavori di verniciatura, che hanno interessato oltre 100.000 metri quadrati di superfici trattate, sarebbero in grado di neutralizzare l'inquinamento prodotto da 30.000 autovetture (il traffico medio tipico di un evento espositivo).*





*Le elaborazioni della Camera di commercio di Milano*

## Imprese e occupati: l'impatto del Nuovo Polo fieristico per l'Alto Milanese

**U**na crescita in cinque anni superiore al resto della provincia. Avanzano le costruzioni (+523 imprese) e le attività immobiliari (+245 imprese, cresciute a ritmi doppi rispetto alla media provinciale). Ma l'aumento percentuale più consistente lo registrano l'istruzione (+78,6%) e la sanità (+48,3%).

Sono 16 mila le imprese che hanno sede nel comparto di Rho Pero (Arese, Bollate, Cornaredo, Garbagnate Milanese, Lainate, Pero, Pogliano Milanese, Pregnana Milanese, Rho, Settimo Milanese, Vanzago), in quest'area la crescita è stata dell'11% in cinque anni contro il +9% del resto della provincia. Nell'ultimo anno la tendenza non cambia: dal quarto trimestre 2003 al quarto trimestre 2004 la crescita è stata dell'1,7%. Sempre prime sono costruzioni e attività immobiliari con rispettivamente +88 imprese (+3,2%) e +74 imprese (+8,7%). Il fatturato di tutta l'area è di oltre 9 miliardi di euro, pari al 4% del totale provinciale e un euro dell'area su cinque è fatturato a Rho. Ma anche Bollate si difende: è infatti responsabile del 18% del fatturato della zona. Quarantacinque anni è l'età media dei titolari di ditte individuali, contro i 46 del resto

della provincia; 3.139 sono le imprese femminili, il 5% di tutte quelle della provincia. Rho è il comune più rosa della zona con 740 imprese di donne (24%). 63.000 sono gli occupati nella zona. E secondo le ultime previsioni (rilevate nel 2004) dei dati "Excelsior sulla domanda per il lavoro", saranno 2.627 i nuovi assunti: per il 57% troveranno occupazione nei servizi e di questi

Milano sui dati del Registro delle imprese, condotta sull'evoluzione dal quarto trimestre 1999 al quarto trimestre 2004 e dal quarto trimestre 2003 al quarto trimestre 2004 nel comparto Rho Pero, e dalla ricerca "La domanda di lavoro nel comprensorio Rho Pero" a cura del Servizio studi della Camera di commercio di Milano su dati del Sistema Informativo Excelsior, 2004



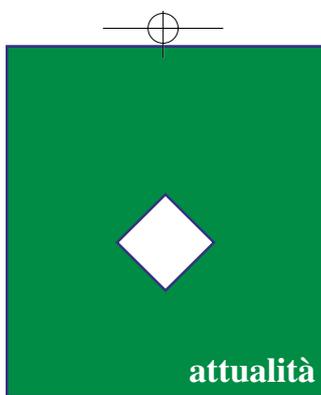
quasi uno su tre sarà extracomunitario.

Come titolo di studio più richiesto vince il diploma di scuola secondaria con quasi il 36% dei nuovi posti creati, segue la scuola dell'obbligo con 32,6%. Fanalino di coda i laureati 14% che risultano richiesti maggiormente dall'industria rispetto ai servizi. E il comprensorio è già legato al resto del mondo ed in particolare all'Europa. Sono infatti 563 le ditte che esportano, soprattutto in Europa (500) e con il Mediterraneo (198). Questo quadro emerge da un'elaborazione della Camera di Commercio di

Unioncamere - Ministero del Lavoro.

"Il nuovo polo fieristico rappresenta un esempio di come il locale diventi globale - ha dichiarato Carlo Sangalli, presidente della Camera di commercio di Milano e dell'Unione - Il comprensorio dell'Alto Milanese si connette sempre di più a tutto il mondo grazie alla Fiera, a Malpensa e, in un futuro sempre più prossimo, all'alta velocità e quindi al Corridoio 5. Una globalizzazione del territorio che, grazie ad un tessuto imprenditoriale sempre più strutturato diventa una forte spinta per lo sviluppo locale".

**Unioneinforma**  
aprile 2005



## *Il convegno del Comitato provinciale Unione del commercio alimentare all'ingrosso e con l'estero*

# Etichette dei prodotti alimentari Per le imprese informazioni ad hoc

**S**erata tutta dedicata a risolvere i molti dubbi delle imprese dell'ingrosso agroalimentare in materia di etichettatura quella promossa dal Comitato provinciale Unione del commercio alimentare all'ingrosso e con l'estero svoltasi a Palazzo



**Simonpaolo Buongiardino,**  
presidente del Comitato provinciale Unione del commercio alimentare all'ingrosso e con l'estero

Castiglioni con la presenza dei rappresentanti dei diversi comparti: dall'ortofrutta ai caseari, dall'ittico al vino, dal caffè alla carne.

L'iniziativa è stata promossa da

Maria Antonia Rossini, già imprenditrice nel settore caseario, presidente di Terziario Donna e consigliere di presidenza Unione delegata alla Cultura. Il convegno sulle nuove norme di etichettatura dei prodotti alimentari (anche in materia di allergeni) - al quale è fra gli altri intervenuto l'assessore al Commercio del Comune di Milano Roberto Predolin - è stato centrato sulla relazione di Giuseppe De Giovanni, dirigente del Ministero per le Attività Produttive, che ha poi risposto alle numerose richie-

ste di chiarimento degli operatori e presentato il suo ultimo libro-manuale: "Le etichette dei prodotti alimentari". Simonpaolo Buongiardino (foto), presidente del Comitato provinciale Unione del commercio alimentare all'ingrosso e con l'estero (e amministratore Unione), ha ricordato come nei tre anni di vita del Comitato, voluto per uniformare problemi e prospettive di tutti i comparti dell'ingrosso agroalimentare lombardo, sia stato possibile affrontare e, in diversi casi, risolvere o avviare a soluzione tematiche di interesse specifico delle imprese.

Buongiardino ha annunciato la pubblicazione su "La Gazzetta dell'agroalimentare e dei mercati", a puntate a partire dal numero di aprile,

delle principali norme che disciplinano l'etichettatura, nonché la costituzione di un ufficio di consultazione per le imprese associate che godrà di un canale privilegiato con il Ministero Attività Produttive. Giuseppe De Giovanni ha svolto la relazione sulle più recenti normative in materia di etichettatura spiegando che tutti i prodotti alimentari devono essere etichettati (o, comunque identificabili) e che le aggiunte facoltative possono rivelarsi controproducenti in caso di successivo provvedimento legislativo obbligatorio. Il libro-manuale da lui redatto, sulla base di un'esperienza trentennale al Ministero, vuole essere un aiuto concreto e pratico per le imprese in materia di etichettatura.

## Gruppo Terziario Donna il 23 maggio l'assemblea elettiva

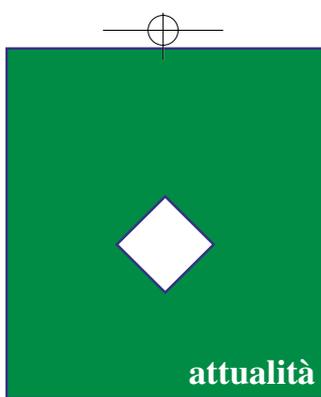
*Il Gruppo Terziario Donna dell'Unione di Milano rinnoverà le cariche sociali il 23 maggio presso la sala Turismo di Palazzo Castiglioni (corso Venezia 49). I lavori assembleari, che avranno inizio alle 10, prevedono, dopo l'intervento del presidente Maria Antonia Rossini (foto) sull'attività del Gruppo nell'ultimo quadriennio, la presentazione dei candidati e la successiva votazione. Possono accedere alle cariche sociali del Gruppo le imprenditrici associate alle organizzazioni di categoria e del territorio della provincia aderenti all'Unione. Per presentare la candidatura è possibile richiedere l'apposito modulo presso la segreteria del Gruppo Terziario Donna (Direzione servizi organizzativi - Raffaella Ferrari 027750292).*

*Claudia Salomone Dongarrà (esperta Unione in ambito formativo) illustrerà, al termine dell'assemblea, le opportunità di finanziamento alle imprese in materia di formazione per gli imprenditori e gli addetti.*



**Maria Antonia Rossini**

**Unioneinforma**  
aprile 2005



## Milano, aperture domenicali e festive Il calendario 2005

**F**issate dal Comune di Milano le deroghe, per il 2005, all'obbligo di chiusura domenicale e festiva degli esercizi commerciali (nelle zone da 2 a 9: in zona 1 gli esercizi commerciali hanno facoltà di restare aperti senza limitazioni). Ecco le prossime giornate domenicali e festive in deroga: **17 aprile** (in concomitanza con il Salone Internazionale del Mobile); **30 ottobre**; **20 novembre** (solo per gli esercenti che non abbiano

effettuato aperture domenicali in occasione delle feste

alternativa alla apertura del 20 novembre);



**27 novembre** (ultima domenica predecembrina). I periodi di maggiore afflusso sono stati individuati come segue: dal **22 maggio** compreso al **3 luglio** (prima domenica dei saldi estivi) compreso; dal **24 luglio** compreso al **7 agosto** compreso; dal **23 agosto** compreso al **23 ottobre** compreso

di via. Una domenica – non predeterminabile – è fruibile dagli operatori per l'effettuazione delle feste di via in

(quando ricorrono le edizioni autunnali di Macef, Mircam/Mipel e Milanovenemoda).



**CLUB della  
SICUREZZA**  
Ambiente & Qualità



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

Potete contattarci senza alcun impegno a questi recapiti:

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

Divisione  
**IGIENE DEGLI ALIMENTI  
(H.A.C.C.P. D.Lgs 155/97)**  
Tel: 0276006396  
E-mail: [club.haccp@unione.milano.it](mailto:club.haccp@unione.milano.it)

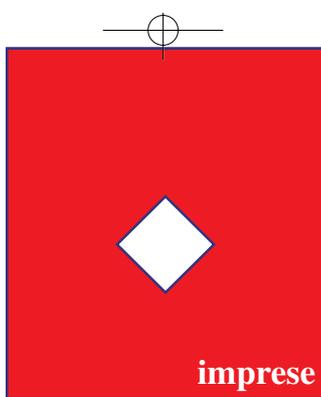
Divisione  
**PRIVACY  
(Trattamento dati D.Lgs. 196/03)**  
Tel: 02/76028042-15  
E-mail: [club.privacy@unione.milano.it](mailto:club.privacy@unione.milano.it)

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

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

I nostri uffici sono in  
**VIA SERBELLONI 7 a MILANO**  
Fax. 0276017677

**Unioneinforma**  
aprile 2005



## Fisco, consulenza e assistenza sui tributi locali

**I** Club della Sicurezza Ambiente & Qualità di Promo.Ter Unione ha istituito un nuovo servizio di consulenza e assistenza sui tributi locali: tassa rifiuti, Ici, Cosap (canone occupazione suolo aree pubbliche). Il servizio viene realizzato alla luce delle numerose anomalie verificatesi in questi ultimi mesi in seguito ad accertamenti, da parte dei comuni, riguardanti in particolare errori di valutazione delle superfici tassabili, errori di metri quadri iscritti nella cartella esattoriale, errori di categoria attribuita. In alcuni casi si è aggiunta anche la contestazione di sanzioni pari al 200% del tributo evaso. Il servizio del Club della Sicurezza Ambiente & Qualità consente alle associazioni (previa la prenotazione scritta del socio) di poter fornire un ulteriore supporto - mediante consulenti con esperienza nelle pubbliche amministrazioni - per interventi di verifica sui tributi della finanza locale.

