



informa Unione

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

Timori di Confcommercio

**Sulla strada della ripresa
L'INCOGNITA DEI CONSUMI**



*Pmi lombarde del turismo
Incentivi dalla Regione*

*Shopping e sport, corso Buenos Aires e il Salone del ciclo
IL SETTEMBRE MILANESE*

*Agenti di commercio
non iscritti a Ruolo
Progetto di legge
per inasprire le sanzioni*

smau 2004

un biglietto con Unione Informa

Sommario

Settembre 2004 - N. 8 ANNO 9

ATTUALITA'

2

VENDITE AL DETTAGLIO, INFLAZIONE, CARO-PETROLIO E STAGIONE TURISTICA: CONFCOMMERCIO PREOCCUPATA PER LA FORTE STAGNAZIONE DELLA DOMANDA INTERNA

ATTUALITA'

7

INCENTIVI PER LE PMI DEL TURISMO APPROVATI DALLA GIUNTA REGIONALE

ASSOCIAZIONI

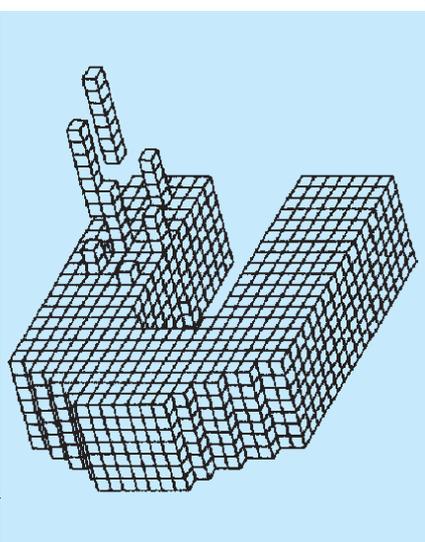
23

AGENTI DI COMMERCIO NON ISCRITTI A RUOLO: PROGETTO DI LEGGE PER INASPRIRE LE SANZIONI

La realizzazione di questo numero di **UnioneInforma** è stata ultimata il 2 settembre.

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



Milano riferimento per tanti "milanesi"

Si è parlato di Milano come di una "città infinita" e a me pare una lettura interessante. Una città che cambia e che non è solo quella stretta dentro la cerchia dei Navigli e nemmeno nei confini comunali.

Governare questa realtà richiede alleanze variabili. Sempre meno basate sul territorio, ma sempre di più su funzioni comuni. Ecco perché l'idea di area metropolitana va ripensata in base ai servizi, alle infrastrutture, alla sanità, all'ambiente, alle funzioni sovracomunali insomma.

Si governa la città con strumenti ordinari. Dalla viabilità all'ambiente, alla sicurezza. Tutti temi nei quali l'Unione è presente.

Ci sono poi i progetti straordinari. E su questo si gioca la competitività di tutti, che significa migliore qualità della vita.

La nuova Milano non vede da diversi anni così grandi progetti e investimenti di riqualificazione e di "ridestinazione" dello spazio urbano. Penso alla Scala. Al polo esterno e al polo interno della Fiera. Alla Brebemi. Alla Città della Moda.

Ci sono poi tante "città metropolitane" e non una sola. Nel tempo della globalizzazione, che sta cambiando identità ed appartenenza, resta centrale la "grande città", intesa come nodo di una grande rete.

Ed è una città nuova, perché è prima di tutto "terziaria", centro di servizi.

Ecco allora che non è tanto importante quanti sono i milanesi che risiedono a Milano, quanto invece quelli che si sentono "milanesi", perché scelgono Milano come punto di riferimento. Questo significa che la qualità dei servizi e della vita non si misura oggi sui residenti, ma sui tanti cittadini "milanesi", a partire da quelli che vi lavorano. E qui ritorna il ruolo del mondo dei servizi, che oggi caratterizza questa città.

Una realtà come quella dell'Unione, fatta di tanti piccoli imprenditori che vivono in simbiosi con il territorio, non può non farsi carico, in termini di proposta, dei temi della città.



CARLO SANGALLI
Presidente dell'Unione di Milano

DATI e SCENARI

La preoccupazione di Confcommercio per la forte stagnazione della domanda interna

I CONSUMI restano FERMI

L'incognita dei prezzi petroliferi sulle possibilità di crescita del sistema

■ Ferme le componenti interne, soprattutto l'alimentare, e ancora tensioni per il caro-petrolio che rischiano di compromettere la diminuzione dell'inflazione: così il Centro Studi Confcommercio ha commentato i dati di agosto.

La situazione relativa ai prezzi dei prodotti petroliferi rischia non soltanto di compromettere le possibilità di rientro dell'inflazione, ma anche di annullare le speranze di crescita del sistema, che già sconta una dinamica della domanda per consumi da parte delle famiglie molto debole.

Per le vendite al dettaglio di giugno (dati diffusi dall'Istat) si è avuto infatti solo un modestissimo recupero dopo la pesante flessione di maggio.

Il mancato "decollo" delle vendite

al dettaglio preoccupa la Confcommercio. In termini reali, cioè al netto della variazione dei prezzi, la crescita di giugno 2004 rispetto allo stesso mese del 2003 è stata di appena lo 0,5% (sintesi di un -0,6% nell'alimentare e di un +0,7% nel non alimentare).

Ma a destare più preoccupazione è stato l'andamento del primo semestre, che evidenzia una flessione delle vendite in quantità di circa l'1% rispetto allo stesso periodo del 2003, con una riduzio-

ne doppia (-2,0%) nell'alimentare, che raggiunge il -4,7% nel caso delle piccole superfici di vendita specializzate nel food.

Queste dinamiche - ha rilevato il Centro Studi Confcommercio - confermano la forte stagnazione della domanda interna, debolissima proprio nella componente dei consumi di beni delle famiglie, che dovrebbe invece sostenere e alimentare l'indispensabile ripresa senza la quale la crescita italiana rischia di rimanere ben al di sotto dell'1%, attestandosi sui non esaltanti valori dell'ultimo triennio.

In agosto inflazione stabile al 2,3%

■ In base ai dati dell'Istat, i prezzi al consumo sono saliti in ago-

sto dello 0,2% rispetto al mese precedente e del 2,3% rispetto ad agosto 2003. Su base annua, il tasso d'inflazione è quindi allo stesso livello del mese scorso. Le stime Istat confermano così le anticipazioni delle città campione.

Ad inchiodare ad agosto l'inflazione al 2,3% per il secondo mese



consecutivo sono state le diffuse tendenze disinflazionistiche nel capitolo alimentari: il comparto ha registrato una variazione congiunturale negativa dello 0,3%, mentre su base annua l'incremento è stato dell'1,8%, "la variazione più bassa da luglio 2000". Il 2,3% registrato in agosto è fortemente caratterizzato dalla flessione della voce alimentari, imputabile soprattutto agli alimentari freschi: gli ortaggi - evidenziano i tecnici dell'Istituto nazionale di statistica - hanno infatti registrato una variazione tendenziale negativa dell'1,6%; decrementi meno marcati si sono avuti per la frutta, dove il tasso tendenziale si mantiene positivo al 2,8% pur mostrando una netta decelerazione rispetto al +4,8% tendenziale di luglio ed al +6,3% di giugno.

Comunicazione, alimentari, alberghi e servizi sanitari sono i quat-



tro capitoli in cui si è registrato un rallentamento del tasso di inflazione tra luglio ed agosto: le comunicazioni sono scese rispetto a luglio 2004 dello 0,7% a causa del calo dei prezzi degli apparecchi telefonici (-2,6% congiunturale), mentre la variazione tendenziale è risultata negativa per il 7,8%. I servizi sanitari e le spese per la salute sono salite su base annua dell'1,6% a fronte di un -0,1% registrato a livello congiunturale.

In rallentamento, infine, i prodotti alimentari e gli alberghi. I trasporti sono il capitolo che ha registrato la variazione congiunturale più accentuata (+1,1%). Si tratta di un capitolo sotto pressione a causa delle tensioni sul fronte dell'energia e soprattutto della benzina, i cui prezzi sono saliti rispetto a luglio dell'1% e rispetto ad agosto 2003 del 9,4%, ha rilevato l'Istat ricordando che la voce trasporti pesa nel paniere per il 13%, mentre gli alimentari rappresentano il 16% dell'indice Nic. In base alle stime, l'indice armonizzato dei prezzi al consumo (calcolato considerando anche i prezzi che presentano riduzioni temporanee per saldi e vendite promozionali) ha registrato nel mese di agosto un calo dello 0,3% rispetto al mese precedente e un rialzo del 2,3% rispetto allo stesso mese dello scorso anno.

Turismo Stagione in "chiaroscuro"

Federalberghi: niente ferie per il 36% degli italiani. Durata media delle vacanze: 13 giorni

■ I dati Federalberghi indicano un andamento del turismo in "chiaroscuro" come ha sottolineato il presidente della Federazione Bernabò Bocca. "Un buon 36% della popolazione - ha detto il presidente di Confturismo-Federalberghi - non si è potuto permettere nemmeno una sola notte fuori casa per svago". Secondo Bocca, la crescita del turismo in Italia si è di fatto fermata nonostante una stagione sostanzialmente in linea con quella del 2003. Dalle rilevazioni di Federalberghi risulta che dei 34 milioni di italiani (6 su 10), che sono andati

in vacanza, l'81%, pari a 27,5 milioni, è rimasto in Italia mentre il 19%, pari a 6,5 milioni (lo stesso numero del 2003), è andato all'estero.

In giugno ad andare in vacanza sono stati 10 milioni di italiani, dei quali 8 nel nostro Paese e 2 all'estero; in luglio si sono mossi in 12 milioni, dei quali 9,6 in Italia e 2,4 fuori; in agosto sono stati in vacanza, essenzialmente nelle due settimane a cavallo di Ferragosto, in 23,8 milioni, dei quali 19 in Italia e 4,8 all'estero, mentre in questo settembre ad andare in vacanza dovrebbero essere in 7 milioni, dei quali 5,6 in Italia e 1,4 fuori dai confini.

Quanto alla durata media delle vacanze, è stata di 13 giorni, composti per chi è andato in ferie a luglio da 7 giorni più 2 weekend negli altri mesi estivi; mentre chi è andato in ferie in agosto ha fatto una vacanza continuata di 10 giorni e un weekend negli altri mesi.

Dei 20,5 milioni di italiani (pari al 36% della popolazione) che non hanno fatto neanche un pernottamento nelle strutture alberghiere, secondo Federalberghi, il 26% lo ha fatto per mancanza di soldi, il 19% per motivi familiari, un altro 19% per motivi di lavoro, il 4% per i costi turistici troppo elevati, il 3,5% perché intende fare le vacanze in un altro periodo dell'anno e lo 0,4% perché si è detto preoccupato dalla possibilità di attentati terroristici.



Milano in agosto



negozi aperti

■ Più negozi aperti a Milano in agosto. E' il dato che emerge dal Comune. Anche nell'ultima settimana del mese di ago-



nese ha rispettato la parola data" ha commentato Roberto Predolin (foto), assessore al Commercio di Palazzo Marino.

"Le rilevazioni effettuate dalla Polizia Annonaria confermano infatti un livello di aperture in netta crescita. Si è registrato mediamente un aumento del 20% rispetto alla settimana prima, in alcuni casi questo ha comportato quasi il raddoppio delle aperture". Il

sto, "il commercio mila-

commercio è arrivato quindi preparato ad accogliere il rientro dei milanesi dalle ferie.