### Come funziona

#### Il servizio

Gli operatori devono rivolgersi alla propria associazione e compilare una scheda di prenotazione del servizio: verrà successivamente fissato un incontro con il consulente del Club. Il primo livello del servizio, l'analisi della posizione contributiva (valutazione, in conformità ad elementi e indicazioni fornite dal committente, dello stato di fatto della posizione contributiva con l'individuazione di eventuali anomalie e l'in-

### Nuovo servizio del Club della Sicurezza Ambiente & Qualità di Promo.Ter Unione

dicazione delle azioni da intraprendere per sanare la situa-



zione) è gratuito. Nel box pubblicato qui a fianco riportiamo la scheda con il riepilogo dei prezzi fissi: come si vede dalla scheda, è gratuita anche tutta quella parte del servizio che attiene alla compilazione delle denunce di inizio/fine/variazione, all'assistenza presso gli uffici tributi del comune e alla redazione e consegna di documenti (tutte attività svolte naturalmente a supporto dei servizi forniti a tariffa). Il

corrispettivo economico del servizio viene determinato dalla somma dei prezzi fissi più un compenso percentuale del 10% sull'importo risparmiato dal committente, calcolato soltanto se è stato ottenuto un esito favorevole dell'intervento presso l'amministrazione comunale.

#### A chi rivolgersi

Gli operatori interessati al servizio devono contattare la propria associazione o il Club della Sicurezza Ambiente & Qualità di Promo.Ter Unione (tel. 0276028042 e mail: [club.sicurezza@unione.milano.it](mailto:club.sicurezza@unione.milano.it)).

#### 1. AREA TASSA RIFIUTI

Attività	Prezzi
1.1 Analisi della posizione contributiva	Gratuito
1.2 Rilevazione superfici	50,00 € ora + IVA
1.3 Stesura piano economico/contributivo	50,00 € + IVA
1.4 Istanze di autotutela	150,00 € + IVA
1.5 Istanze sgravio/rimborso	100,00 € + IVA
1.6 Denunce e sportello	Gratuito

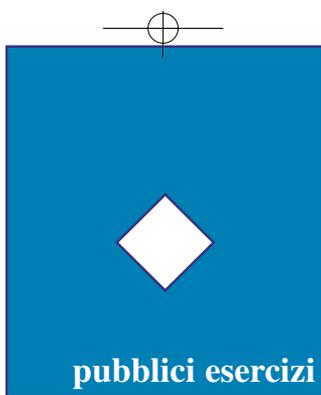
#### 2. AREA I.C.I. - Imposta Comunale sugli Immobili -

Attività	Prezzi
2.1 Analisi della posizione contributiva	Gratuito
2.2 Valutazione tecnica	100,00 € + IVA
2.3 Istanze di autotutela	150,00 € + IVA
2.4 Istanze sgravio/rimborso	100,00 € + IVA
2.5 Denunce e sportello	Gratuito

#### 3. AREA C.O.S.A.P. - Canone Occupazione Suolo e Aree Pubbliche

Attività	Prezzi
3.1 Analisi della posizione contributiva	Gratuito
3.2 Rilevazione superfici	50,00 € ora + IVA
3.3 Istanze di autotutela	150,00 € + IVA
3.4 Istanze sgravio/rimborso	100,00 € + IVA
3.5 Denunce e sportello	Gratuito

**Unioneinforma**  
aprile 2005



Con una cena al Four Seasons raccolta fondi per la ricerca oncologica

## Per "Milano in vita" insieme i quattro chef "stellati" Michelin

**E**clusiva serata al Four Seasons con l'obiettivo di raccogliere fondi per l'Areco (Associazione per la ricerca europea in chirurgia oncologica). L'evento, denominato "Milano in vita", è stato patrocinato dall'assessorato Eventi moda turismo del Comune di Milano - in collaborazione con Epam, l'Associazione milanese dei pubblici esercizi - ed ha visto protagonisti insieme i quattro chef di Milano "stellati" Michelin: Aimo Moroni ("Aimo

e Nadia"), Carlo Cracco ("Cracco Peck"), Pietro Leeman ("Joia"), Claudio Sadler ("Sadler"), unitamente

risotto con le primizie dell'orto; faraona arrosto, farcita di bottaggio alla milanese, salsa di tartufo nero e crema di topinambur; torta paesana con zabaione al moscato e gelato alla vaniglia. Tra i presenti alla serata: l'assessore Giovanni Bozzetti, Paolo Berlusconi e Natalia Estrada, Ignazio La Russa, Giuseppe Grechi (presidente Corte d'Appello di Milano), Maurizio Dallochio (direttore Sala Bocconi), Salvatore Ligresti con i figli Giulia, Jonella e Paolo.

### Milano in Vita

a sostegno della dignità della

a Sergio Mei, executive chef del Four Seasons Hotel Milano. I quattro cuochi hanno preparato ciascuno una portata. Il menù prevedeva: asparagi e gamberi di fiume in tre gusti; zuppa di patate e luccio;



Rudy Citterio, presidente del Silb Milano

**S**ilb - Fipe (il Sindacato dei gestori dei locali da ballo) ha patrocinato, unitamente al Ministero dell'Istruzione, dell'università e della ricerca e - in sede locale - alla Regione Lombardia e al Comune di Milano, il progetto "Diskobility", promosso dall'Associazione no profit Physeon, con sede a Brescia. A Milano l'iniziativa è stata presentata presso la discoteca Old Fashion. "L'idea di fondo del progetto - spiega il presidente del Silb Milano

## Silb Milano "in pista" per Diskobility

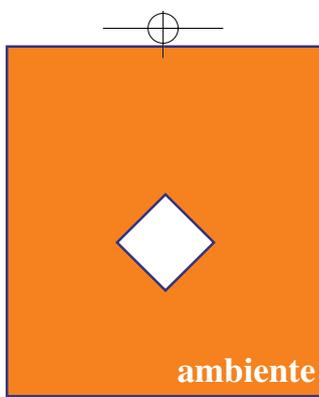
Rudy Citterio (foto) - è quella di incentivare i ragazzi fra i 14 e i 25 anni ad attività di volontariato

**Iniziativa di incentivo al volontariato rivolta ai giovani con il supporto dei gestori di discoteche**

l'allestimento di stand con la presenza di 'diskoangels', ragazzi pronti ad accompagnare

ricompensandoli per il tempo dedicato agli altri con beni e servizi sponsorizzati dall'industria dello spettacolo". Per ogni ora di volontariato i giovani riceveranno accrediti su una tessera personale che consentirà loro di aver diritto a dei premi: fra di essi è previsto l'ingresso gratuito in discoteca. Una parte delle attività del progetto è, infatti, rivolta proprio alle discoteche ed è finalizzata a dare un contributo per la sicurezza stradale. "E' prevista - continua Citterio - la distribuzione di materiale informativo all'interno delle discoteche e

a casa chi non è in grado di guidare. L'iniziativa quindi va nella direzione intrapresa dal Silb per garantire una maggior sicurezza ai ragazzi che si mettono al volante dopo una serata nei nostri locali. Serve inoltre a dare un segno tangibile di forte impegno a quanti vorrebbero limitare la nostra libertà d'impresa, magari con progetti di legge antistorici finalizzati alla chiusura anticipata dei locali". Gli operatori interessati ad aderire all'iniziativa possono rivolgersi alla segreteria di Epam (l'Associazione milanese dei pubblici esercizi): 02/7750347.



## Alimentari e pubblici esercizi raccolta e riciclo dei cartoni per bevande

**A**vvziata la raccolta dei cartoni per bevande che d'ora in avanti, a Milano, verranno riciclati insieme a carta, cartone e cartoncino. L'iniziativa, presentata in Unione, è promossa da Comieco (Consorzio nazionale recupero e riciclo degli imballaggi a base cellulosica - a Comieco

**L'appoggio Unione all'iniziativa promossa da Comieco, Tetra Pak, Amsa (con il supporto della Centrale del Latte)**

te di cartoni per bevande post consumo, il 41,07% dell'impresso al consumo, sono state recuperate e riciclate"

tari dell'iniziativa. "Centrale del Latte di Milano comunicherà le modalità di raccolta dei contenitori diffondendo presso gli esercenti milanesi il materiale pubblicitario (locandine e dépliant)" ha affermato Antonio Trifilò, direttore della Centrale del Latte di Milano.

L'Unione di Milano appoggia l'iniziativa e si impegna a promuoverne la conoscenza sottolineandone l'importanza: "i commercianti - ha dichiarato Giorgio Montingelli, consigliere delegato Unione per il territorio - sono attenti a tutti quei temi, come quelli relativi all'ambiente, che hanno un diretto riflesso sulla complessiva qualità di vita dei milanesi. Il nostro supporto all'iniziativa per un corretto riciclo dei cartoni per bevande è



**Giorgio Montingelli**

la chiara testimonianza dell'impegno e dell'attenzione del mondo del commercio milanese riguardo ai temi sociali e civili per la città". "Questo progetto congiunto - ha detto Piersergio Attisani, presidente Amsa spa - risponde alle logiche di costante miglioramento delle performance di raccolta differenziata che Amsa persegue da sempre e che hanno portato Milano ad essere la prima grande città italiana a raggiungere l'obiettivo del 35% come previsto dal decreto Ronchi".

ha dichiarato Michele Mastrobuono, direttore ambiente e relazioni esterne di Tetra Pak Italiana.

"L'Italia è all'avanguardia in Europa sia in termini di tonnellate raccolte che in termini di qualità, con benefici evidenti per l'ambiente: meno imballaggi nelle discariche e quindi meno produzione di anidride carbonica nociva. Basti pensare - ha affermato Carlo Montalbetti, direttore generale di Comieco - che nel 2003 abbiamo riciclato in Italia oltre 1.800.000 tonnellate di materiali a base cellulosica: l'equivalente del blocco del traffico in tutto il Paese per 6 giorni e 6 notti".

Gli accorgimenti per un corretto riciclo sono semplici: sciacquare il cartone per eliminare residui di cibi e bevande, appiattirlo ed infine gettarlo insieme alla carta e cartone. Pubblici esercizi e dettaglio alimentare sono, nel commercio, i naturali destina-

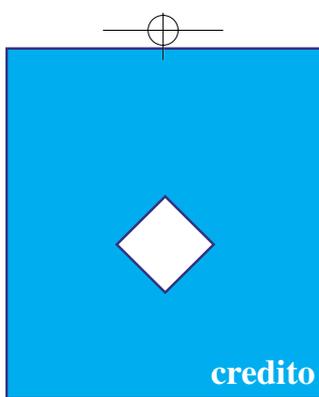
### Benvenuto tra i riciclabili

**A Milano i cartoni per bevande si riciclano insieme a carta, cartone e cartoncino.**

modalità di raccolta	cosa si	cosa no
<b>CARTA, CARTONI E CARTONI PER BEVANDE</b>	cartoni per bevande, giornali, riviste, libri, quaderni, scatole, cartoni in pezzi. Imballaggi in cartone di grandi dimensioni devono essere piegati, tagliati e contenuti a fianco dei sacchi neri	carta contaminata da alimenti, carta chiusa e plastificata
<b>PLASTICA E METALLI</b>	botiglie, flaconi e sacchetti di plastica, vaschette per alimenti anche in polistirolo; scatolette e barattoli in metallo per alimenti, lattine per bevande	piatti, bicchieri e altri oggetti in plastica; rifiuti pericolosi come barattoli per vernici, solventi e oli minerali; obsoleto e oggetti in ceramica, lampadine e neon
<b>VETRO</b>	botiglie di vetro, bicchieri e vasetti di vetro	piatti, bicchieri e altri oggetti in plastica; rifiuti pericolosi come barattoli per vernici, solventi e oli minerali; obsoleto e oggetti in ceramica, lampadine e neon
<b>PERICOLOSI</b>	farmaci scaduti (parti di confezione in cartoncino); pile scariche, condensatori per vernici, solventi, oli minerali provenienti da attività domestiche	tutti i rifiuti pericolosi provenienti da attività non domestiche
<b>INDUMENTI USATI</b>	copri d'abbigliamento in tessuto; calzature, accessori, scarpe, borse, biancheria per la casa	stracci, indumenti contaminati ed inusabili
<b>INGOMBRANTI</b>	enti per letto e materassi, mobili vecchi, stanghine e grasse lamiere, tavole di vetro e specchi, basi di lampade ed elettrodomestici	veicoli a motore, parte di veicoli, tutto ciò che può essere raccolto con il normale servizio di raccolta
<b>RIFIUTI GENERICI</b>	tutti i rifiuti che non sono oggetto di raccolta differenziata; tutto ciò che si sa essere dai dubbi	materiali riciclabili: carta, vetro, metalli, lattine per alimenti e bevande, bottiglie, flaconi ed imballaggi in plastica; tutti i rifiuti pericolosi: pile, farmaci, vernici, ecc.

Per informazioni: [800-032299](tel:800-032299) [www.amsa.it](http://www.amsa.it)

aderiscono circa 3.500 imprese della filiera cartaria), Tetra Pak e Amsa con il supporto della Centrale del Latte e la collaborazione dell'Unione di Milano. Nel 2004, oltre 42.300 tonnellate



## Adeguamento alle norme antifumo Con Fidicomet finanziamenti a tassi vantaggiosi dal Banco di Sicilia

**A**deguamento locali e impianti alle norme antifumo: accordo tra Fidicomet (la cooperativa garanzia fidi dell'Unione di Milano) e Banco di Sicilia (Gruppo Capitalia) per finanziamenti su investimenti produttivi. Particolarmente vantaggiosi - rileva Fidicomet - i tassi d'interesse: Euribor 3 mesi + 0,50%

(nel momento in cui si scrive

operazioni di durata fino a 18 mesi, con installazione pos; Euribor 3 mesi + 0,65% (pari circa al 2,885%) per le operazioni di durata fino a 36 mesi,



con installazione pos; Euribor 3 mesi + 0,75% (pari circa

pari a circa al 2,735%) per le

al 2,985%) per le operazioni di durata fino a 60 mesi.



Le rate di restituzione del prestito sono mensili. La garanzia di Fidicomet copre il 50% dell'importo finanziato. Ricordiamo che l'operazione di finanziamento per investimenti produttivi può, inoltre, beneficiare di un'ulteriore agevolazione in abbattimento tassi: riduzione del tasso di interesse dell'1,5% con la Camera di commercio di Milano oppure del 2% con la Regione Lombardia. Per informazioni telefonare a Fidicomet 02/76.300.21 e accedere al sito internet [www.fidicomet.it](http://www.fidicomet.it) (sezione "news").

### Donne e giovani risorse per le imprese

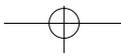
Con Banca Popolare di Milano (convenzionata con Ascomodamilano)

*La Banca Popolare di Milano - convenzionata con Ascomodamilano - offre una nuova opportunità per finanziare la propria azienda attraverso la legge regionale lombarda 1/99. L'iniziativa è rivolta alle nuove imprese (costituite in forma di società di persone e di capitale) composte per i due terzi da giovani di età compresa tra i 18 e 35 anni compiuti o per i due terzi da donne che risultino iscritte al Registro delle imprese da non più di 18 mesi. La sede operativa dell'impresa dev'essere in Lombardia*



*L'importo del finanziamento va da un minimo di 15.000 ad un massimo di 100.000 euro. Durata del finanziamento: da 36 a 120 mesi. Il rimborso è previsto in rate semestrali.*

*Le aziende interessate a conoscere l'iter da seguire, possono telefonare alla segreteria di Ascomodamilano allo 02 76015507.*



**Il commercio "racconta" Milano**

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

# Abbigliamento, ditta Walter



Teresa e Sandro nei primi anni '40

**“D**alle scarpe al cappello, compresa la biancheria intima. Lei può venire qui e cambiarsi: la rivestiamo completamente”. Ha soltanto 33 anni Teresa Valcasara, la giovane proprietaria del negozio di abbigliamento Walter, in corso Italia 6, ma una grande esperienza nel gestire, avvalendosi della collaborazione della signora Laura Casali, al suo fianco dal 1983, questa attività che propone capi di abbigliamento in stile rigorosamente classico e di importazione, prevalentemente inglesi.

Teresa Valcasara è anche il nome della nonna che giunse a Milano nel 1928, proveniente dalla provincia di Vicenza, “per cercare, come si suol dire, di far fortuna”; nonna Teresa, “a seguito di una serie di lutti familiari - per cui è rimasta vedova ed orfana nel giro di pochi anni, con un bambino piccolo, mio papà appunto, e due sorelle da mantenere - ha deciso di vendere le proprietà nel Vicentino, una villa veneta del '500, circondata da terreni agricoli, e di trasferirsi a Milano”, ci racconta oggi sua nipote.

All'Unione Fascista dei Commercianti  
(per l'ENTE DEL TESSILE NAZIONALE - MILA  
Via Mecenate)

ELENCO DEI MANUFATTI TESSILI PER I QUALI LA SOTTOSCRITTA DITTA CHIEDE LA DETERMINAZIONE DEI PREZZI IN BASE ALLE DISPOSIZIONI DEL CAPO DELLA PROVINCIA DI CUI AL FOGLIO 640/3552 del 20/11/1944

DESCRIZIONE DELLA MERCE	QUANTITÀ IN MISURE DI CUI AL FOGLIO 640/3552 del 20/11/1944	VALORE	P. E. N. O.		PREZZO UNITARIO
			FRANCO	FRANCO	
Confessione fine					
1. Abiti uomo in tessuto tipo lana	2 capi	45/20	2.100	6300	1000 ad m
2. Giacchi uomo in tessuto tipo lana	4 capi	46/22	1.100	4400	4400 = "
3. Pantaloni lungo, uomo in tessuto tipo lana	2 capi	46/22	800	1600	800 = "
4. Pantaloni corto (pina), in tessuto tipo lana	3 capi	46/20	300	900	300 = "
5. Cappotti uomo in tessuto tipo lana	4 capi	46/22	2.200	8800	1100 = "
6. Soprabiti uomo in tessuto tipo lana	2 capi	46/20	2.500	5000	2500 = "
7. Imprescindibile uomo in tessuto poco lavorat	5 capi	46/22	1.800	9000	1800 = "
8. Imprescindibile uomo in tessuto poco lavorat	2 capi	46/22	1.100	2200	1100 = "
9. Imprescindibile donna in tessuto poco lavorat	4 capi	46/20	1.100	4400	1100 = "
		2	414		

Elenco dei prodotti per i quali la ditta Walter chiedeva la determinazione dei prezzi in base alle norme vigenti (22 giugno 1944)



Ritratto di Sandro Valcasara risalente ai primi anni '50

Teresa con la madre nella seconda metà degli anni '70

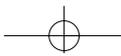


Teresa Valcasara nei primi anni '50

Nel 1928, appena arrivata a Milano, dunque, Teresa inizia a lavorare in un negozio in piazza Duomo, di fianco a Palazzo Reale, specializzato in abbigliamento inglese, e, dopo qualche anno, nel 1933, grazie alle capacità acquisite come venditrice, è in grado di aprire un punto vendita in proprio in corso Italia: “è nato un pochetto per volta. Prima ha iniziato con una vetrina; successivamente il vicino di negozio ha chiuso l'attività, per cui mia nonna ha ampliato il negozio, dopo poco tempo, con la seconda vetrina”.

L'attività va specializzandosi nel commercio di abbigliamento maschile d'importazione delle migliori ditte europee: alle marche inglesi si aggiungono infatti quelle austriache e quelle tedesche; è un segmento un po' ricercato, poco presente sul mercato italiano, che si rivela quindi un valido strumento per consolidare il nome della ditta Walter (acronimo composto dalle iniziali di Valcasara Teresa).

Teresa dimostra di avere spiccate capacità imprenditoriali che sa sfruttare per farsi strada in un ambiente prevalentemente maschile e raggiungere una certa sicurezza economica, che le consentirà di riacquistare, intorno al 1935, l'azienda agricola venduta dieci anni prima. E' a questo punto che il figlio Sandro e le sorelle, rimasti fino a quel momento nel Vicentino, la raggiungono a Milano. Nel corso degli anni '30, in concomitanza con il varo della politica autarchica del regime fascista ai capi d'importazione si affiancano quelli italiani: come ci racconta sempre Teresa, i negozi erano obbligati a vendere anche un certo numero di capi di produzione





▲ Sandro con la figlia Teresa nel 1990



Sandro con a fianco tre suoi collaboratori: (da destra) Antonio, Laura e Silvia (1995)

nazionale a prezzo concordato, per evitare speculazioni e incontrollati aumenti dei prezzi: "mi raccontava mio papà che i dirigenti fascisti consegnavano queste merci da vendere e man mano che si vendevano uno, due, tre capi... si andava e ci si riapprovvigionava dei capi mancanti. Non era merce di importazione ma era merce nostra, era 'autarchica'..."

Sandro inizia da ragazzo a lavorare con la madre in negozio e l'attività procede fino ai primi anni della Seconda guerra mondiale; nel 1943 il negozio viene chiuso e svuotato "mettendo tutta la merce in casse, nascondendola presso amici di famiglia, ben fuori Milano" e la famiglia stessa torna temporaneamente nel Vicentino. Il negozio non subirà comunque danni a causa dei bombardamenti e potrà dunque riaprire immediatamente dopo la fine del conflitto.

Il decennio che va dal 1960 al 1970 porta con sé una serie di mutamenti sia nell'indirizzo commerciale - all'abbigliamento maschile si aggiunge quello femminile - sia nella gestione stessa dell'attività: nonna Teresa viene a mancare e Sandro, rimasto solo nella conduzione degli affari di famiglia, si sposa e di lì a poco nasce Teresa.

Nei primi anni '70, il negozio si amplia considerevolmente: Sandro apre la prima parte del piano superiore, collegata al piano terra da un ascensore interno, e dopo qualche anno il primo piano si ingrandisce ancora, portando a circa 380 metri quadrati l'area complessiva odierna.

Teresa inizia da bambina ad aiutare i suoi in negozio - "ho venduto il primo cappotto a quattro anni! Sono cresciuta qua dentro... un po' alla volta mi rendevano partecipe dei campionari, degli ordini, dei rapporti

con la clientela. Io scorrazzavo per il negozio e intanto conoscevo i clienti, imparavo le misure... mi davano un po' da fare". Tutti i pomeriggi è in negozio dopo la scuola, per studiare e diplomarsi in ragioneria; nel 1983 perde sua madre, e da allora la signora Laura è con lei per gestire il negozio, mentre Teresa studia, lavora e si occupa della famiglia.

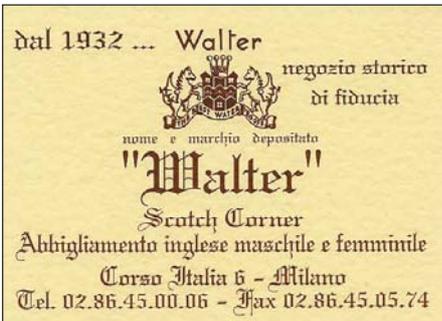
Il negozio, nato dunque commerciando un tipo di abbigliamento inizialmente poco diffuso ma richiesto, rivolto ad una clientela di età medio-alta, dal momento che "è una tipologia di abbigliamento che di solito si apprezza un po' di più con l'età, perché quando si è giovani magari si preferisce il capo più pratico, più sportivo", è andato con gli anni allargando sempre più la cerchia dei propri acquirenti. Questo indubbiamente grazie alle capacità di Sandro nel fidelizzare i suoi acquirenti, ma anche grazie al fatto che "è iniziato una specie di passaparola tra i nostri clienti, per cui un cliente manda l'altro cliente... porta i figli... i figli portano a loro volta i loro figli... si è ampliata notevolmente".

Marchio registrato della ditta Walter



Un vasto assortimento e la competenza professionale danno, secondo Teresa, un ritorno magari più lento rispetto ad altre forme di pubblicità, ma pur sempre efficace.