Alcuni dati: nell'ultima settimana di agosto i negozi alimentari rimasti aperti sono stati 997, il 44% del totale, con una sostanziale tenuta rispetto allo scorso anno.

La punta minima di aperture è stata in zona 1 con il 34%, la massima in zona 3 con il 53%. Aperto il 100% dei supermercati alimentari e dei mercati rionali. Ottima la presenza degli operatori nei 23 mercati comunali attivi, 188 pari al 65% degli effettivi, il 7% in più rispetto allo stesso periodo del 2003 e quasi il 20% in più rispetto alla settimana precedente.

Fra i pubblici esercizi sono risultati aperti 1067 ristoranti (54%) e 2190 bar (54%).

E il 18 settembre con lo **SPORT** la città' si anima per la **MODA**

Iniziative in centro e periferia. Annunciate dall'assessore al Commercio Predolin la possibilità di tenere aperti i negozi fino a mezzanotte

Predolin ha annunciato per il 18 settembre "Milan for shopping" una serie di eventi per animare la città ed invogliare i milanesi a scoprire le nuove proposte delle collezioni moda dell'autunno 2004. Filo conduttore saranno eventi legati allo sport con gare di scherma, golf, arti marziali, pallavolo, basket e kick boxing per le strade cittadine. Le iniziative, realizzate anche in collaborazione con le associazioni di via, non riguarderanno soltanto il centro. A tutti i commercianti - ha annunciato Predolin - verrà data la possibilità di tenere aperto fino a mezzanotte. E' un'iniziativa importante che vivacizza Milano, ha commentato il vicepresidente Unione Renato Borghi.

La Giunta ha approvato il Pia (Pacchetto integrato di agevolazioni)

■ La Giunta della Regione Lombardia ha approvato (il 19 luglio) il Pia, "Pacchetto integrato di agevolazioni: sviluppo turistico alberghiero". Il Pia costituisce una nuova modalità di incentivazione che, integrando leggi regionali (l.r. 36/88) e leggi nazionali delegate (l. 1329/65 - legge Sabatini), consente di unificare e semplificare le procedure di accesso e di concessione degli interventi di agevolazione a favore delle piccole e medie imprese che operano nel settore turistico alberghiero (con sede o unità locale situata nella regione) purché l'investimento oggetto di agevolazione sia localizzato in Lombardia.

Con questo provvedimento sono state recepite le richieste avanzate dall'Unione regionale. Le pmi operanti nel settore turistico alberghiero potranno usufruire di agevolazioni per:

- ✓ l'acquisto (nel limite del 5% per immobile già destinato ad uso ricettivo, nel limite del 10% per immobile con precedente diversa destinazione), costruzione, ricostruzione, ampliamento, completamento ed ammodernamento di immobili da destinarsi ad uso di albergo, motel, villaggi turistici (ex l.r. 36/88);
- ✓ gli investimenti connessi alla costruzione, ricostruzione, ampliamento, adattamento, completamento ed ammodernamen-



Recepiti le richieste dell'Unione regionale

to di strutture ed infrastrutture complementari o sussidiarie all'attività turistica e ricettiva, ivi compreso l'acquisto dell'immobile o dell'area quale parte integrante dell'investimento (ex l.r. 36/88);

- ✓ l'acquisto di attrezzature per servizi centralizzati e di nuove tecnologie per la gestione delle tipologie strutturali (ex l.r. 36/88);
- ✓ l'acquisizione di macchine o

Pmi lombarde del turismo INCENTIVI dalla Regione

sistemi di produzione di costo unitario o complessivo non inferiore a 25.000 euro (ex l. 1329/65).

La natura dei contributi, a seconda del tipo d'investimento operato, potrà essere:

- ✗ in conto interessi, su finanziamenti erogati dagli istituti di credito convenzionati (Titolo IV l.r. 36/88);
- ✗ in conto interessi su operazioni di sconto effetti, (legge 1329/65).

L'apertura dei termini per la presentazione delle domande è prevista per il 15 settembre.

Il bando e la modulistica sono stati pubblicati sul BURL n. 32 - 1° supplemento straordinario, del 3 agosto.



Per informazioni rivolgersi alla propria associazione territoriale e/o di categoria oppure allo Sportello Unione delle agevolazioni e del credito (presso Fidicommet - tel. 02/7630021).



CENTRO di MILANO

■ persone, + imprese

■ Nell'ultimo decennio la Zona 1 di Milano ha visto diminuire i suoi abitanti del 5,6%, mentre il numero delle imprese è aumentato del 126%: il rapporto ora è di un'impresa ogni quattro residenti. Nella Zona 1 vive il 7,65% dei milanesi: quasi 100 mila persone, e durante il giorno si arriva quasi a 20 mila lavoratori

al km², 5 volte tanto la media cittadina. Con notevoli ripercussioni sul trasporto pubblico (280 lavoratori per fermata contro una media di 180) e privato. Il dato emerge da un'indagine della Camera di commercio di Milano attraverso il Lab Mim, relativa ai periodi 1991-2001 per la popolazione e le imprese e 1993-2001 per l'andamento dei prezzi delle case.

Il capoluogo lombardo è passato da 1.358.692 di abitanti del 1991 a

1.304.942 censiti nel 2001 (-3,96%; -53 mila persone). Nello stesso periodo i residenti nella Zona 1, ovvero l'unità amministrativa comprendente il centro storico, sono diminuiti da 105.882 a 99.857 (-5,69%; -6 mila persone). Ora rappresentano il 7,65% dell'intera popolazione milanese (nel 1991 erano il 7,79%). Tra le altre zone di Milano, i residenti calano in particolare nella Zona 6 (-5,46%; -8.800 persone); nella Zona 3 (-5,04%; -7.400 persone); nella zona 4 (-4,92%; -7.800 persone); e nella Zona 8 (-4,48%; -8.200 persone). La contrazione è inferio-

Il ministro ANTONIO MARZANO ha riproposto il provvedimento per combattere il caro vita

Con la ripresa autunnale tiene banco il problema dei prezzi ed il ministro delle Attività produttive Antonio Marzano (foto qui a fianco) ha riproposto, fra le possibili misure, la liberalizzazione dei saldi. "Liberalizzazione - ha dichiarato Renato Borghi, presidente di Federazione Moda Italia (foto nell'altra pagina) - che dev'essere discussa non solo con la grande distribuzione, ma con tutto il mondo del commercio direttamente interessato: cioè i centomila operatori del comparto distributivo moda (oltre il 60% del mercato). Operatori che sono contrari a un provvedimento profondamente sbagliato".



sparenza e una grande confusione: il consumatore non capirebbe più qual è l'effettivo prezzo di un prodotto. Penso sia illusorio confidare su una riduzione dei prezzi (a parte che il settore non è mai stato nell'occhio del ciclone dal punto di vista inflattivo) proprio perché l'assenza di regole con l'annullamento di ogni chiara distin-

"Liberalizzare i SALDI? Nessun vantaggio per il consumatore"

"Vi sarebbero, infatti, pro e se - gue Borghi - sol - t a n t o una minore tran-

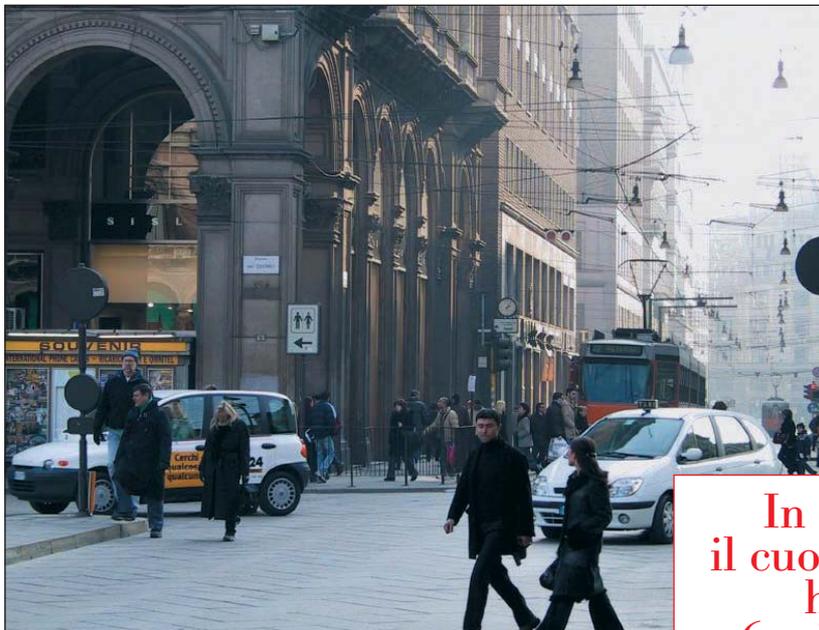
zione promozionale solleciterebbe il contrario: una rivisitazione al rialzo della struttura dei prezzi ordinari che risulterebbero solo formalmente scontati o ribassati".

"Ogni tipo di vendita - ha affermato il presidente di Federazione Moda Italia - ha una sua logica e il valore di uno sconto è legato anche a una motivazione di tipo commerciale o di vita dell'azienda. Davvero Marzano vuole offrire ai consumatori un'indistinta 'nebbia' di offerte? Senza considerare - e mi meraviglio che il ministro Marzano, il quale ha fra i suoi obiettivi la tutela del Made in Italy, non tenga conto di ciò - che si rischia di favorire la massiccia importazione

re alla media della città invece nella Zona 7 (-3,32%; -5.900 persone); nella Zona 5 (-2,71%; -3.300 persone); nella Zona 9 (-2,81%; -4.700 persone); e nella Zona 2 (-1,18%; -1.600 persone). Emerge un dato interessante: le zone in cui c'è stata una "fuga" di residenti più elevata sono anche quelle dove i prezzi delle case sono cresciuti di più. Milano non fa però eccezione rispetto alle altre metropoli, anzi: in Italia il centro storico va spopolandosi maggiormente a Roma (-18,19%), a Torino (-6,57%) e in parte anche a Napoli (-3,2%). Mentre in Europa

cala il centro di Parigi (-8,02%), Madrid (-6,38%) e Berlino (-5,54%). In controtendenza, tra le grandi città, solo il centro di

ro (10,6%) e nel commercio all'ingrosso e al dettaglio (22,1%); seguono le società di intermediazione monetaria e finanziaria (6,43%) l'alberghiero e la ristorazione (4,48%). Le attività immobiliari e di noleggio (da 4.454 a 11.366), il commercio all'ingrosso e al dettaglio (da 2.629 a 5.341) e gli alberghi ed i ristoranti (da 460 a 1.083) sono i settori che hanno fatto registrare un'accele-



**In dieci anni
il cuore della città
ha perso
6 mila abitanti,
ma ha guadagnato
migliaia di aziende
Le Zone a Milano
che perdono
più residenti
sono quelle
dove maggiormente
crescono i prezzi
delle case**

di beni di bassa qualità con danni, quindi, anche per la produzione italiana". "Un'ulteriore deregulation del commercio - conclude

Borghesi - rappresenta un'inutile scorciatoia rispetto al vero problema che resta il sostegno del reddito delle famiglie".



**RENATO
BORGHESI,
presidente
di Federazione
Moda Italia:**

**il vero problema
è il sostegno
del reddito
delle famiglie**

Londra (+3,7%) e di Amsterdam (+1%).