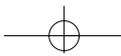
Oggi a Milano i negozi come la ditta Walter sono rimasti meno di una decina, costretti a chiudere per diversi motivi, dal costo sempre più proibitivo degli affitti nelle zone centrali della città, al fatto che le nuove generazioni hanno gusti e interessi differenti, ad una trasformazione del mercato che ha portato ad una standardizzazione dell'abbigliamento, spesso a scapito della qualità; "è un peccato - constata Teresa - perché è una parte storica della Milano che se ne va: e anche questi erano negozi generazionali, sul mercato veramente da



Biglietto da visita della ditta Walter



Stemma della casata Valcasara





## Il commercio "racconta" Milano

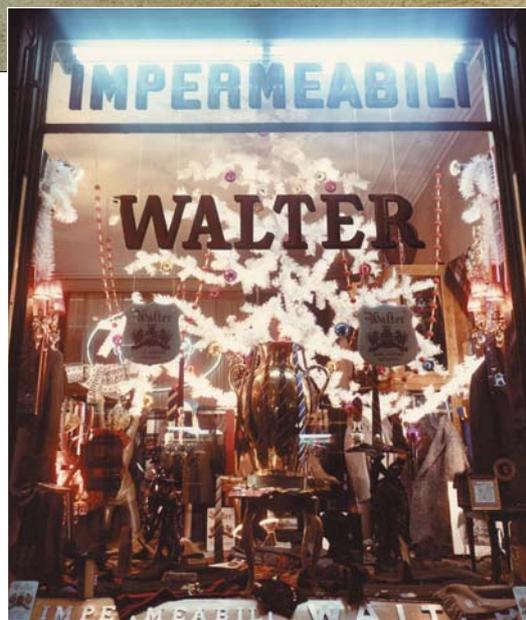
Iniziativa realizzata in collaborazione con il Centro per la cultura d'impresa



La villa del Vicentino cui fa capo la tenuta agricola della famiglia Valcasara

tanti e tanti decenni. Purtroppo non ci sono più". Attualmente Teresa, rimasta sola dopo la recente scomparsa del padre, si occupa di attività commerciali molto diverse tra loro: oltre alla gestione della ditta Walter, segue, nel Vicentino, l'azienda agricola di famiglia - quella stessa che sua nonna vendette e ricomprò - che produce uve da vino e cereali. Da qualche tempo, inoltre, ha messo in piedi una nuova attività: "servizi di ristorazione per matrimoni, cene, conferenze e meeting aziendali". Come ci spiega: "ho appunto creato una terza impresa a mia volta. Anche perché in casa mia hanno sempre

◀ Vetrina del negozio Walter in corso Italia



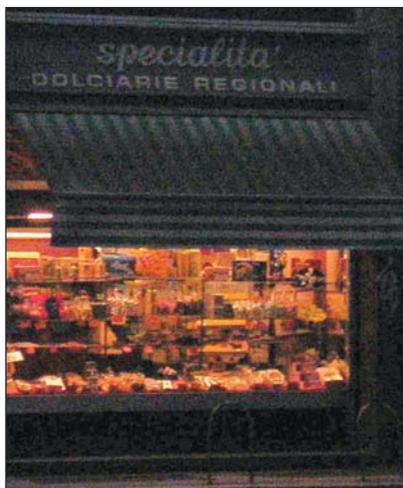
Teresa Valcasara assieme ad Antonio nello spazio al pian terreno del negozio di corso Italia ▶



detto che ognuno deve creare qualcosa, perché campare su quello che si trova già fatto è comodo... bisogna invece far crescere quella che è l'attività aziendale".

Nel futuro di Teresa c'è la volontà di costruirsi una famiglia, che magari raccolga, con il tempo, la medesima eredità di cui lei stessa si è fatta carico, portando avanti il lavoro di diverse generazioni.

# Battimelli, specialità dolciarie regionali

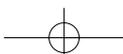


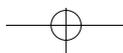
La vetrina del negozio in via Meravigli

**"C**ercasi piccinina" è il cartello che il fratello di Maria Carmela Battimelli legge sulla vetrina di un negozio in via Meravigli 14; è il settembre del 1960 e Maria, proveniente da Ravello, in provincia di Salerno, con la madre ed il fratello, ha appena raggiunto il padre che da anni fa lo chef a Milano. Maria, che ha all'epoca 14 anni, non sa ancora che quel cartello segnerà tutta la sua carriera lavorativa; la famiglia ha la necessità che lei inizi a lavorare e quindi, nonostante abbia il desiderio di frequentare la scuola di ragioneria, si presenta per il lavoro che, in teoria, avrebbe dovuto essere solo per il periodo natalizio, da ottobre a dicembre; "e invece poi - ci racconta oggi Maria - è stato il caso a scegliere il lavoro, non sono stata io a sceglierlo".

Il negozio in via Meravigli 14 è uno dei due - l'altro era in corso Genova - che la ditta Maggiore Ermenegildo di Torino ha aperto e dato in gestione alla Famiglia Tronconi, torinese anch'essa. La ditta Maggiore, nata nei primi anni '40, è un rinomato biscottificio che, con un unico stabilimento di produzione a Torino, è andato via via aprendo negozi in diverse regioni, fino ad arrivare a contarne 25 tra Torino, Vercelli, Cuneo, Genova e

CLXXV





## Il commercio "racconta" Milano

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



Due immagini di Maria Battimelli dietro al banco del negozio



Scaffale di caramelle e dolciumi ▼



Milano, appunto. Lo stabilimento di Torino è affiancato anche da una serie di laboratori che preparano pasticcini, tipo bignè e cannoncini - non per la vendita al pubblico, ma solo per i negozi - ed uno di questi laboratori viene aperto anche a Milano, in corso Genova.

Tra il negozio in via Meravigli, gestito da Aldo Tronconi, e quello in corso Genova, gestito da Dina, sorella di Aldo, Maria impara il mestiere, seguendo la clientela.

Trascorrono così cinque anni finché, nel 1965, la ditta Maggiore Ermenegildo chiude e con essa sembrano destinati a scomparire tutti i negozi, monomarca; è "il commendatore in persona" che offre a Maria l'opportunità di subentrare e addirittura l'aiuta a gestire la compravendita e le connesse difficoltà burocratiche con il Comune di Milano.

È il 1972 quando Maria diventa a tutti gli effetti titolare della ditta, e il negozio mantiene per circa un decennio il nome Maggiore Ermenegildo, "perché era conosciuto; poi, quando ho dovuto necessariamente approvvigionarmi dalle varie ditte, è cambiato ed è diventato 'Specialità

regionali - biscotti, cioccolato e caramelle".

Non avendo un laboratorio di produzione proprio, Maria sceglie di dare all'attività un'impronta particolare, vendendo prodotti difficilmente reperibili sul mercato, aiutata anche dai clienti che "ancora oggi mi segnalano i prodotti".

Specialità della Sicilia, della Calabria, torroni da diverse regioni italiane e di ogni tipo, liquori alla liquirizia, al finocchietto selvatico, il Limoncello, i Cantuccini toscani, le Offelle di Pavia, le Tegole della Val d'Aosta, i Baci di Dama di Ovada, i Lagacci genovesi e poi caramelle, torroni in quantità e cioccolato finissimo sono solo alcune delle specialità che Maria propone ai suoi clienti, affiancate anche da specialità d'importazione, più difficili da seguire per via del trasporto e delle diverse condizioni climatiche da affrontare durante il viaggio: il Dulce de Leche e gli Alfajores argentini, le caramelle mou, il cioccolato e i biscotti provenienti dal Belgio, insieme con quelli inglesi e tedeschi.

"Le specialità arrivano tutte, rigorosamente, dai posti d'origine", dice orgogliosamente Maria, i cui fornitori sono una miriade di piccoli e piccolissimi produttori, contattati direttamente secondo la richiesta del mercato, a fronte di segnalazioni dei

suo clienti o dopo le diverse partecipazioni alle manifestazioni fieristiche del settore - "ogni due anni ne fanno una molto grande a Parma, il Cibus".

Ma ci sono anche i grandi nomi della tradizione italiana: dalle Pastiglie Leone, di Torino, al cioccolato Peyrano, sempre di Torino, insieme con la Majani di Bologna, famosa per il Cremino Fiat, "fatto con la prima macchina... pensi gli anni che è sulla cresta dell'onda".

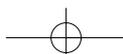
È un lavoro delicato, da seguire con attenzione, dove le mode del momento vanno anticipate ed assecondate; per esempio, "c'è stata un'evoluzione nella vendita del cioccolato verso quello fondente: quando io sono arrivata qui, le uova di Pasqua non si facevano

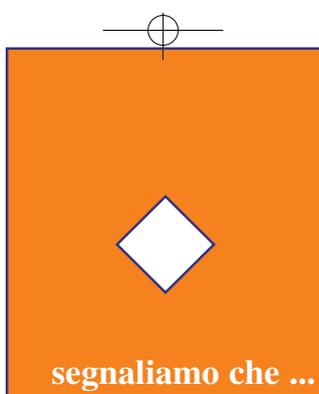
nemmeno, fondenti; adesso, invece, si fanno anche fondentissime, cioè al settantacinque, all'ottantacinque per cento di cacao".

Per non parlare del boom dei prodotti senza zucchero - quasi un paradosso! - specifici per le intolleranze alimentari o per i diabetici, dove l'impiego del maltitolo, uno zucchero di sintesi derivante dal maltosio, permette davvero a tutti, di gustare le leccornie proposte.

Maria, che non ha mai avuto dipendenti, pensa oggi a come gestire il futuro della ditta: i suoi due figli, un ingegnere elettronico ed un bancario, non sembrano intenzionati a lasciare le carriere avviate per continuare l'attività materna; spera dunque di riuscire a coinvolgere qualcun'altro nella sua attività: "un ragazzo volenteroso, portato per la vendita", che potrebbe un domani subentrare nella gestione del negozio.

Interviste di **Fabio Lavista**  
(in collaborazione con Sara Roncaglia)





## Con questo numero del giornale La Guida ai servizi Unione

**D**opo la Guida alle convenzioni (distribuita con il numero di marzo di Unioneinforma) i lettori trovano, con questo numero del giornale, la nuova Guida 2005 ai servizi dell'Unione di Milano. Nella guida si trovano tutti i principali riferimenti ai servizi forniti



dall'Unione, dai suoi enti e dalle società collegate (con telefoni, indirizzi, e mail). Per maggiori informazioni contattare la Direzione centrale per lo sviluppo dei servizi e per i progetti strategici (tel. 02.795027 - e mail: servizi.impres@unione.milano.it).

### Ambrogino d'oro a Costante Persiani segretario generale Unione

*A Costante Persiani (foto), segretario generale dell'Unione di Milano, il Comune ha conferito l'Ambrogino d'oro quale riconoscimento per l'attività professionale: "Per l'opera meritoria svolta col proprio lavoro nella nostra città il segno di apprezzamento, amicizia e simpatia di Milano e dei Milanesi" si legge nella motivazione.*



### Convenzioni Unione: aggiornamenti

Due nuove convenzioni riservate agli associati Unione: **Viviparchi** (la Guida al tempo libero della famiglia) e **Digitelematica** (soluzioni per la gestione del sistema informatico). Collegarsi con il sito Unione [www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it) (nella sezione delle convenzioni dedicata alle novità), oppure telefonare allo 02.795027. Sul sito, in questo mese, per le promozioni: Digitelematica, Istituto di Medicina Biologica, teatri San Babila e Smeraldo.

### Guida convenzioni: precisazione sulle condizioni Atm

Nella pagina 131 della Guida alle convenzioni Unione 2005 (distribuita con Unioneinforma di marzo) si fa erroneamente riferimento a uno sconto del 20% applicato alle tariffe annuali degli abbonamenti. Lo sconto non è invece del 20%, ma varia a seconda della tipologia dell'abbonamento.

## 15 GIUGNO: ASSEMBLEA ELETTIVA DELL'ENTE MUTUO

I soci dell'Ente Mutuo di Assistenza tra gli Esercenti il Commercio della Provincia di Milano sono convocati in assemblea ordinaria presso la sede sociale di Milano, corso Venezia 47/49 alle ore 8 del 28 aprile 2005 per discutere e deliberare sul seguente

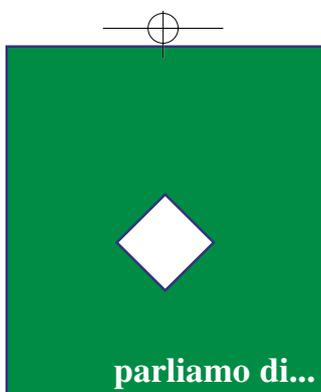
#### ordine del giorno:

- 1) comunicazioni del presidente;
- 2) conto consuntivo dell'esercizio 2004 e relazione del Consiglio di amministrazione;
- 3) relazione del Collegio dei Sindaci;
- 4) conto preventivo dell'esercizio 2005;
- 5) regolamento interno delle assistenze per l'anno 2005 - Forme Tipo B-C-D-Plus: ratifica delle modifiche apportate dal Consiglio d'amministrazione;
- 6) rinnovo delle cariche sociali: Consiglio di amministrazione, Collegio dei Sindaci, Collegio dei Provvisori;
- 7) emolumenti ai componenti il Collegio dei Sindaci;
- 8) varie ed eventuali.

Non intervenendo, all'ora e giorno indicati, il numero legale dei soci, l'assemblea procederà in seconda convocazione, che s'intende sin da ora fissata nello stesso luogo e con il medesimo ordine del giorno, per le **ore 14 di mercoledì 15 giugno 2005**.

In tal caso, l'assemblea sarà ritenuta valida qualunque sia il numero degli intervenuti.

I documenti annessi alla relazione sul conto consuntivo 2004 potranno essere consultati presso la sede sociale dell'Ente cinque giorni prima dell'assemblea.



## Esercizi storici I riconoscimenti della Regione

Il presidente Unione e Unione regionale Carlo Sangalli ha preso parte, con il presidente della Regione Lombardia Roberto Formigoni e l'assessore regionale al Commercio Mario Scotti, alla consegna degli attestati agli esercizi storici riconosciuti dalla Lombardia. E' un riconoscimento che spetta a quegli esercizi commerciali che, oltre a svolgere attività da almeno 50 anni, dispongono di ambienti particolarmente interes-

santi dal punto di vista architettonico, sono situati in contesti significativi e vantano



uno stato di conservazione degli edifici che li rende

vere e proprie testimonianze di un passato da valorizzare. Sangalli, alla presenza dei rappresentanti delle Ascom che hanno contribuito all'assegnazione dei riconoscimenti, ha evidenziato il ruolo fondamentale, anche di presidio sociale, degli esercizi di vicinato. Tra gli esercizi commerciali di rilievo regionale, ha portato la propria testimonianza, a nome di tutti i premiati, Francesco Pettinaroli della Cartoleria Pettinaroli (aderente all'



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

**Lettere ordinarie, prioritarie, raccomandate, posta target**

**Tutti i servizi di stampa e preparazione della corrispondenza**

Punti di accettazione in Milano:

Via S. Andrea 10 – Tel. 0276031

Via G. Govone 26 – Tel. 02312308

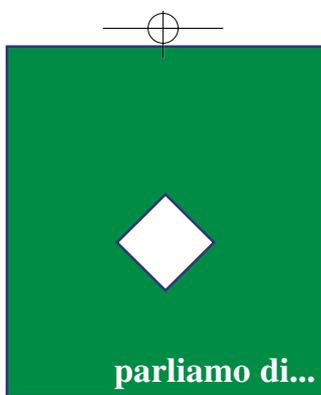
Via Rutilia 17 – Tel. 0257410200

Via Andrea Doria 30 – Tel. 0266715259



mail

**Unioneinforma**  
aprile 2005



Associazione cartolibrari di Milano).  
 Nel box riportiamo i nomi delle imprese associate di Milano e provincia premiate dalla Regione come esercizi storici di rilievo regionale e locale e i negozi associati segnalati nelle delibere di Giunta regionale per la loro attività storica.

Imprese  
 con una lunga  
 tradizione  
 Nuova  
 segnalazione:  
 Doniselli

**N**uova segnalazione a Unioneinforma (attraverso le associazioni di categoria) di esercizi commerciali che vantano una lunga attività: il negozio di moto e cicli Doniselli Velomoto, in via Procaccini 11 a Milano.

Quella di **Marcello Doniselli** (foto - che è anche presidente di Acam, l'Associazione dei commercianti auto moto ciclo) è la terza generazione dell'azienda familiare che dal 1919 costruisce e commercializza biciclette e motocicli.



**Marcello Doniselli**

L'azienda Doniselli nasce nel 1919 a Milano, per volontà dei tre fratelli - Angelo, Gino e Vito - che abbandonano l'attività di ferramenta per mettersi a costruire furgoncini da trasporto a pedali (in pratica biciclette con davanti un cassone e con due ruote laterali e che servivano per

Milano e provincia

Negozi storici di rilievo regionale

Cartoleria Pettinaroli - piazza S. Fedele, 2 Milano (1881)

Negozi storici di rilievo locale

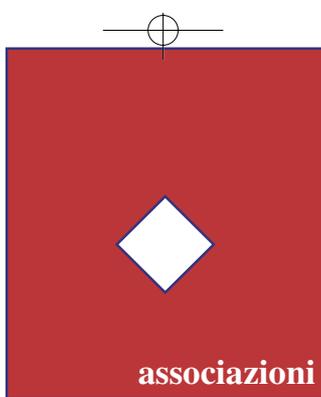
- Drogheria Fratelli Nava, piazza Martiri della Libertà, Bollate (1928)
- Circolo Nuova Luce, via Vittorio Veneto, Bollate (1910)
- Ferramenta Re, via Magenta 27, Bollate (1937)
- Alimentari Baraggia, via Parrocchia, 2, Aicurzio (1937)
- Tabaccheria Ambrosini, piazza Carducci, 2, Monza (1924)
- Articoli in Gomma Carnelli, via Italia 36, Monza (1903)
- Salumeria Barzaghi e Rossi, via Carlo Alberto 19, Monza (1930)
- Specchi, cornici e vetrate Pini, via Mapelli, 9, Monza (1954)
- Sala Abbigliamento, via Vittorio Emanuele, Monza (1954)
- Libreria Malavasi - Largo Schuster, 1 Milano (1940)
- Cartoleria Raimondi di Pettinaroli - corso Venezia, 6 Milano (1922)
- Antica Cartoleria Novecento - piazza Risorgimento, 3 Milano (1899)
- Argenteria Galbiati - viale Tibaldi 28/30 Milano (1909)
- Gioielleria Luciano Sangalli - via Bergamini, 7 Milano (1900)

Negozi segnalati per la loro attività storica

- Boutique Lattuada, via Sempione 87, San Vittore Olona (1953)
- Biggi Tessuti, via Roma 8, Bollate (1932)
- Gioielleria Mariani, via Vittorio Emanuele 7, Monza (1878)
- Orologeria Luigi Verga - via Dogana 3, Milano
- Cavalleri Gioielli - via Vincenzo Monti 9, Milano
- Bar Tabacchi Frontini - piazza Garibaldi 2, Vittuone

caricare e trasportare). Successivamente avviene il passaggio alle biciclette da passeggio e, negli anni '50, a quelle a motore, le "mosquitos". Negli anni '50 primeggiano i veicoli a motore (a due e a tre ruote) per lavoro e diporto. Produzione che viene abbandonata quasi del tutto, peraltro, negli anni '60, quando dilagano gli scooter: soprattutto Vespa e Lambretta. Negli anni '70 l'attività di Doniselli si concentra sulle biciclette. Biciclette un po' particolari, come quelle studiate per i vigili urbani o quelle da usare all'interno degli stabilimenti, con caratteristiche speciali delle ruote, dei freni, dei telai. Ogni tanto

vengono ancora prodotti veicoli particolari, a tre ruote, adatti a circolare all'interno di aziende, come le raffinerie, dove devono essere impiegati veicoli agili e veloci, ma con esclusione assoluta del motore a scoppio e di altri attrezzi, come i campanelli. Oggi, però, per Doniselli le biciclette da lavoro rappresentano un'attività marginale: vengono prodotte e commercializzate soprattutto le biciclette sportive e le bici tradizionali che il mercato richiede. Dai tre fratelli Doniselli delle origini, l'azienda passa al papà di Marcello, Paolo (anch'egli è stato presidente di Acam) e, infine, a Marcello.



## Distribuzione orologi da polso Il "censimento" di Assorologi

**A**ssorologi, l'Associazione italiana produttori e distributori di orologeria, ha promosso un censimento della distribuzione italiana di orologi da polso. I risultati di questo lavoro d'indagine, effettuato nell'autunno 2004 da Gfk Italia (coordinatore della ricerca: Antonio Besana), sono stati presentati e discussi



in un incontro svoltosi a Milano presso Circolo del commercio. I risultati della ricerca mostrano una realtà distributiva costituita da negozianti tradizionali. Soltanto il 25% degli intervistati ha dichiarato di utilizzare un personal

computer o altro tipo di sistema informatico per la gestione delle vendite e dell'inventario di magazzino.

### Caratteristiche dei punti vendita

La ricerca (per l'indagine sono stati realizzate 1.053 interviste) era focalizzata su orologerie e gioiellerie. I negozi che trattano orologi sono, come detto, tradizionali, con accesso diretto e vetrine sul piano stradale, localizzati primariamente nei centri urbani, molto spesso nel centro storico (solo il 4,2% dei negozi si trova all'interno di un centro commerciale o in un ipermercato).

Per quanto riguarda la super-

### Indagine (realizzata da Gfk Italia) focalizzata su orologerie e gioiellerie

ficie dei negozi, la media nazionale è di 56 metri quadrati. Il 37,6% dei punti vendita ha una sola vetrina, il 36,6% ne ha due, il 13% tre e il 7% quattro. Solo il 6% dell'universo ha 5 o più vetrine. Il 74% dei negozi ha fino a 2 addetti, il 22,5% ne ha da 3 a 5 e solo il 3,1% ne ha più di 5. Il 44,4% dei negozi possiede un laboratorio di riparazione. Questo tipo di servizio sembra essere più sviluppato al Nord-Ovest, dove la quota arriva al 57%. Il fatturato dei punti di vendita si ripartisce per il 38,6% in prodotti di gioielleria, il 37,7% in orologi da polso, mentre gli altri oggetti di orologeria sviluppano il 6,1%. Questa ripartizione è uniforme in tutto il Paese.

### Marche e fasce di mercato

La sovrapposizione media delle marche di orologi nei negozi è di poco più di 3 per punto vendita. Più del 30% ha una sovrapposizione media di 4 o più marche per negozio. Il marchio che ha la maggior penetrazione distributiva è Breil, presente nel 33,5% dei negozi, seguita da Citizen (21,8%), Sector (17%), Casio (15,8%), Lorenz (14,1%), Seiko (10,9%) e poi gli altri con penetrazione inferiori al 9%. È stata analizzata la penetrazione distributiva delle prime 60 marche.

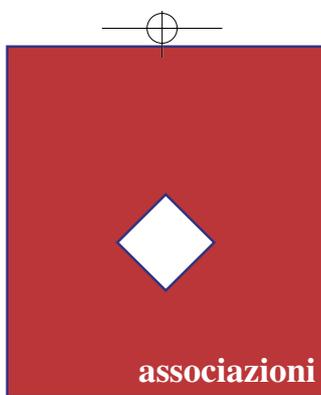
Nei negozi sono presenti marche appartenenti a tutte le fasce di posizionamento di prezzo. Alcuni punti vendita, pur non avendo fatto scelte esclusive, hanno tuttavia sviluppato un assortimento più mirato sull'offerta di alcune fasce di prezzo. In collaborazione con il committente è stata definita una lista di marche che definiscono l'appartenenza ad una determinata fascia di prodotti. La presenza di questi gruppi di marche è stata poi incrociata con le marche rilevate nei negozi. In questo modo la ricerca ha identificato alcuni gruppi di negozi (i cosiddetti "cluster"), definiti in base all'assortimento delle marche trattate. All'interno di ogni "cluster" è stato così possibile individuare le marche che gli interessati hanno dichiarato essere quelle più vendute (vedi box).

### Tipologie di negozi: marche più vendute

Cluster negozi "low-end" (37%)	Cluster negozi "medium" (42%)	Cluster negozi "high-end" (3%)
Casio (48,4%); Citizen (32,2%); Laurens (28%).	Breil (59,7%); Sector (33,6%); Citizen (27%).	Cartier (46,8%); Rolex (28,4%); Omega (17,6%).

### Ordini e criteri d'acquisto

I dettaglianti di orologi si riforniscono da importatori/distributori (39,5%), produttori nazionali (22,9%), grossisti (19%) e dalla casa madre estera (15%). I criteri d'acquisto sono principalmente tre e rispecchiano scelte razionali: al primo posto le richieste del cliente (52,2%), poi la marca (46%) e quindi la fascia di prezzo (35,3%).