"Il tema delle periferie o, meglio, del rapporto equilibrato tra centro e periferia - ha commentato Carlo Sangalli, presidente della Camera di commercio di Milano e dell'Unione - è complesso e necessita di una progettualità condivisa. L'obiettivo comune a tutti i protagonisti del territorio dev'essere il riequilibrio di Milano assicurando un omogeneo livello di qualità della vita ed una diffusione di servizi - anche pubblici - a livello di quartieri. A partire dal trasferimento delle funzioni urbane di servizio alla popolazione e dalle condizioni per mantenere le imprese, in particolare quelle più piccole, in grado di rivitalizzare il contesto urbano".

LE IMPRESE

Dalle 10.683 imprese presenti nella Zona 1 di Milano nel 1991 si è passati, in un solo decennio, a 24.179 unità, con un aumento del 126%. La maggior parte di esse opera nei settori immobiliari e di noleggio (47%), nel manifatturiero

razione maggiore. Nella composizione generale dell'area, rispetto al 1991, le attività immobiliari e di noleggio pesano di più (5,31%), mentre calano le manifatturiere (-2,14%), il commercio (-2,52%) e l'intermediazione monetaria e finanziaria (-1,53%). Rispetto al dato aggregato sulla città, in centro vi sono più attività mobiliari e di noleggio (24,61%), di intermediazione monetaria e finanziaria (3,53%) e alberghi e ristoranti (0,48%). Sono meno, invece, le attività manifatturiere (-5,7%), il commercio (-5,51%) ed i trasporti (-2,74%).



■ Crea occupazione l'attività turistica e ricettiva a Milano: circa 7.400 assunzioni nel 2003 mentre nell'arco di 5 anni le imprese aumentano di oltre il 9%. Tra le nuove assunzioni, 1 su 2 è un cameriere; forte è anche la domanda di cuochi (28,7% del totale), di baristi e di addetti alle agenzie di viaggio. E si tratta di assunzioni di qualità: quasi 2 camerieri e cuochi su 3 e quasi 1 barista su 2 sono assunti a tempo indeterminato. Il difficile è, se mai, entrare nei "passaparola" che contano: in generale un'assunzione su tre è fatta su conoscenza diretta o su indicazione di altri. Ma cresce l'utilizzo di internet: quasi un'assunzione su dieci nelle agenzie di viaggio nell'ultimo biennio corre lungo la rete.

Le qualità più importanti per essere assunti come un cameriere sono la

capacità di relazione e d'accoglienza, il saper consigliare e orientare la clientela; quelle dei cuochi sono il saper cucinare in fretta e la conoscenza delle norme igieniche. Sono questi alcuni dei dati che emergono dalla ricerca "La struttura occupazionale delle imprese turistiche e il rapporto tra domanda e offerta professionale" della Camera di commercio di Milano realizzata in collaborazione con Unione e Promo.Ter. "I dati - ha commentato Carlo Sangalli, presidente di Camera commercio e Unione - mostrano un settore turisti-

co in costante crescita nel quale il requisito dell'esperienza appare sempre più rilevante".

La domanda di lavoro nel turismo

I nuovi assunti nel 2003 ammontano a circa 7.400 unità (indagine Excelsior), con una crescita di ben il 51% rispetto al 2002 (+2.495 nuove assunzioni).

Per dimensione di impresa, il 74,4% delle nuove assunzioni riguarda imprese con più di 50 dipendenti; il 9,5% imprese con 10-49 dipendenti; il 16% imprese con meno di 10 dipendenti. Il saldo tra entrate e uscite raggiunge le 1.804 unità (saldo percentuale: +3,4% rispetto al +4,4%

Cresce invece il requisito dell'esperienza: per quasi 1 assunzione su 2 (49,1% rispetto al 40% del 2002) è necessario avere già svolto un'attività lavorativa nel settore. Tale percentuale sale al 62,6% tra le imprese con meno di 10 addetti. La maggiore richiesta di professionalità si riflette sulle forme contrattuali proposte ai nuovi entranti: i contratti a tempo indeterminato sfiorano il 60% (rispetto al 56,8% del 2002). In particolare, raggiungono il 67,4% tra le imprese con più di 50 addetti; il 32,7% tra quelle con 10-49 addetti; il 40,6% tra quelle con meno di 10 addetti. Questo significa che - complessivamente - per ogni 5 assunzioni, 3 sono assunzioni stabili e 2 con forme di inserimento più flessibili. Tra i contratti temporanei, nel corso del 2002, il 19% delle imprese ha fatto ricorso ai contratti di apprendistato; il 14% a contratti a tempo determinato; il 12% a tirocini formativi o stage; l'11% a col-

TURISMO

A Milano più di 7 mila nuove assunzioni



laborazioni coordinate e continuative; il 10% al lavoro interinale.

Difficoltà di reperimento degli addetti e formazione

Solo in 1 caso su 5 (21,1% contro il 20,7% del 2002) si prevedono problemi nella possibilità di reperimento di nuovi lavoratori, anche se tale percentuale sale al 54% per le imprese con meno di 10 addetti. E' invece sempre più diffuso il ricorso ad una formazione professionale specifica a seguito dell'assunzione: nel 74% dei casi rispetto al 34,6% del 2002, segno di una competitività crescente nel settore.

Personale stagionale. Le assunzioni con contratto stagionale interessano circa 5.400 lavoratori nel corso del

del 2002). In particolare, il saldo è massimo tra le imprese con meno di 10 addetti (+4,6%); seguono quelle con 10-49 addetti (+3,1%); e infine quelle con più di 50 addetti (2,9%). Il tasso di rotazione indica che per ogni 100 uscite nel corso del 2003, vi sono 132 nuove entrate.

Le caratteristiche dei nuovi assunti e i contratti di lavoro

-Scende la quota di assunzioni previste di giovani con meno di 25 anni (da 42,3% nel 2002 a 17,6% nel 2003).

2003, in forte crescita rispetto al 2002: +2.100 unità (+64%). Gli inserimenti previsti rappresentano una quota di quasi 73 entrate su 100 assunzioni stabili; ma raggiungono le 125,5 entrate nelle imprese con meno di 10 addetti e le 254 entrate nelle imprese con 10-49 addetti.

Canali e modalità di assunzione.

- Si tendono a privilegiare i canali e le modalità tradizionali e spesso informali di assunzione. La conoscenza diretta o su indicazione di altri è la modalità di assunzione scelta dal 38% delle imprese di ristorazione nell'ultimo biennio; dal 31,8% delle agenzie di viaggi e dal 28,3% di alberghi e residence. Discretamente diffuse le assunzioni sulla base di valutazione dei curriculum dei candidati: 18,6% nei ristoranti; 18% nei ristoranti; 15,3% nelle agenzie di viaggio. Non trascurabile la quota di assunzioni attraverso gli annunci sui giornali: 20% agenzie di viaggio; 11% ristoranti; 9,8% alberghi. Rimane poco elevato, invece, il ricorso ad agenzie del lavoro e ufficio di collocamento: 14% ristoranti; 9,8% alberghi; 8,2% agenzie di viaggio. Gli istituti scolastici e i centri di formazione sono stati privilegiati nell'8,7% dei casi dagli alberghi; nell'8,2% dalle agenzie di viaggio; dal 6% dei ristoranti; le società di lavoro interinale dall'8% dei ristoranti; dal 5,8% degli alberghi; dal 3,5% delle agenzie di viaggio.

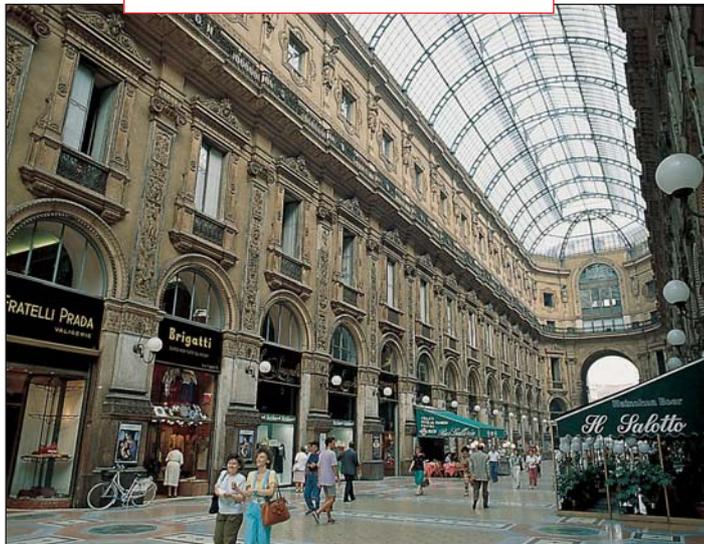
Infine - come si affermava nell'introduzione - fa la sua comparsa internet: il 7,1% delle nuove assunzioni nel corso degli ultimi due anni fatte dalle agenzie di viaggio e il 2,9% dagli alberghi, sono state compiute proprio attraverso il web.

Imprese turistiche e mondo della formazione

- Le imprese del settore turistico milanese fanno registrare un rapporto positivo con il mondo della formazione: il 64% delle agenzie turistiche dichiara di intrattenere rapporti sistematici con gli istituti di formazione; tale percentuale scende al 34% nel caso degli alberghi e al 19% per i ristoranti. La presenza di buone relazioni favorisce anche le attività di tirocinio/stage: il 68,1% delle agenzie di viaggio ha ospitato studenti per tiroci-

ni e/o stage nel corso dell'ultimo biennio. Tale dato passa al 33% nel caso degli alberghi e al 15% per i ristoranti.

**L'esperienza
nel lavoro
il requisito
più ricercato.
Crescono
le imprese:
+9% in 5 anni.
Indagine realizzata
in collaborazione
con **Unione**
e **Promo.Ter****



La valutazione, da parte delle imprese, della qualità della formazione tecnica e professionale non è, però, del tutto soddisfacente: in particolare le imprese sottolineano come la formazione scolastica sia generica e troppo teorica (8,3 su 10 la valutazione espressa in proposito dalle agenzie di viaggio; 7,4 quella degli alberghi; 7 quella dei ristoranti) e come gli insegnanti non conoscano le esigenze di preparazione funzionali alle imprese (8,1 su 10 la valutazione espressa in proposito dalle agenzie di viaggio; 7,1 quella degli alberghi; 7,3 quella dei ristoranti).

Il sistema formativo per il settore turistico a Milano

- Il numero di iscritti nelle scuole medie superiori ad indirizzo turistico nella provincia di Milano appare in crescita progressiva: dai 18.452 del 1998/1999 ai 20.222

dell'anno scolastico 2001/2002. In particolare, si fa registrare un +26,8% negli iscritti dal 1998/99 al 2001/02 degli istituti professionali per il commercio e il turismo; un +7,6% degli istituti professionali per i servizi alberghieri e per la ristorazione; un +1,4% negli istituti tecnici per il turismo.

Imprese del settore turistico

- Nell'arco di 5 anni (1998-2002) le imprese del settore turistico milanese sono cresciute del 9% (+1.111 imprese: da 12.534 a 13.645). In particolare, a fare da volano sono le agenzie viaggi e i tour operator con un +41% in 5 anni (da 619 a 873 imprese). Seguono i campeggi e altri alloggi per brevi soggiorni (+19,3%; +21 unità: da 109 a 130); i ristoranti (+15,5%: da 2.846 a 3.286 unità); e infine i bar (+4,9%: da 8.178 a 8.576 unità). Sostanzialmente stabili invece gli alberghi con 780 unità (erano 782 nel 1998). Per quanto riguarda la forma giuridica, la maggioranza è costituita dalle ditte individuali (44,7% del totale; in particolare bar: 52,9%); seguita dalle società di persone (35,8%; in particolare ristoranti: 37,8%); e dalle società di capitale (17,8%; in particolare le agenzie di viaggio: 60,9%).

Composizione occupazionale per comparto

- Nel comparto delle agenzie di viaggio, la struttura occupazionale per posizione professionale è costituita per il 21% da soci e titolari; per l'8,5% da collaboratori coordinati; per l'1,2% da lavoratori interinali; e per il 69,3% da dipendenti (di cui il 94% con contratto a tempo indeterminato). Nel comparto degli alberghi e residence, la struttura occupazionale è costituita per il 16,1% da soci e titolari; per il 3,9% da collaboratori coordinati; per l'1,3% da lavoratori interinali; e per il 78,7% da dipendenti (di cui il 93% con contratto a tempo indeterminato). Infine nel comparto della ristorazione, la struttura occupazionale è costituita per il 25,9% da soci e titolari; per il 2,1% da collaboratori coordinati; per l'1,2% da lavoratori interinali; e per il 70,8% da dipendenti (di cui il 91,7% con contratto a tempo indeterminato).

Smau Business

Giovedì 21 ottobre vi si potrà accedere solo dimostrando di essere operatori del settore. Con Smau Business si intende sensibilizzare le piccole e medie aziende sul grande valore che l'innovazione tecnologica può assumere.

Nell'area, caratterizzata in segnaletica dal colore blu e che raggruppa il meglio dell'offerta Ict, troveranno infatti spazio prodotti e servizi per le aziende con un occhio di riguardo per la piccola e media imprenditoria. Hardware, software, sicurezza, storage, identificazione, logistica, office solution, crm, disaster recovery sono solo alcuni dei previsti ambiti di approfondimento.

Nello spazio focalizzato sulle telecomunicazioni saranno presenti tre aree: Networking, con le innovazioni delle reti; Tlc Business Solutions, con i servizi di ultima generazione ed Internet Business Application Space, sul web.

L'area Education si articolerà in tre percorsi tematici:

Reti del sapere, E Learning Lab ed Academy.

Reti del sapere sarà il luogo in cui ampia visibilità sarà concessa ai centri di eccellenza, alle università, alle imprese, alle istituzioni e soprattutto ai rapporti esistenti tra tutti questi soggetti.

E-Learning Lab offrirà invece una panoramica completa sullo stato dell'arte dell'e-learning accademico del nostro Paese, nonché sul futuro dell'università virtuale.

Infine l'area Academy si rivolge al variegato target dei professionisti che operano in tutti i settori della domanda. Smau 2004 ospiterà, inoltre, l'iniziativa Genius, un vero e proprio laboratorio di innovazione e tecnologie dove istituti e centri di ricerca e i settori ricerca e sviluppo delle aziende presenteranno i loro progetti relativi all'innovazione.

Dal 21 al 25 ottobre in Fiera Milano

RETI e TECNOLOGIE

■ E' in programma in Fiera Milano dal 21 al 25 ottobre la 41^a edizione di Smau, la seconda manifestazione al mondo nell'Ict, luogo privilegiato di incontro e verifica per l'intera comunità dell'innovazione.

Tema dominante della manifestazione sarà la convergenza tra reti, servizi e applicazioni con l'affermazione, in Italia e in Europa, delle reti Umts e della banda larga come fenomeno di massa. La "parola d'ordine", in un mercato sempre più orientato verso soluzioni che garantiscono di poter lavorare da qualsiasi luogo e in qualsiasi momento, sarà integrazione. Nelle telecomunicazioni wireless e Ip dominano le richieste, mentre case e uffici si trasformano in luoghi techno-

A

smau 2004

le soluzioni per le imprese

logici e la tv sta intraprendendo la strada del digitale.

L'edizione di quest'anno di Smau è strutturata in tre grandi settori di riferimento: Smau Business, Smau Consumer ed e-Government e servizi al cittadino.



Con questo numero di **Unioneinforma** un biglietto per **smau**

Smau Consumer

contraddistinta dal colore giallo, "racconterà" l'offerta tecnologica disponibile al momento per l'utente finale: dall'audio/video alla telefonia mobile, dai contenuti multimediali alle proposte web per famiglia, giovani e tempo libero. In Piazzale Italia, cuore della manifestazione, sarà ospitata la mostra dedicata al digitale terrestre, realizzata in collaborazione con Fondazione Bordini e Sat Expo. I contenuti digitali saranno protagonisti dello spazio multifunzione denominato "Territori Digitali", un'area

dedicata alla presentazione di strumenti, contenuti e innovazioni relativi alle tecnologie digitali. Area divisa, a sua volta, in due: l'area Stand Espositori, in pratica lo spazio dedicato agli espositori; e la Digital Arena, uno spazio condiviso e gestito, una grande "piazza" per immaginare e produrre il futuro. Dopo il boom dell'ultimo anno, il commercio elettronico tornerà invece a farsi conoscere e sperimentare con l'area e-Commerceland.

A Smau, ancora, il settore e-Government e servizi per il cittadino.

Contraddistinto dal colore verde, rappresenterà un'occasione per conoscere gli strumenti a disposizione di tutti noi e verificare le "best practices" e i casi di eccellenza della Pubblica Amministrazione.

Smau 2004 amplia la sezione Shop con Smau Bookshop: un grande negozio dedicato alla vendita diretta di libri, cd e dvd situato nell'area consumer della manifestazione. Partner ufficiale di questa prima edizione sarà Mondadori Retail. Circa 200, infine, sono i convegni, i seminari e i workshop gestiti da Smau: aziende, associazioni ed enti tratteranno i temi più attuali e le tendenze più rilevanti correlati ai singoli settori di mercato.



Se non sai a chi rivolgerti chiama

il numero verde **800-775000**

Pronto Unione - Servizio Associati

Oppure entra in www.infounione.it e invia il tuo quesito.

Unione

Milano, corso Venezia 47/49



DEL COMMERCIO
DEL TURISMO, DEI SERVIZI
E DELLE PROFESSIONI
DELLA PROVINCIA DI MILANO

Un riferimento sicuro per tutti gli imprenditori.

Gerli

Metalli



Antonio Gerli, presidente della Finger spa, holding di famiglia



Antonio Gerli con i figli Alessandro (a destra), presidente della Gerli Metalli spa, e Giorgio, presidente della Metalagent srl

Per quanto alcune sue peculiarità – il settore in cui opera, il volume d'affari, la stessa struttura societaria – rendano l'attività della Gerli Metalli difficilmente comparabile con altre imprese delle quali su UnioneInforma si è ricostruita la storia, vi sono alcune parole espresse dai nostri testimoni che avvicinano il commercio di materie prime metalliche a molte altre attività commerciali di cui si è trattato.

Come ci fa notare infatti Alessandro, rappresentante della terza generazione dei Gerli impegnata a condurre l'impresa di famiglia, attualmente le materie prime "sono prodotti caratterizzati da un mercato che è quasi uguale a quello teorico, dove vige la concorrenza perfetta, perché sono merci fungibili, non deperibili, quotate in una borsa – il London Metal Exchange (Borsa Metalli di Londra) – liberamente scambiabili... la sua è uguale alla mia, la mia è uguale alla sua, perché il suo rame è uguale al mio... non c'è nessun brevetto. E quindi è evidente che in una condizione del genere tende ad azzerarsi qualunque margine di profitto, cioè lo scambio commerciale come tale non genera profitto. L'unico profitto che un'impresa in questo settore riesce a generare è quello ottenuto fornendo un servizio".

Proprio il servizio sopra menzionato, che può talvolta consistere nel "rendere disponibile quel bene, in una determinata quantità, in quel tempo, a quel prezzo di mercato, nel momento in cui i consumatori italiani hanno necessità di comprarlo", o che può assumere connotati di maggiore complessità, come cercheremo di evidenziare nel prosieguo della ricostruzione, ci sembra l'elemento che permette di riavvicinare la Gerli Metalli ad altre storie qui narrate. In molti altri casi è ricorsa, infatti, l'idea che l'attività commerciale implichi elementi molto più immateriali che non la mera vendita di un prodotto fisicamente tangibile: la proposta di un'idea, di un'immagine o appunto di un servizio.

Il più lontano documento che i nostri testimoni – il già menzionato Alessandro con il fratello Giorgio, il padre Antonio ed i rispettivi figli Paolo e Antonio – conservano, è un bilancio consuntivo della Luigi Gerli del 1867. L'azienda a quel tempo era ancora intestata e gestita dal fondatore, il prozio di Antonio, che si occupava di vendere semilavorati di acciaio, per lo più prodotti dalle toscane ferriere del Valdarno, delle quali era diventato rappresentante. Proprio dal rapporto con quest'impresa origina il secondo documento storico di quel periodo che la famiglia Gerli è riuscita a conservare: una lettera scritta a Luigi da Vilfredo Pareto che, dopo la laurea al Politecnico di Torino nel 1870 e una prima occupazione presso la Società delle Strade Ferrate Romane, ben prima di occuparsi di studi economici, lavorò per circa un quindicennio per le ferriere di San Giovanni Valdarno ricoprendo prima la carica di direttore tecnico e poi quella di direttore generale della Società per l'Industria del Ferro, divenuta negli anni '80 dell'Ottocento la Società delle Ferriere Italiane.

Il padre di Antonio, anch'egli chiamato Alessandro, dopo aver terminato il servizio militare sul finire del diciannovesimo secolo, aveva nel frattempo trovato impiego presso il Banco di Sicilia e, come ci racconta suo figlio, "finito il lavoro del Banco di Sicilia andava da suo zio Luigi a tenere corrispondenza, specialmente in francese, perché mio padre conosceva perfettamente il francese... Andava dallo zio. Lasciato il Banco di Sicilia è diventato un collaboratore stretto e diretto dello zio. Un bel giorno nel 1906, mi raccontava mio padre... c'è proprio un



Le tre generazioni operanti in azienda: (partendo da sinistra) Raffaella figlia di Alessandro, Antonio figlio di Giorgio, Giorgio, Antonio, Alessandro e Paolo, figlio di Alessandro

Ritratto di Luigi Gerli, il fondatore della società

Ritratto di Alessandro Gerli, nipote di Luigi e padre di Antonio, che condusse l'azienda dal 1905 al 1935



documento scritto... 'Da domani continuerà mio nipote Alessandro Gerli'. Siamo nel dicembre 1906 e quindi diciamo che iniziò da solo nel 1907".

Luigi, che non aveva altri parenti diretti, lasciò dunque nelle mani del nipote l'azienda che cambiò denominazione in ditta Alessandro Gerli, ma che continuò lungo la strada tracciata dal suo fondatore: quella del commercio di materie prime per i settori siderurgico e metallurgico.

Come si è detto, i Gerli erano rappresentanti delle ferriere del Valdarno, per conto delle quali commercializzavano semilavorati di ferro oltre a carbone e ghisa in proprio, ma avevano contatti anche con importanti operatori del settore metallurgico, produttori di semilavorati in rame o in ottone come la Metallurgia Corradini di Napoli, la SMI – Società Metallurgica Italiana, che tra il 1886 e il 1902 stabilì due impianti nella provincia di Pistoia e uno a Livorno, e la bresciana TLM – Trafilerie Laminatoi Metalli.