## “Invasione” di prodotti tessili dalla Cina

“**C**i troviamo in una situazione di emergenza, occorre un intervento convinto, certo e rapido di dimensione europea per l'intera filiera del tessile. Il problema della concorrenza dei prodotti cinesi c'è e dev'essere affrontato velocemente: a questo punto meglio i dazi che le solite buone intenzioni” aveva dichiarato Renato Borghi, presidente di Federazione Moda Italia alla vigilia dell'approvazione, da parte

**Renato Borghi  
(Federazione  
Moda Italia):  
l'emergenza  
non si affronta  
con le solite buone  
intenzioni**

dell'Esecutivo, del provvedimento sulla competitività con le polemiche, all'interno della coalizione governativa, sulle misure da prendere per arginare l'invasione di prodotti cinesi. “Del resto – aveva continuato Borghi – i dazi già esistono e la maggior parte sono per merci di vario tipo prodotte in Cina; solo 5 sono legati al tessile, ma verso prodotti provenienti tra l'altro dal Pakistan e non dalla Cina. Nel solo mese di gennaio le esportazioni cinesi in Europa sono cresciute del 46%: occorre applicare subito le clausole di salvaguardia che contengono l'import cinese sul mercato europeo”. “Misure concrete - ha affermato Borghi -

La situazione è grave per l'intera filiera del tessile. “La stessa distribuzione di qualità, quella che promuove il Made in Italy – aveva concluso Borghi - rischia molto con l'invasione di prodotti a basso prezzo e qualità perché si crea disaffezione verso il prodotto italiano. L'invasione, quindi, può rappresentare un serio pericolo per tutti quei dettaglianti che fanno della professionalità e dell'estrema qualità il loro punto di forza.



**Renato Borghi**

### E l'import “giallo” vola

*Volano le importazioni di tessile e abbigliamento dalla Cina verso l'Italia. Secondo l'Istat, a febbraio, l'import di tessile è cresciuto del 63,7% rispetto allo stesso mese del 2004. Le importazioni di abbigliamento sono invece aumentate del 41,3%: Complessivamente le importazioni dalla Cina per tutti i settori sono state pari a 1.151 milioni di euro mentre le esportazioni dall'Italia verso la Cina sono state pari a 311 milioni.*

sono più importanti dei soliti richiami alla ricerca e innovazione (quando tutti sanno che nel tessile l'impatto delle tecnologie è molto contenuto) e del richiamo al rispetto delle regole dall'interno del Wto”.

**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](http://www.unionemilano.it)

**DIRETTORE RESPONSABILE**  
Gianroberto Costa

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

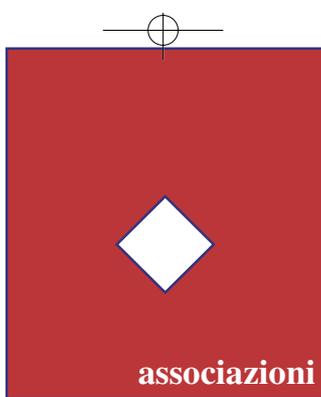
**REDAZIONE**  
Federico Sozzani  
corso Venezia 47/49  
20121 Milano

**FOTOCOMPOSIZIONE e STAMPA**  
AMILCARE PIZZI Spa  
20092 Cinisello Balsamo (Milano)

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

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

**Unioneinforma**  
aprile 2005



## Fimaa Milano Il Listino Aziende 2005

**B**ar (tavole fredde e tavole calde), ma anche panifici e pasticcerie, rivendite di pane e dolci (con annesso laboratorio). Sono, a Milano, fra gli esercizi commerciali più ricercati a fronte, comunque, di un'offerta che non manca. L'indicazione emerge analizzando i dati del Listino Aziende 2005 le cui anticipazioni sono state presentate da Fimaa Milano (il Collegio degli agenti d'affari in mediazione aderente all'Unione di Milano). "Avviare un esercizio commerciale - afferma Mauro Danielli, presidente di Fimaa Milano - è un investimento - sotto tutti i punti di vista, dalle locazioni

**Anche i valori di buonuscite e affitti per i negozi delle vie commerciali nelle rilevazioni del Collegio degli agenti d'affari in mediazione**

alle buonuscite - sempre più impegnativo che, in particolare per i pubblici esercizi, mantiene una forte attrazione. Per il commercio tradizionale - dove resta elevata l'attrattività nelle ubicazioni più esclusive - si conferma una sensazione già consolidata: aprire un negozio richiede sempre più

professionalità e preparazione".

"Il Listino quest'anno - spiega Gianni Larini, coordinatore del gruppo rilevatori Fimaa Milano - oltre a contenere, come già nel 2004, le rilevazioni sulle quotazioni delle attività commerciali oltre che di Milano, di Bari, Catania, Firenze e Roma, riporta le indicazioni dei valori medi aggiornati di mercato (parametrati sull'incasso annuo e, in alcuni casi, sull'utile lordo) delle aziende. Valori che vengono suddivisi, nella merceologia presa in esame, tenendo conto dell'ubicazione e dell'anzianità dell'arredamento e delle attrezzature ▶

**GRUPPO FAINI**  
Melzo Via Verdi, 1  
Tel. 02 95739809 [www.faini.it](http://www.faini.it) CHIAMATA GRATUITA NUMERO VERDE 800-206320

**soluzioni intelligenti per... IDEE in movimento** da **Faini**

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

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

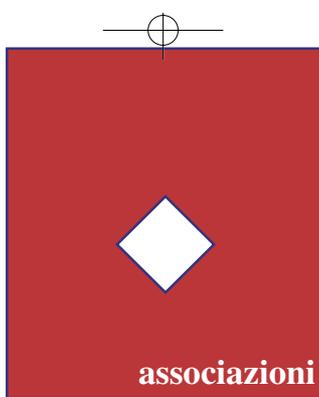
### Il Gruppo Faini al Mipim di Cannes

Si è svolto con un successo di presenze a Cannes il Mercato internazionale della proprietà immobiliare (Mipim - The World's Property Market) 2005.

Alla più importante fiera del mercato immobiliare mondiale, appuntamento annuale in Francia per oltre 17.000 professionisti del settore, quest'anno ha debuttato con un suo stand (foto) il Gruppo Faini -



Real Estate Services di Melzo, in rappresentanza della zona Martesana, assieme ai 363 espositori di 73 nazioni di tutti i continenti, in quella che è la più grande vetrina annuale di prodotti e programmi immobiliari internazionali. Il miglior mercato per incontrarsi, attingere informazioni sul settore, creare partnership e sviluppare la propria attività.



dell'esercizio commerciale. Nel Listino, inoltre, si fornisce

(414 esercizi commerciali in meno: 404 nel non alimentare e 13 nell'alimentare). Aumentano, invece, i pubblici esercizi: 6.050 al 31 dicembre 2004 contro i 5.993 di fine 2003 con un + 0,9%. Nel 2004, a

pubblici esercizi (809 domande), settore dove il contingente è di fatto più elastico che in passato (fonte dei dati: Amministrazione comunale). "Il numero di chi ha chiesto di aprire un nuovo negozio è maggiore del 50% - sottolinea Larini - di chi avvia un'attività commerciale rilevando un esercizio già presente". "La richiesta di pubblici esercizi si conferma nonostante perdersi per il settore un trend non positivo" aggiunge Lionella Maggi, vicepresidente vicario di Fimaa Milano e responsabile del settore aziende. A Milano i bar hanno ridotto gli incassi del 10/15% e i ristoranti del 15-20%. Le maggiori richieste percentuali di incremento di valutazione per esercizi in ubicazioni primarie riguardano, a Milano, i generi di monopolio e le ricevitorie giochi, i già ricordati bar (tavole fredde e calde), panifici/pasticcerie, rivendite di pane; le pizzerie/trattorie (dove la domanda, più contenuta, è mirata alle aziende a conduzione familiare), le edicole con chiosco. Domanda buona per l'abbigliamento, ma solo nelle ubicazioni esclusive.

Buonuscite e Affitti		
VIE DI MAGGIOR INTERESSE COMMERCIALE DI MILANO		
LOCALI DAI 70 MQ AI 100 MQ CON 2/3 VETRE		
VIE COMMERCIALI	BUONUSCITE	AFFITTI ANNUI PER MQ.
Via Montenapoleone	€ 2.000.000 / € 6.000.000	€ 2.000 / € 3.500
Corso Vitt. Emanuele	€ 2.000.000 / € 5.000.000	€ 1.500 / € 3.000
Galleria Vitt. Emanuele	€ 1.500.000 / € 4.000.000	€ 800 / € 2.000
Via della Spiga	€ 1.500.000 / € 3.500.000	€ 1.500 / € 3.000
Via Dante	€ 500.000 / € 2.000.000	€ 800 / € 1.500
C.so Venezia	€ 350.000 / € 1.800.000	€ 750 / € 1.500
Via Manzoni	€ 350.000 / € 1.500.000	€ 1.000 / € 2.000
C.so Vercelli / Via Beiflore	€ 300.000 / € 1.500.000	€ 800 / € 1.500
C.so Buenos Aires	€ 300.000 / € 1.500.000	€ 750 / € 1.500
Via Torino	€ 250.000 / € 1.000.000	€ 600 / € 1.400
C.so XXII Marzo	€ 300.000 / € 750.000	€ 500 / € 1.000
C.so di P.ta Ticinese	€ 200.000 / € 600.000	€ 500 / € 1.000
C.so Como	€ 150.000 / € 500.000	€ 650 / € 1.200
C.so Genova	€ 120.000 / € 400.000	€ 500 / € 1.000
Via Paolo Sarpi	€ 60.000 / € 180.000	€ 250 / € 700
C.so San Gottardo	€ 60.000 / € 180.000	€ 250 / € 700

Dal Listino Aziende 2005 di Fimaa Milano



Mauro Danielli

Milano, sono state 1.915 le domande per aprire un negozio (a fronte di 1.927 comunicazioni di cessazioni d'attività); più elevata, in

proporzione, la richiesta per i

anche un sintetico giudizio sull'andamento della domanda e dell'offerta nelle varie tipologie d'azienda". Il Listino, per la prima volta, fornisce anche indicazioni sul valore delle buonuscite e degli affitti per i negozi delle maggiori vie commerciali delle varie città. Il Listino aziende di Fimaa Milano si inserisce in uno scenario che vede in leggera diminuzione, nel capoluogo lombardo, i negozi: 23.337 a fine 2004 contro i 23.754 del 2003, con un calo dell'1,8%

### Delibera della Giunta regionale lombarda Pubblici esercizi, orari più flessibili

*I pubblici esercizi potranno aprire prima delle cinque del mattino, a patto che osservino una fascia di chiusura notturna di non meno di quattro ore. Lo stabilisce una delibera della Giunta Regionale, su proposta dell'assessore al Commercio Mario Scotti, volta a introdurre una maggiore flessibilità nella gestione degli orari di apertura mattutina dei pubblici esercizi, «affinché -si legge nella delibera- i gestori possano offrire un servizio realmente corrispondente alle esigenze dei consumatori». Il comune potrà quindi autorizzare l'apertura di un bar alle 4 del mattino, a patto che la chiusura serale sia effettuata entro la mezzanotte del giorno precedente. Per maggiori informazioni rivolgersi all'Epam (027750347).*



**I caselli di Porta Venezia (stampa d'epoca)**

**A** Milano negli ex caselli daziari di Porta Venezia – dove ha sede l'Associazione panificatori – è stata inaugurata la sezione museale. L'Accademia della Crusca ha realizzato nei caselli una mostra permanente "Dalla lingua alla Nazione", e la Biblioteca Comunale Sormani ha dislocato un fondo librario che ha consentito la fondazione della "Biblioteca del pane e dell'alimentazione Luraschi-Marinoni". Si è allestita inoltre la mostra d'arte contemporanea "Guida, Nido, Vescovi: tre artisti milanesi a Milano". L'Accademia della Crusca ha accolto con interesse l'invito dell'Associazione panificatori di Milano di far rivivere nella "Casa del Pane" lo spirito che animò gli Accademici della Crusca nella loro attività. "Con la nascita della Casa del Pane – ha affermato Antonio Marinoni, presidente dell'Associazione panificatori – i panificatori milanesi hanno realizzato un accostamento che, a prima vista, può apparire insolito ai visitatori. In realtà, l'accostamento fra grano e linguaggio non è per nulla casuale. La storia del pane e la storia della lingua parlano del valore di due beni primari per la vita e, congiuntamente,