Nei primi decenni del Novecento la grande innovazione di Alessandro, in linea con gli sviluppi tecnologici del tempo, fu però quella di introdurre nel campionario offerto dalla Gerli lo stagno che trovava impiego nell'industria produttrice delle batterie per cucine, fatte di rame stagnato, nella produzione di bronzine e nella stagnatura della latta per la conservazione dei prodotti alimentari e che in prospettiva offriva ottime possibilità di inediti sviluppi commerciali.

Come ricorda Antonio, il problema iniziale fu quello di reperire i capitali necessari per investire in questo nuovo settore: "mio padre andava al Credito Italiano e un bel giorno incontrò il direttore - un certo signor Contini - mi ricordo che disse... iniziava l'importazione dello stagno e disse: 'Ho bisogno di una linea di credito per importare lo stagno, lo lascio vincolato a voi, poi mano a mano che lo sdogano lo ritiro e...'. Quello lo guarda in faccia e gli dice: 'No, no'. 'Come

no? Ma l'ho sempre fatto fino a ieri, fino a poco tempo fa venivo qui a trattare per le linee di credito e vedere cosa mi poteva dare'. Quello gli rispose: 'Sì, ma allora c'era suo zio e suo zio l'era padrun de ca'. E lu', sel gà?' E mio padre, che era un uomo un po' irruento, disse a sua volta: 'Mi gu la giacheta che gu in doss e la bicicletta che gu chi de bass s'el vör podì dag quei come garanzia". Alla fine della trattativa si accordarono, così come avvenne con altre banche, e il commercio dello stagno poté essere avviato. Questo materiale, assieme agli altri prodotti siderurgici e metallurgici, veniva poi venduto a grossi commercianti, situati per la maggior parte a Milano, "come Zanoletti, Orrigoni, Tonoli e Minotti che acquistavano, facevano i grandi contratti... poi distribuivano a tutti i consumatori, alle piccole aziende che consumavano".

Nel 1935, in seguito alla scomparsa di Alessandro, la gestione dell'azienda, con i suoi due/tre dipendenti e la rete di agenti sul territorio nazionale (oltre a Milano infatti vi erano rappresentanze della Alessandro Gerli a Torino, Venezia, Bologna, Ancona, Roma, Napoli e Catania) passò nelle mani di suo figlio Antonio, coadiuvato in certi periodi dalla sorella.

Fino alla fine della Seconda guerra mondiale la società ebbe una vita travagliata per via dei continui impegni militari dello stesso Antonio: essendo egli un ufficiale di complemento dell'esercito, fu più volte richiamato fino a che fu inviato con il grado di

Le condizioni contrattuali dell'Azienda municipalizzata dei servizi ambientali

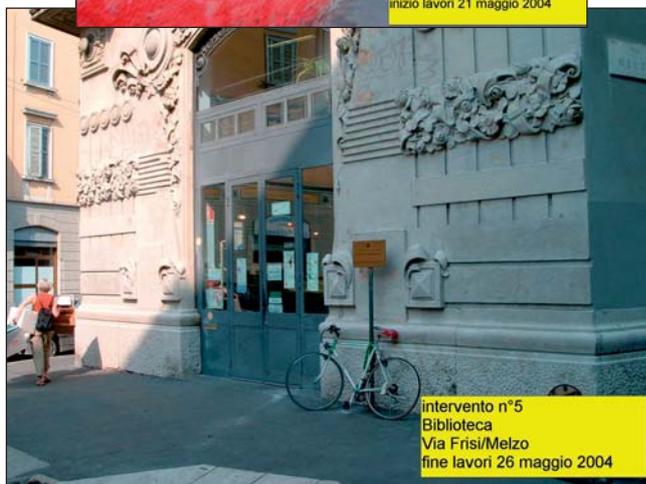
■ A partire dallo scorso 3 maggio Amsa, grazie al contratto stipulato con il Comune di Milano, ha aggiunto ai suoi numerosi servizi quello dedicato alla cancellazione di scritte e graffiti.

Si tratta di un compito certamente impegnativo, ma di fondamentale importanza, che consentirà di migliorare ulteriormente l'aspetto e la pulizia della nostra città.

Il servizio prevede un primo intervento per ripristinare le condizioni di pulizia originali della superficie interessata da scritte, mediante operazioni di lavaggio e successiva applicazione di un prodotto protettivo che impedisce la penetrazione della vernice di eventuali, ulteriori graffiti.

La seconda fase è quella relativa alla manutenzione della superficie protetta che viene effettuata sull'area di primo intervento o su parte di essa e consiste nelle operazioni di pulizia con idropulitrice ed acqua calda associata a specifici prodotti e riapplicazione del prodotto protettivo.

Questo servizio viene offerto a tutti i cittadini a prezzi assolutamente competitivi, identici a quelli applicati al Comune di Milano. Grazie ad una nuova formula contrattuale a canone mensile (della durata di 5 anni che prevede un primo intervento di pulizia delle superfici con la stesura di



prodotti protettivi e successivi interventi di ripulitura eseguiti con frequenza mensile) Amsa ha potuto praticare prezzi decisamente concorrenziali pari a 1,50 €/mq per i mq contrattualizzati. Per coloro che non volessero impegnarsi

MILANO Il servizio Amsa per cancellare scritte e graffiti

per un periodo di 5 anni, inoltre, sono state strutturate differenti soluzioni che prevedono contratti di durata inferiore o tariffe a misura. Nel dettaglio le diverse offerte relative alla soluzione 'abbonamento':

- ✓ tariffa per abbonamento quinquennale (60 mensilità) 1,50 €/mq;
- ✓ tariffa per abbonamento biennale (24 mensilità) 1,80 €/mq;
- ✓ tariffa per abbonamento annuale (12 mensilità) 2,30 €/mq.

E quelle dedicate al servizio 'a misura', ovvero su superficie effettivamente trattata:

✓ su pietra, marmo etc.

15,81 €/mq
per il primo intervento

3,89 €/mq
per ogni successiva ripulitura

✓ su intonaco tinteggiato

10,69 €/mq
per il primo intervento

4,69 €/mq
per ogni successiva ripulitura

Unicamente per i contratti "a misura" viene applicato un ulteriore sconto del 3% per ordini in un'unica soluzione del valore da 15.000 a 29.999 € e del 5% per ordini al di sopra dei 30.000 €.

Siamo convinti - e Amsa per prima ha fatto la sua parte proponendo queste offerte, studiate proprio perché ogni cittadino o amministratore di condominio possa accedere al servizio con un onere decisamente contenuto - che il decoro della nostra città possa essere restituito ai milanesi soltanto attraverso l'impegno di tutti. Amsa auspica, proponendo questo servizio, di aver fatto un passo avanti per poter contribuire a far vivere tutti in una città più pulita ed accogliente.

Iniziative con Eicma in occasione del Salone del Ciclo

Due ruote protagoniste in corso Buenos Aires Con ASCOBAIRES

**grande festa il 17 settembre
e tourist card
con sconti per espositori e operatori**

In occasione del Salone del Ciclo, in programma a Milano dal 17 al 20 settembre, Ascobaires (l'Associazione dei commercianti di corso Buenos Aires) promuove una serie di iniziative in collaborazione con Eicma, organizzatore della mostra. La sera di venerdì 17 settembre corso Buenos Aires viene chiuso al traffico per una grande festa con numerose attrazioni legate alle due ruote: banda in bicicletta, spettacolo acrobatico con bici, bici volante e luminarie a tema ciclistico. Nella settimana antecedente il Salone, i negozi del corso partecipano ad un concorso vetrine con ricchi premi e coppe per i vincitori. Agli espositori, italiani ed esteri, e operatori del settore del Salone del Ciclo viene inoltre fornita la Baires tourist card. Per questo è stata realizzata una vetrofania da esporre dal 12 al 23 settembre per indicare che il negozio praticherà un trattamento particolare ed esclusivo ai clienti che esibiranno la tessera.

Economia e gestione aziendale: iscrizioni ancora aperte

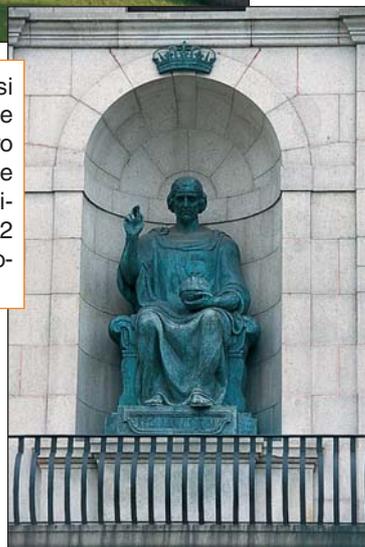
■ Iscrizioni ancora aperte per l'ammissione al corso di laurea triennale di Economia e gestione aziendale (Gestione delle imprese del terziario e dei servizi commerciali) promosso dall'Università Cattolica di Milano in collaborazione con la Scuola Superiore. Il corso costituisce un punto di riferimento per acquisire formazione e professionalità nel terziario e nel settore dei servizi commerciali. Questa laurea (voluta fortemente dall'Unione e dal presidente Carlo Sangalli

fin dall'atto della sua costituzione e che vede anche il sostegno della Camera di commercio di Milano e della Fondazione Cariplo) risponde all'esigenza delle imprese di inserire giovani preparati nel mondo del lavoro e si contraddistingue per lo svolgimento di uno stage, della durata di 5 mesi, presso le aziende del terziario. Numerose e molto qualificate le



Per informazioni bisogna rivolgersi all'Università Cattolica (in questo mese di settembre è ancora attivo il numero verde 800209902 dalle 8 alle 21 (l'e mail, invece, è infodidattica-mi@unicatt.it) o alla Scuola Superiore (02 40305283-206. L'e mail è info@scuolasuperioreacts.it).

imprese che collaborano ospitando gli studenti in stage: Auchan, Gruppo Rinascenze, Banca Intesa, Blockbuster Italia, Bmw Italia, Carrefour Italia, Coop Lombardia, Decathlon Italia, Euronics-Gruppo Galimberti,



Terziario e distribuzione Il corso di LAUREA Università Cattolica Scuola Superiore

Holding dei Giochi, Ingram Micro, Levi Strauss Italia, Mercedes Benz Milano, Penny Market Italia, Pioneer Investment Management, Rhiag, Rinascenze/Upim, Ras, Sib Divisione Leroy Merlin, Standa, Tod's. Questo corso di laurea permette, inoltre, l'accesso ai master universitari di primo livello ed alle lauree specialistiche.

La frequenza alle lezioni (che si svolgono presso la sede della Scuola Superiore in viale Murillo 17 a Milano - foto sopra) del corso di laurea triennale di Economia e gestione aziendale, è obbligatoria. Il corso di laurea prevede un numero programmato non superiore a 80 studenti (per accedere è necessario essere in possesso del diploma di scuola secondaria superiore).

L'assegnazione dei posti avviene in ordine cronologico di presentazione della domanda di immatricolazione (previo colloquio di verifica motivazionale all'atto dell'immatricolazione).

Le tasse e i contributi d'iscrizione a frequenza annuale previsti per l'anno accademico 2004-2005 ammontano a circa 1985 euro (importo più basso rispetto agli altri corsi di laurea triennali dell'Università Cattolica grazie alla convenzione con la Scuola Superiore).

Clicca su www.unionemilano.it per tutte le novità sulle convenzioni Unione

Per essere costantemente aggiornati sulle convenzioni riservate agli associati Unione con tutte le novità per l'impresa, ma anche per la persona e la famiglia, bisogna consultare il sito Unione www.unionemilano.it oppure telefonare allo 02795027.



Cosa succede in **CITTA'**



Milano e i cantieri aperti COMMERCIO, la mappa dei **DISAGI**

■ Cantieri aperti a Milano e negozianti ancora "in sofferenza" come rileva Giorgio Montingelli (foto) consigliere Unione delegato al territorio, che punta l'indice in particolare sulla mancata programmazione degli interventi pubblici. Con il risultato di non tener conto delle esigenze di chi lavora nelle vie interessate ai cantieri. La piena chiusura di una strada nel periodo di avvio dei saldi significa, ad esempio, creare un forte danno al commercio.



Facciamo un po' il punto della situazione - sugli interventi in corso e su quelli futuri - alla ripresa dell'attività autunnale (quando riparte a pieno regime l'attività commerciale).

Viale Montenero

In viale Montenero si sarebbero dovuti concludere alla fine del mese i lavori di rifacimento dei binari e dei marciapiedi.



L'Associazione di via Montenero, assistita dall'Unione, si è incontrata più volte con Atm (l'Azienda Trasporti Municipali) per avere garanzie su un miglior coordinamento dei lavori.

Zona Ticinese

L'asse del Ticinese, dopo i lavori di sostituzione dei binari del tram 3 in corso San Gottardo e via Meda, è ancora interessata dai lavori per il rifacimento del ponte della ferrovia in Meda. Abbattuto il vecchio ponte (come testimonia la foto



pubblicata qui sotto) i lavori di ricostruzione dovrebbero terminare alla fine di novembre. Nel frattempo il Comune ha aggiudicato l'appalto per completare l'allargamento dei marciapiedi in corso San Gottardo (durata da contratto: 10 mesi). Lavori che potrebbero anche prevedere una nuova sospensione del tram 3. Un'eventualità da scongiurare: l'Unione

ha scritto in proposito al vicesindaco di Milano o Riccardo De Corato.

Questa vasta zona sud di Milano è da anni, del resto, un continuo cantiere: basti pensare ai lavori per la metrotorvia sud,

lo svincolo di piazza Maggi e i lavori - ancora in corso - in piazza Abbiategrasso. I commercianti hanno particolarmente sofferto di questa situazione.

Progetto di legge del consigliere regionale **SILVIA FERRETTO**

CONTRIBUTI agli operatori danneggiati

Silvia Ferretto Clementi (foto), consigliere regionale di An, ha presentato un progetto di legge che prevede contributi a sostegno dei commercianti danneggiati dai lavori di pubblica utilità. L'obiettivo, si spiega nella relazione di presentazione del progetto, è far sì che la Regione Lombardia contribuisca in modo concreto, attraverso un indennizzo almeno parziale, a ridurre i danni economici causati agli esercizi commerciali dall'apertura di

cantieri per la realizzazione di opere di pubblica utilità con la conseguente chiusura prolungata alla circolazione (chiusura per almeno un mese, come è scritto nell'articolo 2 del progetto di legge). Va inoltre tenuto conto che, al di là di cosa accadrà di questo progetto di legge regionale, è ancora valida la norma prevista dalla legge finanziaria secondo la quale i comuni possono



deliberare agevolazioni sui tributi di loro competenza fino alla totale esenzione per gli esercizi commerciali e artigianali situati in zone precluse al traffico causa lo svolgimento di lavori (che durano oltre 6 mesi) per la realizzazione di opere pubbliche.

Via Piero della Francesca

Da sud a ovest di Milano. Nel febbraio 2005 è prevista la chiusura di via Piero della Francesca per il raddoppio dei binari della ferrovia e la riqualificazione della stazione Bullona. Una nuova associazione di via - "Piero della Francesca e vie adiacenti" (presidente: Franco Ronchi) - è stata costituita proprio anche con l'intento di porsi come interlocutore - con il supporto Unione - nei confronti di Comune e Ferrovie Nord: l'obiettivo è quello di ridurre il più possibile i disagi che inevitabilmente si creeranno con ripercussioni sugli affari degli operatori commerciali.

Ma la nuova associazione si propone anche di organizzare iniziative e manifestazioni per valorizzare la zona di via Piero della Francesca.

■ E' in programma dal 22 al 25 ottobre in Fiera Milano (Portello: padiglioni 16/1 e 16/2) la 19° edizione del Salone del Franchising, organizzato da EXPOcts, con una formula ampliata al sistema commerciale e della distribuzione moderna: Expotrade.

Expotrade presenta, oltre ad un'offerta globale della filiera del commercio, tutti i servizi dei singoli segmenti del retail. All'interno del Salone - che propone un concept espositivo moderno, attento ai trend e agli scenari internazionali - viene dato spazio a nuove idee e progetti. Obiettivo della manifestazione: confermare un qualificato marketplace di opportunità ed un contesto espositivo con una spiccata vocazione per l'innovazione e la formazione. Expotrade vuol essere una realtà che permette anche ai piccoli imprenditori di trovare una collocazione distintiva dove poter offrire il proprio prodotto, marchio e servizio.

Expotrade si sviluppa, all'insegna dell'integrazione, nei cinque saloni: "Franchising & partnership", "Shop project", "Tecno trade", "Bicom" e "Trade visions". La rassegna rappresenta per aziende e visitatori un'occasione per conoscere a 360° quella che può essere definita la filiera del franchising che, nella moderna concezione - rimarcano gli organizzatori - non vuole essere più solo la semplice partnership imprenditoriale, ma una panoramica globale su tutto ciò che ruota intorno al settore, all'insegna di modernità e tecnologia. Tra le numerose novità, saranno presentati anche nuovi allestimenti interattivi e servizi high tech dedicati al retail.

Franchising & partnership.

Alla manifestazione è presente il 55% dei franchisor

"Trade Visions". Eventi speciali: l'animazione delle reti di vendita. Lo spazio "Trade Visions" ospiterà un vero e proprio palinsesto eventi a cura di Logotel; spazio organizzato in collaborazione con importanti partner. Seminari tematici, presentazioni di casi studio, tavole rotonde e attività sperimentali relative al mondo del retail si alterneranno sulla scena proponendo idee e contenuti innovativi: dalla progettazione del punto vendita, alla gestione e animazione di una rete. Un appuntamento unico per entrare in veri e propri spazi animati dai contenuti mutanti, progettati e realizzati per raccontare e condividere diverse esperienze.



Nemo Next Shop. L'eccellenza della manifestazione e la grande attenzione verso i trend del sistema commerciale è sottolineata dall'organizzazione della terza edizione della mostra sulle tendenze del retail - Nemo Next Shop - mostra presentata a Expotrade e sviluppata da Nemo, laboratorio di ricerca sui trend e il retail. La mostra punta ad indirizzare l'attenzione verso il commercio di domani. "Che senso avrà il negozio del futuro" è il titolo di quest'anno da cui emerge - ad esempio - l'immagine del "sense-shop" negozio sensoriale con il quale si risponde all'interrogativo: l'emotional shopping avrà ancora un futuro? Una mostra internazionale ideata per discutere e trarre spunti da applicare sulle reti di vendita attuali. La mostra verrà affiancata anche da Nemo Agorà: un bar dove, ogni ora, imprenditori e testimonial del retail daranno le loro visioni del futuro del retail. Con casi pratici, soluzioni concrete e visioni di dove andrà la distribuzione del futuro.

In Fiera Milano
dal 22 al 25 ottobre
(Portello: padiglioni
16/1 e 16/2)

EXPO
trade



italiani, un dato che qualifica questa come la fiera con la maggior quota di mercato del settore. C'è un ritorno in grande dell'area bambino: abbigliamento, accessori, intimo, giocattoli. Dalla Francia al Portogallo al nostro Paese, ecco alcune fra le partecipazioni: Magnolia, Du Pareil Au Meme, Brummel, Yana, Balducci. Tra le

presenze di abbigliamento e di accessori per l'abbigliamento si segnala la camiceria - che fa la parte del leone - con, ad esempio, Feni Uomo, Camicissima, Invidia Uomo e la partecipazione di importanti multinazionali come Bata. In crescita i servizi: posta, telefonia, consegne per facilitare il lavoro con i marchi Mail Boxes, City Post, Mail Express. Il riposo, la cura della persona coprono un altro importante segmento: dal benessere all'estetica, al divertimento e al mondo della notte. In ripresa anche il turismo con, ad esempio, le presenze di Giramondo, Frigerio Viaggi, Welcome Group, Pinguino Viaggi. Partecipazione di molti grandi marchi come il Gruppo Boscolo con Conopizza o Kunzi, società di sviluppo del marchio Victorinox (lo storico coltellino svizzero). Interessante anche la partecipazione di Italgas e del Gruppo Eni e la presentazione di progetti speciali come Centostazioni del Gruppo Fs, con le iniziative rivolte al retail connesse ai progetti di valorizzazione delle stazioni in Italia che diventeranno in futuro sempre più dei centri commerciali. Infine - in anteprima al salone - verranno presentate nuove grandi iniziative di franchising: nel settore librerie, Mondadori presenterà, ad esempio, un nuovo progetto.

Le nuove tecnologie per il retail. Grande attenzione per l'area dedicata alle tecnologie per il retail: non solo per le reti distributive e il franchising, ma anche per la grande distribuzione. Il Salone si allarga: **Tecno Trade** "parla" a tutti i retailer: self scanning, self check out, ma anche il futuro delle tecnologie. "wispering machines" fanno parlare ogni superficie. I muri diventano "touch screen", gli oggetti si animano e diventano fonti luminose

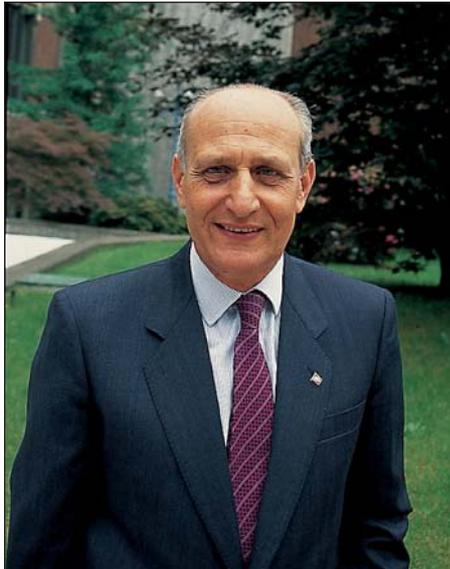
Un Salone tutto l'anno. Importante novità è rappresentata da **Expogate**: il portale on line per l'incrocio tra potenziali franchisee e franchisor ideali, accessibile dal sito www.expects.it/trade e con il quale è possibile valutare esigenze ed opportunità tutto l'anno. In base a tre parametri (settore, investimenti ed area geografica), i franchisee potranno individuare e contattare i franchisor ideali ed incontrarli in fiera. Il servizio è esclusivo per gli espositori che, con Franchising & Partnership potranno essere visibili non solo nei giorni della manifestazione, ma fino a sei mesi dopo.

SANZIONI inasprite per

gli AGENTI di COMMERCIO non iscritti a Ruolo

Intervista all'on. GIOVANNI DEODATO, primo firmatario di una proposta di legge che FNAARC segue con grande attenzione

■ L'onorevole Giovanni Deodato (foto), parlamentare di Forza Italia e componente dell'Ufficio di Presidenza della Camera dei Deputati, è il primo firmatario di una proposta di legge di modifica della legge 204/85, la legge che ha istituito il Ruolo degli agenti di commercio. Proposta di legge che Fnaarc, la Federazione degli agenti e rappresentanti di commercio (nella foto in basso il presidente Fnaarc Adalberto Corsi), segue con grande attenzione.