## La Casa del Pane aperta ai milanesi

**Agli ex caselli di Porta Venezia inaugurata la sezione museale: collaborazione tra Associazione panificatori e Accademia della Crusca**

parlano della storia della civiltà italiana". Così nasce il progetto della mostra permanente "Dalla lingua alla nazione" in collaborazione con i panificatori e con i fondatori dell'Accademia della Crusca. Le riproduzioni fedeli di sei pale degli accademici e di quattro ritratti (Capponi, Giusti, Monti, Manzoni), i sette pannelli con testi e immagini e le riproduzioni di pagine di volumi nelle tre bacheche, illustrano il percorso storico di formazione e affermazione della lingua italiana. I simboli dell'Accademia della Crusca creano la connessione concettuale e iconografica tra la lingua e il pane, alimento primo dell'uomo. La Biblioteca Sormani del pane e dell'alimentazione "Fondo librario Luraschi-Marinoni" è la maggiore raccolta di settore in Italia a disposizione del pubblico. Oltre 6000 volumi, nuovi, antichi o antichissimi (alcuni di quattrocento e più anni), per imparare tutto sull'arte bianca sfogliando ma-

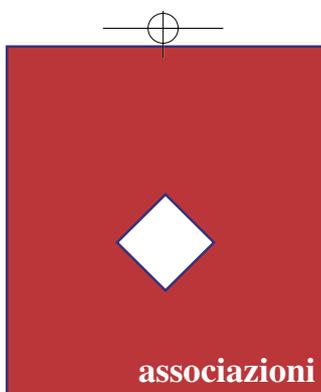


**...e gli ex caselli oggi**

nuali del "moderno panificatore", lezioni trascritte dei più famosi maestri fornai del Novecento o trattati sui fattori che influiscono sul sapore e sull'aroma del pane, monografie come quella britannica sulla chimica del "macaone" o sulla congelazione rapida, dispute tra panettieri di Milano e consumatori inferociti per i prezzi, come "Gli esercenti di fronte al problema della vita cara", uno scritto del 1925 dell'ingegner Arnaldo Luraschi, presidente dell'Associazione nazionale panificatori dal 1916 al '45. Porta il nome di questo panificatore figlio di panettieri milanesi, ma anche bibliofilo, il fondo di 3100 libri custodito per lungo tempo dalla Biblioteca Comunale Sormani e prestatato, per i prossimi vent'anni, alla nuova "Casa del Pane". Al Fondo Luraschi si è aggiunto quello di Antonio Marinoni che contiene altri 3000 titoli tra libri, riviste d'epoca e periodici, raccolti in 45 anni. La Biblioteca del pane e dell'alimentazione ha il sostegno della Banca Popolare di Milano. La Casa del Pane è aperta al pubblico dal martedì al sabato (dalle 15 alle 19.30). Per informazioni telefonare all'Associazione panificatori: 02.20408091.



**Antonio Marinoni**



*Dopo le denunce di 24 gestori a Milano e provincia*

## Benzinai, incontro di Figisc e Anisa con il comandante della Guardia di Finanza di Milano

**I**ncontro a Milano - presso la sede del Comando Provinciale della Guardia di Finanza - tra il comandante provinciale colonnello Michele Carbone e i presidenti di Figisc Luca Squeri e di Anisa Stefano Cantarelli (i sindacati dei gestori carburanti aderenti all'Unione di Milano). L'incontro - che era stato subito chiesto dai sindacati dei benzinai - è giunto dopo i risultati, resi noti dalla Guardia di Finanza, delle indagini che hanno portato alla denuncia di 24 distributori di Milano e provincia con le contestazioni di frode nell'esercizio del commercio.

Al comandante Carbone è stata sottolineata, da parte di

Figisc e Anisa, la piena collaborazione: i sindacati dei gestori sono infatti i primi a volere che l'autorità di controllo svolga a pieno i suoi accertamenti". "Nei riguardi dell'opinione pubblica - ha dichiarato Squeri - occorre la massima chiarezza: non bisogna disorientare il consumatore e occorre evitare che si faccia di tuttata l'erba un fascio criminalizzando l'intera categoria dei gestori".

Il clima disteso e sereno dell'incontro ha permesso uno scambio di vedute improntate al rispetto dei reciproci ruoli: "abbiamo messo a disposizione della Guardia di Finanza - spiega Squeri - il quadro di elementi a nostra conoscenza".

Elementi che inducono a ribadire come sia stata sproporzionata l'eco data ai controlli effettuati rispetto al reale riscontro durante le indagini. Nel corso dei controlli effettuati negli ultimi mesi, sui 24 gestori oggetto di riscontro di

illecito è opportuno, infatti, distinguere - rilevano Figisc e Anisa - tra reati per i quali è presumibile la natura dolosa



**Luca Squeri**

rispetto alla maggioranza dei casi per cui, pur essendo obbligatoria la denuncia alle Autorità competenti, la casistica normalmente ne registra l'archiviazione perché viene accertata la mancanza di dolo. Si tratta infatti di quei casi in cui il gestore è ritenuto dalla legge "utente metrico" rispetto ad apparecchiature che non sono di sua proprietà e sulle quali la legge gli vieta di effettuare qualsiasi tipo di intervento.

Il colonnello Carbone ha ribadito che le denunce sono relative a fatti specifici al vaglio delle competenti autorità; che sono, peraltro, in corso altre indagini nel settore, e che va sottolineata l'opportunità di evitare apodittiche generalizzazioni.

*Proposti da Promo.Ter e Assintel con il finanziamento della Camera di commercio*

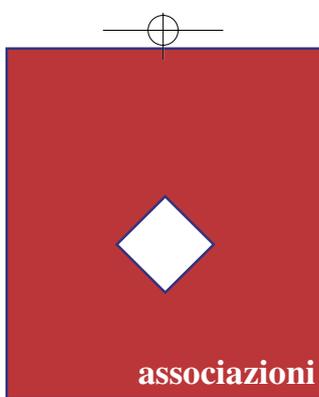
### Programmi informatici: corsi di formazione per gli addetti delle imprese milanesi

*Promo.Ter Unione e Assintel propongono 11 corsi di formazione (per l'utilizzo di programmi informatici) realizzati grazie ad un finanziamento della Camera di commercio di Milano e rivolti agli addetti di tutte le aziende di Milano e Provincia: Word avanzato - Excel avanzato - Access avanzato - PowerPoint avanzato - Macromedia Dreamweaver Mx - Macromedia Flash - Adobe Photoshop - XHTML - Sql Oracle - Sicurezza delle reti - Comunicazione per call center.*

*Le iscrizioni sono aperte all'indirizzo: [http://www.assintel.it/venti/corsi\\_attivi.jsp](http://www.assintel.it/venti/corsi_attivi.jsp)*

*Per informazioni contattare la segreteria corsi di Assintel allo 027750.231-5 (oppure scrivere agli indirizzi e mail: [elena.losi@assintel.it](mailto:elena.losi@assintel.it) e [paola.verdicchio@assintel.it](mailto:paola.verdicchio@assintel.it)).*

**Unioneinforma**  
aprile 2005



*In Unione il convegno  
con il viceministro alle Attività produttive  
Adolfo Urso*

## Assofermet: rottami per acciaierie e fonderie a rischio stop

**R**ottami: rifiuti o materie prime secondarie? La grande incertezza normativa che vede l'Italia a rischio d'infrangimento comunitaria è stata al centro del convegno che Assofermet (l'Associazione nazionale dei commercianti in ferro e acciai, metalli non ferrosi, rottami ferrosi, ferramenta) ha promosso all'Unione di Milano con la partecipazione del viceministro alle Attività produttive Adolfo Urso. "Obiettivo dell'incontro era quello - spiega Assofermet - di fare il più possibile chiarezza".

**Caos  
normativo:  
per le imprese  
sempre più difficile  
lavorare**

La normativa nazionale, rafforzata da una recente integrazione del decreto Ronchi, considera il rottame ferroso e non ferroso - che l'operatore tratta e conferisce ad acciaierie e fonderie - materia prima secondaria; per l'Unione Europea, invece, si tratta di un rifiuto. Questa situazione di differen-



ziazione normativa - in Italia il 63% della produzione d'acciaio deriva dai rottami - pone innanzitutto in uno stato permanente di incertezza l'attività degli operatori di Assofermet (in Italia vengono rifuse ogni anno 15 milioni di tonnellate di materiale ferroso e non ferroso): non sono, infatti, infrequenti i casi - con rischio, anche, di risvolti penali - di sequestro, da parte degli organi di controllo, del materiale inviato ad acciaierie e fonderie perché trasportato con mezzi non idonei al trasporto di rifiuti. Ma, rileva Assofermet, un rischio - con il ricorso del Tribunale penale di Terni pendente alla Corte Costituzionale sulla legittimità dell'integrazione al decreto Ronchi - lo corre l'intera filiera perché acciaierie e fonderie hanno la necessità assoluta di rifornimenti regolari di rottame. Questa situazione ha già conseguenze pratiche di rilievo: emblematico - sottolinea Assofermet - il caso del Porto di Marghera dove la Procura della Repubblica non consente più lo sbarco dei rottami e dove si è passati da una movimentazione di 250.000-300.000 tonnellate al mese allo 0 di febbraio.

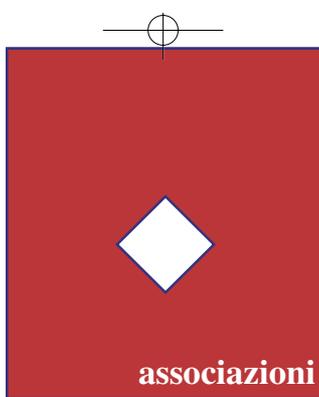
## Ancic: dalla Finanziaria una "stangata" per le imprese di informazioni commerciali

*Imprese di informazioni commerciali vicine al "ko" se non verranno modificate le norme introdotte con la legge Finanziaria 2005. L'allarme è stato lanciato a Milano in occasione dell'assemblea generale di Ancic, l'Associazione nazionale delle imprese di informazioni commerciali e gestione del credito.*

*La Finanziaria 2005 - rileva Ancic - ha introdotto il principio di "proprietà dell'informazione" e imposto il divieto di accesso e riutilizzo commerciale delle informazioni catastali e ipotecarie. Ora le imprese del settore devono stipulare obbligatoriamente una convenzione con l'Agenzia del Territorio: per ogni singolo accesso alla banca dati si paga un tributo di 4 euro più altri 4 euro per ogni singolo riutilizzo dell'informazione commerciale.*

*"Questo significa - spiega Cosimo Elia, presidente di Ancic - portare di fatto al collasso la nostra attività". I "report" realizzati dalle imprese di informazioni commerciali - ad Ancic aderiscono tutte le maggiori aziende del settore (come Dun & Bradstreet, Lince, Crif) che rappresentano l'80% di un mercato valutato, nel 2004, in 400 milioni di euro - contengono in gran parte questo tipo di informazioni "e la norma - rileva Elia - non fa neppure distinzione fra l'attività di fornitura delle informazioni così come sono e quella di un'elaborazione più complessa che attiene all'attività propria delle imprese di informazioni commerciali". Nell'ordine del giorno approvato dall'assemblea di Ancic - che ha proclamato lo stato di agitazione della categoria - si invitano le aziende a non sottoscrivere la convenzione con l'Agenzia del Territorio: "norme così penalizzanti - conclude Elia - porteranno molte imprese, soprattutto quelle più piccole, fuori dal mercato con ripercussioni certe sugli occupati e l'indotto". Sono 2.000, in Italia, i dipendenti e collaboratori delle imprese di informazioni commerciali.*

**Unioneinforma**  
aprile 2005



# ASCOFOTO

## I fotonegozianti aiutano l'Unicef

*Di rilievo la collaborazione dei fotonegozianti alla campagna promossa per l'Unicef "Regala tante dosi di vaccino ai bambini del mondo!" con il recupero, per tutto il 2005, delle macchine fotografiche monouso. Per ogni monouso restituita dai fotonegozianti a Obiettivo Ambiente, sarà donato all'Unicef un contributo pari al valore di una dose di vaccino antipolio. Il numero verde per questa campagna è 800829176.*



**D**all'1 al 15 luglio – a Milano, Palazzo dei Giureconsulti – si svolgerà una mostra fotografica dedicata alle Frecce tricolori in occasione del 45° anniversario della pattuglia acrobatica dell'Aeronautica militare. La mostra, di Mauro Vicario, è organizzata da Aif (l'Associa-

**C**on 51.000 visitatori e 300 espositori su 25.000 metri quadrati di superficie totale, Photoshow – la rassegna della fotografia e del digital imaging svoltasi a marzo in Fiera Milano – ha confermato i buoni risultati della precedente edizione. Presente a Photoshow Ascofoto: nello stand dell'associazione sono state promosse iniziative di richiamo per far conoscere sempre più i servizi dei fotonegozianti al grande pubblico nella fotografia digitale: "in quattro giorni – spiega il presidente di Ascofoto Dario

Bossi – abbiamo masterizzato gratuitamente 950 cd di fotografie e distribuito il materiale con l'elenco degli operatori associati".