On. Deodato, perché questa proposta e cosa prevede in dettaglio?

“Il perché nasce, da una parte, dall'esigenza di armonizzare la legge 204/85 con la sentenza della Corte di giustizia europea del 30 aprile 1998 e, dall'altra parte, dalla necessità di rivedere alcuni passaggi della stessa legge quali i requisiti per l'iscrizione automatica e le sanzioni per i non iscritti al Ruolo. La proposta di legge da me presentata, della quale sono firmatari anche l'on. Luigi Gastaldi (Forza Italia n.d.r.) e l'on. Antonio Mazzocchi (An n.d.r.) prevede che anche i diplomi di scuola secondaria di secondo grado di istituto tecnico commerciale o industriale o per geometri costituiscano titolo per l'iscrizione automatica al Ruolo agenti di commercio; prevede un significativo aumento delle sanzioni (a carico degli agenti di commercio e delle aziende mandanti) nel caso venga svolta l'attività di agenzia senza l'iscrizione al Ruolo, e prevede che i cittadini comunitari possano svolgere in Italia l'attività di agenzia pur in assenza dell'iscrizione al Ruolo”.

Ma l'attività di agente di commercio si può svolgere o no senza il Ruolo? Sembra esserci una contraddizione. E riguardo alle sanzioni in caso di mancata iscrizione?

“Nessuna contraddizione, ma una situazione che necessita di un chiarimento. La citata sentenza del 30 aprile 1998

della Corte di giustizia europea ha affermato il principio che l'attività di agente di commercio può essere svolta all'interno dell'Unione Europea anche in assenza di iscrizione in albi e ruoli. Rapportato alla situazione italiana vuoi dire che si può svolgere l'attività di agenti anche senza essere iscritti al Ruolo.

E' bene, però, precisare che la sentenza della Corte di giustizia ha inciso sulla legge 204/85 solo per la parte sopra indicata, vale a dire solo per la possibilità di esercitare l'attività anche senza iscrizione al Ruolo. Né la sentenza della Corte di Giustizia, né alcuna sentenza della Corte di Cassazione, né alcuna legge dello Stato italiano hanno modificato nessun'altra parte della legge 204/85; questo è il motivo per il quale è rimasta pienamente efficace la previsione (contenuta nella stessa legge) di una sanzione a carico dell'agente di commercio e della casa mandante nel caso venga svolta l'attività di agenzia commerciale senza iscrizione al Ruolo. Nella nostra proposta di legge vengono perciò significativamente elevate le sanzioni, proprio per evitare che in un mercato altamente professionale, come quello dell'agenzia commerciale, vi siano operatori privi di quelle garanzie minime di onorabilità e di professionalità che sono richieste dalle aziende mandanti e dalla clientela. Voglio ricordare che anche l'Agenzia delle Entrate ha affrontato la materia chiarendo che la fiscalità espressamente prevista per gli agenti di commercio trova

applicazione solo per gli iscritti al Ruolo agenti”.

A che punto è l'iter parlamentare per l'approvazione della proposta di legge?

“La proposta di legge è stata presentata a luglio. Ritengo che possa essere messa in calendario fra i lavori della Commissione attività produttive della Camera nel prossimo ottobre ed essere approvata dalla stessa Camera in tempi brevi. Auspicio che anche il Senato sia altrettanto celere. Già nel dicembre 2003 la Camera dei Deputati aveva impegnato il Governo (che aveva accolto questa raccomandazione), a modificare la legge 204/85, inserendo nella stessa legge i correttivi da me riproposti, unitamente agli onorevoli Gastaldi e Mazzocchi, lo scorso luglio. Non fu possibile in quel momento (dicembre 2003) modificare la legge 204/85: la modifica costituiva un emendamento della legge Finanziaria 2004, 'blindata' dal Governo, quindi senza più la possibilità di poter inserire emendamenti. Direi che ora ci sono tutte le premesse per un rapido esame ed una rapida approvazione della proposta di legge. Voglio ringraziare Fnaarc, la più rappresentativa organizzazione di categoria degli agenti di commercio italiani, per i preziosi suggerimenti che mi ha sempre fornito, non soltanto per modificare la



legge 204/85, ma anche in ogni occasione nella quale sia stato necessario difendere o migliorare la normativa che disciplina l'attività degli agenti di commercio: dall'abolizione dello star del credere, all'anticipazione del momento di pagamento delle provvigioni, dall'obbligatorietà di pagamento - in forma diversa

dalla provvigione - dell'indennità a fronte del patto di non concorrenza post contrattuale, alla sottoscrizione - nel 2002 - dei nuovi Accordi economici collettivi. E' un lungo cammino per il riconoscimento della dignità professionale dell'agente di commercio. Cammino del quale, sono convinto, la proposta di modifica della legge 204/85 costituirà un ulteriore significativo passo”.

Associazioni

CONVENIENZA in cartoleria con il "Kit Scuola"

■ E' in pieno corso (vedi UnioneInforma di luglio-agosto a pagina 28 n.d.r.) l'iniziativa promossa dall'Associazione cartolibrari di Milano con il patrocinio dell'Unione italiana genitori e della Federazione nazionale cartolai: in molte cartolibrerie di Milano e provincia si può trovare il "Kit Scuola" (zaino termoformato, astuccio a tre piani completo di accessori, due maxi quaderni e due copertine ad anelli A4) destinato agli alunni delle scuole elementari e medie inferiori. A Milano città (ma anche a Corsico e Trezzano) grazie all'intervento dell'Assessorato all'Educazione e Infanzia del Comune il prezzo è di 20 euro.

Una locandina collocata sulle vetrine, o all'interno del negozio (foto della locandina a Milano città) consente al consumatore di riconoscere gli esercizi commerciali che aderiscono a quest'iniziativa, proposta anche in altre città italiane, denominata "Kit Scuola - La convenienza in cartoleria". L'elenco dei negozi milanesi di cartolibreria che vendono il "Kit Scuola" (al momento in cui si scrive quasi 200 operatori hanno aderito all'iniziativa)

è reperibile sul sito internet dell'Unione di Milano: www.unionemilano.it (link su area comunicazione > attività e iniziative).

"Ogni anno - spiega Enrico Oldani, presidente dell'Associazione Cartolibrari di Milano - puntuali arrivano le polemiche sul caro-scuola con riflessi spesso negativi per l'immagine dei cartolibrari. Proprio con il 'Kit Scuola' - un corredo con prodotti non di 'griffe', ma di eccellente qualità - le cartolerie tradizionali hanno voluto dare un aiuto concreto a quelle famiglie milanesi che vogliono risparmiare".



fainicase www.faini.it

Direzione: Melzo (Mi) - Via verdi, 1
Tel. 02 95739809

E' incredibile
quante **case**
si trovano...
cercandone **UNA** su: www.faini.it



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

faini
per l'impresa

**Compravendite
Terreni - Immobili
Commerciali e industriali**

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

CHIAMATA GRATUITA
NUMERO VERDE
800-206320

informa Unione

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

PROPRIETA'
Unione del Commercio del Turismo dei Servizi e
delle Professioni della Provincia di Milano
www.unione.milano.it

DIRETTORE RESPONSABILE
Gianroberto Costa
EDITORE
PROMOTER Unione
Sede e amministrazione: corso Venezia 47/49
20121 Milano

REDAZIONE
Federico Sozzani corso Venezia 47/49 - 20121
Milano

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.

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

CARTOLIBRAI milanesi Oldani confermato presidente



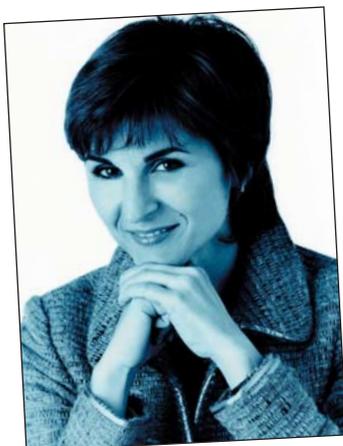
■ Riconferma di Enrico Oldani (foto) alla presidenza dell'As-

sociazione cartolibrari di Milano. Vicepresidente è Raffaele Gambardella. Il consiglio direttivo è completato da Luca Colombo, Alessandro De Magistris, Bruno De Matteis, Marzio Manfredi, Giorgio Montingelli, Giorgio Rossetto, Alfredo Scotti, Dario Tognassi, Mauro Villa. Proviviri: Annamaria Aina, Luigina Dondi, Stefano Barbazza, Emanuele Del Giudice.

CUMATEX Ermanno Winsemann alla presidenza

Nuovo presidente per Cumatex, l'Associazione degli importatori ed agenti di macchine per l'industria tessile. E' Ermanno Winsemann (che succede a Renzo Testori). Con Winsemann fanno parte del consiglio direttivo Marco Ravasio, Luca Schwitter, Marco Steinmann e Roberto Testori. Revisori dei conti sono Giampaolo Bardazza ed Alberto Marinelli

■ Si svolge il 12 ottobre, presso la sede Unione di corso Venezia, l'incontro organizzato da Federcentri



Milano (l'associazione che riunisce i centri di interpretariato) con John Wheen, presidente di Atc ("Association of translation compa-

Maurizio Iorio nuovo presidente ANDEC

■ Maurizio Iorio (foto) è il nuovo presidente di Andec, l'Associazione nazionale distributori elettronica civile. Già per sei anni alla vicepresidenza dell'associazione, Iorio - avvocato e direttore degli affari legali e generali di Panasonic Italia - succede a Man-



RIVENDITORI MATERIALI EDILI Appuntamento Federcomated a Montreux

"Aggregazione e co-marketing nella filiera dei prodotti per l'edilizia" con la presentazione di una ricerca Cermes, è il tema del convegno che Federcomated, la Federazione italiana dei rivenditori di materiali per l'edilizia, promuove con Sercomated all'Hotel Royal Plaza di Montreux, in Svizzera (sul lago di Ginevra) dal 15 al 16 settembre. La manifestazione di Federcomated (nella foto il presidente Giuseppe Freri) coincide con il congresso annuale della Federazione europea dei rivenditori di materiali edili.



rico Casagrande che ha completato due mandati consecutivi al vertice di Andec.

Andec rappresenta gli importatori e distributori di elettronica di consumo: ad essa aderiscono tutti i principali protagonisti del mercato (filiali di produttori esteri o distributori indipendenti) con particolare riferimento ai settori audio/video, hi-fi, car stereo, home theatre.

Collaborazione Italia-Regno Unito per migliori servizi di traduzione Il 12 ottobre in Unione incontro di FEDERCENTRI Milano

nies"), la più rappresentativa associazione inglese del settore. "In Europa e nel mercato globale oggi - dichiara il presidente di Federcentri Milano Carla Agostini (foto) - è di fondamentale importanza che le aziende comunichino effi-

cacemente in tutte le lingue straniere per evitare che il loro messaggio si perda nella traduzione. Abbiamo così voluto avviare quest'importante confronto tra i servizi e la professionalità offerti dal nostro Paese e quelli inglesi".