Photoshow è stata anche l'occasione, per Ascofoto, di incrementare il numero degli associati.

## Dall'1 al 15 luglio la mostra fotografica sulle Frecce tricolori

**Organizzata da Aif in collaborazione con la Camera di commercio di Milano: si svolgerà a Palazzo dei Giureconsulti**

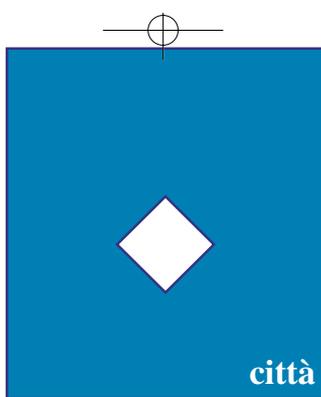
zione italiana fotodigital imaging alla quale aderiscono le associazioni rappresentative del mercato della fotografia: dai produttori, ai grossisti, ai fotonegozianti di Ascofoto) in collaborazione con la Camera di commercio milanese. "La mostra fotografica – spiega il presidente di Ascofoto Dario Bossi – raccoglierà oltre 50 immagini di

grande formato e stiamo cercando di poter collocare anche il monitor per la simulazione del volo. Le Frecce tricolori sono molto amate dal pubblico: la mostra, siamo fiduciosi, sarà una bella sorpresa per i milanesi".

## In Unione il 17 ottobre Pma Europe 2005

*L'Unione di Milano, con l'organizzazione di Ascofoto, ospiterà il 17 ottobre il Pma (Photo marketing association) Europe 2005 con quattro sessioni di formazione per gli operatori del mercato della fotografia e l'esposizione di prodotti con le maggiori aziende dell'imaging. Per informazioni sull'evento contattare la segreteria di Ascofoto (027750267, ascofoto@unione.milano.it).*

**Unioneinforma**  
aprile 2005



*Il concorso ippico e la Festa di primavera promossi da Unione (con Promo.Ter) e Ascoart*

## Villa Litta Affori, un giorno da Ascot

**U**na domenica speciale a Milano, il 20 marzo, per Affori con la decima edizione (la "prima volta" alla metà degli Anni '80 con successivi periodi di interruzione) del Concorso ippico "Città di Milano" nel parco della settecentesca Villa Litta e i vent'anni di Ascoart (l'Associazione dei commercianti ed artigiani di Affori) celebrati con la Festa di Primavera. Concorso e Festa che hanno richiamato diverse migliaia di milanesi.

Il concorso ippico è stato promosso da Unione (con Promo.ter) e Ascoart con la collaborazione dell'Assessorato al Turismo della Regione Lombardia, il Comune di Milano (assessorati ai Lavori pubblici - ripartizione parchi e giardini - e Commercio), il Consiglio di Zona 9, Atm, Apeca (l'Associazione milanese del commercio ambulante) e il Comitato Regionale Lombardo della Federazione Italiana Sport Equestri (Fise). Al parco di Villa Litta è intervenuto

**Manifestazione realizzata con la collaborazione dell'Assessorato al Turismo della Regione e il Comune di Milano**



**Il presidente di Ascoart Giacomo Errico ha dato un riconoscimento "a chi - l'allora sindaco di Milano Paolo Pillitteri e gli assessori Paolo Malena e Giuliano Banfi - da subito ha creduto nell'idea del concorso portando un evento sportivo in un parco splendido alla periferia della città"**

il vicesindaco di Milano Riccardo De Corato. La manifestazione (tra gli sponsor Erg Petroli) si è sviluppata nell'arco dell'intera giornata con negozi aperti nel quartiere e un centinaio di bancarelle di ambulanti ed artigiani. L'evento ha riproposto la concreta volontà di collaborazione tra Unione e istituzioni pubbliche per riqualificare le periferie e il verde. Sei le competizioni effettuate, 150 i cavalli in gara. Il cavallo



olandese Mamulet, montato da Denis Bressanelli, ha vinto la competizione di categoria maggiore - con gli ostacoli più alti (1 metro e 30) - del concorso ippico. Numerose le iniziative (di contorno all'evento sportivo) predisposte nel

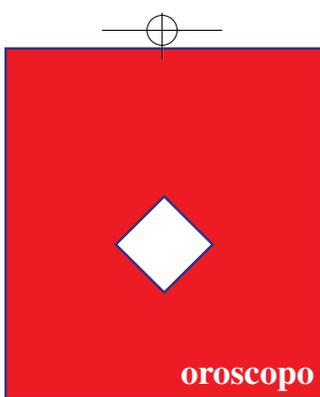
parco di Villa Litta e nel quartiere per la festa: dal corteo storico con sbandieratori e musicisti alle animazioni degli artisti di strada, alle giostre e cavalcate gratuite con i pony nel parco di Villa Litta per i più piccoli (con l'assistenza di istruttori). Per i bambini quest'anno c'è stata la novità del trenino nelle vie (con il primo giro offerto dai commercianti di Affori)

ed è stato riproposto il teatro dei burattini. Per le famiglie, invece, l'opportunità di un giro in carrozza dentro e fuori dal parco.

La sicurezza nel parco è stata garantita dalla presenza di Carabinieri, Polizia e Vigili a cavallo (coadiuvati dalle Giacche Verdi).



**Unioneinforma**  
aprile 2005



Dal 10 aprile al 10 maggio

i più fortunati sono... i nati dal 21 al 30 maggio  
i meno fortunati sono... i nati dal 23 al 30 novembre



**ARIE**  
**ARIEETE**  
(21/3 - 20/4)  
Sole e Mercurio transitano nel vostro segno con

Marte positivo: mese di novità, progetti facilitati, buonumore. Per i nati della terza decade Saturno è ancora in opposizione, ma in questo mese la situazione dovrebbe alleggerirsi. Continua anche l'opposizione di Giove per i nati intorno alla fine di marzo, stemperata dal complessivo clima di allegria.



**TORO**  
(21/4 - 20/5)  
Marte in aspetto conflittuale per i nati della terza decade:

ciò significa nervosismo e troppo lavoro. Il primo maggio Marte entra nei Pesci e, con Venere nel Toro, per i nati della prima decade il mese si prospetta denso di novità e pieno d'energia. Per tutti, comunque, il periodo continua ad essere molto positivo: non vi sono aspetti conflittuali verso il vostro Sole fino alla metà di luglio.



**GEMELLI**  
(21/5 - 21/6)  
Malgrado Urano e Plutone siano sempre in contrasto, Sole, Mercurio, Giove ed anche Marte (fino al primo maggio) sono molto positivi:

per i nati della seconda e terza decade si prospetta, quindi, un periodo più tranquillo ed equilibrato. Per i nati della prima decade, dal primo maggio con l'ingresso di Marte nei Pesci, si avrà invece un mese stressante con tanta energia in surplus che può provocare litigi e incidenti di vario genere. Evitate le operazioni chirurgiche.



**CANCRO**  
(22/6 - 22/7)  
Venere, il 15 aprile, entra nel Toro e Marte, il primo maggio, entra nei Pesci favorendo i nati di giugno che beneficeranno di molta energia, ma anche equilibrio. I progetti sono facilitati. Mercurio e Sole si collocano, però, in posizione negativa e potrebbero provocare (ma solo per i nati della terza decade) problemi di lavoro e incomprensioni. Per i nati della seconda decade Giove (negativo) "consiglia" di evitare atteggiamenti arroganti.



**LEONE**  
(23/7 - 22/8)  
Sole, Venere e Mercurio sono positivi al Sole dei nati della

terza decade anche se, fino al primo maggio, subiscono l'opposizione di Marte che porta un po' di nervosismo e qualche contrattempo. La situazione, comunque, è nel complesso favorevole. Venere, invece, dal 15 aprile si pone in posizione di quadratura dal Toro; per i nati della prima decade potrà esserci qualche giornata di umore poco brillante.



**VERGINE**  
(23/8 - 22/9)  
Marte, dal primo maggio, si mette in opposizione ai nati della

prima decade insieme ad Urano: in arrivo stress e nervosismo. Ma Venere, già dal 15 aprile è positivo e aiuta a rendere il periodo meno faticoso. Per i nati della terza decade, invece, il sestile di Saturno sostiene progetti razionali ed umore equilibrato.



**BILANCIA**  
(23/9 - 22/10)  
Mercurio e Sole, in questo mese, sono in opposizione: per i nati della terza decade, con Saturno sempre negativo, le cose non si prospettano favorevoli. Viene in aiuto Marte, fino al primo di maggio, mantenendo coraggio e diplomazia nell'affrontare i problemi. Giove è sempre congiunto ai nati intorno a fine settembre e favorisce le attività sia di svago che lavorative.



**SCORPIONE**  
(23/10 - 21/11)  
Marte, dal primo maggio, lascia il segno dell'Acquario

e i nati della terza decade (sostenuti da Saturno) godranno di un periodo più tranquillo. Anche per i nati della prima decade il periodo è sempre molto positivo e dal primo maggio Marte raggiunge Urano in posizione di trigono portando novità ed energia. Molto buoni l'umore e la salute (nonostante l'opposizione di Venere).



**SAGITTARIO**  
(22/11 - 20/12)  
Marte dal primo maggio è quadrato ai nati della

prima decade portando nervosismo, cambiamenti improvvisi e fastidiosi, difficili da affrontare, con litigi e accessi di collera insidiosi anche per la salute. Mercurio e Sole favoriscono i nati di dicembre: facilitati in particolare i viaggi.



**CAPRICORNO**  
(21/12 - 19/1)  
Marte è positivo dal primo maggio per i nati di dicembre insieme

ad Urano e a Venere dal 15 aprile: energia, buonumore e cambiamenti positivi. Mercurio e Sole sono invece negativi per i nati della terza decade insieme a Saturno. Anche Giove appare sempre negativo per i nati a fine dicembre: sconsigliate le firme dei contratti.



**ACQUARIO**  
(20/1 - 19/2)  
Giove sempre positivo per i nati a fine gennaio favorisce i

progetti ed arreca buona salute ed energia. Venere è poco propizio dal 15 aprile, ma tutto si risolverà in qualche giornata di noia. Marte lascia finalmente i nati a fine febbraio che, dal primo maggio, beneficeranno di un periodo più rilassato.



**PESCI**  
(20/2 - 20/3)  
Il primo maggio entra Marte nel segno e raggiunge Urano.

Attenzione alla salute, evitate luoghi e situazioni pericolosi, controllate la pressione e il cuore. Evitate le operazioni chirurgiche. Stress e litigi improvvisi. Saturno è invece sempre positivo per i nati della terza decade: favoriti i progetti e c'è un buon equilibrio psicofisico.

## Il cielo del mese

Il Sole è in Ariete, entra nel Toro il 21 aprile. Mercurio è in Ariete. Venere è in Ariete, entra nel Toro il 15 aprile. Marte è in Acquario, entra nei Pesci il primo maggio. Giove è nella Bilancia (9°). Saturno è nel Cancro (22°). Urano è nei Pesci (10°). Nettuno è nell'Acquario (17°). Plutone è nel Sagittario (24°). La Luna è piena nello Scorpione il 24 di aprile. Il nodo lunare passa da a 23 a 21 gradi dell'Ariete.

(A cura di E.T.)