Associazioni

Adempimento previsto dalla legge regionale di settore

PUBBLICI ESERCIZI e comunicazione d'attività Presso gli uffici di Epam disponibile il modello

Assistenza gratuita
dell'Associazione
per la corretta compilazione

■ Tra i primi adempimenti previsti dalla nuova legge regionale che disciplina i pubblici esercizi vi è l'obbligo di comunicare l'attività di pubblico esercizio specificandone le caratteristiche. L'obiettivo di

questa comunicazione è quello di monitorare la situazione del mercato anche per poter meglio gesti-

re il contingentamento numerico rimasto. Recandosi presso gli uffici di Epam, l'Associazione milanese dei pubblici esercizi (corso Venezia 51) è possibile, con l'assistenza gratuita dell'Associazione, compilare il modello per la comunicazione. L'operatore dovrà portare con sé copia della licenza e della relativa autorizzazione sanitaria completa di planimetrie. Per informazioni telefonare ad Epam ai numeri 027750338-446-230.

Bpm e ASCOMODA Milano Pagamenti sicuri con CARD 27

■ Nuova opportunità per gli associati di Ascomoda Milano grazie alla convenzione stipulata con la Banca Popolare di Milano. Card 27 è la nuova carta prepagata internazionale, ideata da Bpm per facilitare il pagamento degli stipendi da parte delle aziende ai propri dipendenti sprovvisti di conto corrente.

Pagare lo stipendio a un dipendente che non dispone di un conto corrente costituisce, per l'azienda, un problema in termini di tempo e sicurezza. Con Card 27 i datori di lavoro che hanno rapporti di conto corrente con Banca Popolare di Milano, possono trasferire elettronicamente, e quindi in tutta sicurezza, lo stipendio, i rimborsi o altre somme dovute ai propri dipendenti.

Allo stesso tempo il dipendente

LIBRAI "Midiguia 2004"

Publicata dall'Associazione librai di Milano (in collaborazione con Unicopli) "Midiguia 2004 - Guida alla distribuzione libraria milanese" (foto copertina). La guida, patrocinata anche dall'Unione e dall'Associazione milanese dei cartolibrari, riporta l'elenco degli editori, dei distributori e le mappe con l'ubicazione degli operatori. Per informazioni contattare l'Associazione librai di Milano, tel. 027750216, e mail: librai@unione.milano.it.



potrà utilizzare la carta per prelevare denaro presso qualsiasi sportello Bancomat sul territorio nazionale ed effettuare acquisti in tutti i negozi convenzionati PagoBancomat in Italia. Inoltre, trattandosi di una carta internazionale, sarà possibile effettuare prelievi e pagamenti in tutto il mondo con i circuiti Cirrus e Maestro. Card 27 è ricaricabile e può essere caricata sino a 4.000 euro.

La ricarica, oltre che da parte del datore di lavoro, può avvenire anche direttamente da parte del possessore della carta mediante versamenti di denaro contante presso una qualsiasi agenzia Bpm: in questo modo il titolare potrà utilizzare la carta anche come "deposito" protetto dei propri risparmi.

Per informazioni telefonare ad Ascomoda Milano (0276015507).



Nasce "NEWS di ASCOMODA"

Nasce News di Ascomoda, periodico di Ascomoda Milano che, come spiega nel suo editoriale il presidente di Ascomoda Renato Borghi si propone di essere un "salotto" e una "bandiera". "Salotto" per parlare dei problemi del settore: non solo questioni associative, ma anche scenari, opportunità e proposte del mercato della moda, del tessile e dell'abbigliamento. "Bandiera" dell'orgoglio di commercianti e del ruolo che essi ricoprono nella città e nella società.

Nella foto, la copertina del primo numero.

Iniziativa dal taglio pratico con la presenza di un esperto dottore commercialista. Appuntamento al Circolo del commercio di Milano (corso Venezia 51) dalle 10.30

■ Il Gruppo Terziario Donna dell'Unione di Milano (nella foto il presidente Maria Antonia Rossini) promuove un ciclo di incontri "a tema" per fornire agli operatori in modo chiaro e immediato, informazioni su temi di particolare interesse per le imprese e anche per rispondere ai quesiti e alle curiosità sugli argomenti di volta in volta affrontati. La prima di queste giornate informative è in programma l'11 ottobre al Circolo del commercio (corso Venezia 51, dalle 10.30) ed ha l'obiettivo di illustrare i contenuti degli accordi internazionali che cambieranno le regole dell'accesso al credito per le pmi: Basilea2.

Pmi e accesso al credito con **Basilea2** L'11 ottobre incontro di **TERZIARIO DONNA**

Si assisterà, con l'entrata in vigore di questi accordi, ad una decisa regolamentazione del credito bancario in particolare nella gestione del rischio da parte degli istituti di credito. In ogni occasione di incontro (Unione Informa ha di recente dato conto dell'iniziativa su Basilea2 promossa da Fidicom, la cooperativa garanzia fidi Unione) emerge, tra i titolari di piccole e medie imprese, la preoccupazione su come rendere più solida la propria attività in un mercato sempre più competitivo e



globalizzato dove è fondamentale poter accedere alle risorse del sistema creditizio. L'incontro di Terziario Donna dell'11 ottobre - al quale parteciperà, oltre a Maria Antonia Rossini, il vicepresidente Unione Renato Borghi - ha un taglio pratico con la presenza di un esperto (Pierluigi Alviggi, dottore commercialista) che interverrà su "Limiti e nuove opportunità per l'accesso al credito" delle pmi.

Lab System Show 2004, **ASCOFOTO** in Giappone Visita agli impianti della multinazionale **Noritsu**

■ Delegazione di Ascofoto



(l'Associazione nazionale dei fotonegozianti), in Giappone a Tokio, in occasione del Lab System Show 2004, la rassegna fieristica dei laboratori fotografici per il mercato orientale. Il presidente di Ascofoto Dario Bossi ha visitato a Wakayama (Osaka) la fabbrica della Noritsu Koki, multinazionale giapponese che

Quattro associazioni aderiscono all'Unione

La Giunta esecutiva dell'Unione di Milano ha deliberato l'accoglimento delle richieste d'adesione all'Unione di quattro associazioni. Si tratta di: Anpro (Associazione nazionale professionisti per l'impresa e la persona); Algat (Associazione lombarda guide ed accompagnatori turistici); Pmi-Nic (Project Management Institute Northern Italy Chapter); Associazione commercianti del Basso Lodigiano.

produce minilaboratori fotografici. Nella foto Dario Bossi (al centro) consegna la targa Ascofoto ad Akihiko Kuwabara, managing director operating di Noritsu (a destra Luigi Morello, membro di Giunta Ascofoto). Le novità del Lab System Show 2004 saranno presentate in Europa ad ottobre in occasione della rassegna Photokina.

www.entemuomilano.it • E-mail: informazioni@entemuomilano.it

Ente Mutuo, la tua salute il nostro fine esclusivo!



B FORMA TIPO B (specialistica e integrativa)

È in parte integrativa del servizio pubblico e sostitutiva per quelle prestazioni che è difficile ottenere tramite le ASL.

C FORMA TIPO C (ospedaliera)

È preferita da coloro i quali intendono assicurarsi una valida copertura solo nei casi di ricovero ospedaliero anche presso Case di Cura private.

D FORMA TIPO D (specialistica, ospedaliera)

Soddisfa le esigenze di coloro che desiderano ottenere un'assistenza più ampia, comprensiva delle prestazioni specialistiche ambulatoriali e dei ricoveri presso Case di Cura private.

D plus FORMA TIPO D plus (specialistica, ospedaliera completa)

Soddisfa le esigenze di coloro che desiderano ottenere un'assistenza completa, senza i limiti previsti dalla forma Tipo "D" in materia di ricoveri ospedalieri.

G FORMA TIPO G (specialistica)

È una forma di assistenza innovativa per coloro che per la prima volta si iscrivono all'Ente Mutuo.

Corso Venezia, 49
20121 Milano
tel. 02.7750352-337-474

ENTE MUTUO
DI ASSISTENZA
TRA GLI ESERCENTI IL COMMERCIO
DELLA PROVINCIA DI MILANO

Il Giro ciclistico internazionale donne



Il Comune di Pozzo d'Adda ha ospitato la 7° tappa del Giro ciclistico internazionale donne che ha visto la partecipazione di 18 squadre in rappresentanza di 26 nazioni. Il passaggio del Giro nel territorio dell'Adda (vedi Unioneinforma di luglio-agosto a pagina 31 n.d.r.) ha permesso, di dare risalto all'iniziativa "Città e commerci nel territorio dell'Adda". Il percorso della tappa ha toccato Pozzo d'Adda, Vaprio d'Adda, Groppello, Cassano d'Adda, Inzago, Villa Fornaci, Bettola, Pozzo d'Adda, Trezzo sull'Adda, Busnago (con proseguimento quindi per Oggiono). A Pozzo d'Adda è stato approntato un vero e proprio villaggio ciclistico, al cui interno sono stati allestiti stand espositivi. Con la collaborazione di Unione e Ascom territoriale di Trezzo sono state

promosse diverse iniziative. Fra di esse la premiazione di «La migliore vetrina in rosa». Presenti importanti personaggi del mondo ciclistico. Con il sindaco di Pozzo d'Adda Silvano Calvi hanno presenziato alla manife-



Nelle foto – La partenza della tappa del Giro ciclistico internazionale donne e (a fianco), da destra verso sinistra, ripresi in un momento della festa, il presidente dell'Ascom territoriale di Cassano Giuseppe Legnani con l'architetto Angelo Patrizio, direttore dei servizi urbanistici Unione e il segretario Ascom di Cassano e Trezzo Claudio Caraffini



Discoteche di SEGRATE "Un soffio per la vita"

Distribuzione di etilometri monouso

Fino al termine della stagione estiva continua ad essere distribuito gratuitamente (con la seconda consumazione) un etilometro monouso per la misurazione del tasso alcolico nel sangue. L'iniziativa, promossa dal Silb Milano, il Sindacato dei locali da ballo (nella foto il presidente Rudy Citterio) con la collaborazione dell'Amministrazione comunale di Segrate, è rivolta a tutti i frequentatori delle discoteche Samoa, Spider e Punta



con il SILB

dell'Est - che si trovano nel territorio del Comune di Segrate - e fa parte del progetto denominato "Un soffio per la vita" che,

a livello nazionale, sta coinvolgendo in via sperimentale circa 150 discoteche.

Durante le serate programmate i dj che si alternano alla consolle fanno inoltre ripetuti annunci per invitare chi non sia in grado di mettersi subito alla guida dell'auto a sostare negli "spazi di compensazione" allestiti presso le discoteche stesse.

Delegazione di SEGRATE inaugurata la SEDE

Inaugurata il 10 settembre alla presenza di Carlo Alberto Panigo (foto), consigliere di presidenza Unione con delega alla provincia, la sede della delegazione comunale di Segrate dell'Ascom territoriale di Melzo. Gli uffici della delegazione si trovano nel palazzo del Vecchio Municipio in via XXV Aprile. La realizzazione della nuova sede è stata resa possibile grazie alla collaborazione dell'Amministrazione comunale di Segrate. Ecco gli orari degli uffici della delegazione di Segrate: martedì dalle 9 alle 12 e venerdì dalle 9 alle 12.30 e dalle 14 alle 16.30.



■ Ha le idee chiare Roberto Della Rovere, sindaco di Cesate. Sul futuro del sistema commerciale cittadino (Della Rovere ha la delega alle attività produttive) ha in mente un piano di sviluppo di tutto riguardo. Il primo cittadino è certo che fra tre anni, alla fine della legislatura, Cesate cambierà faccia. "Il commercio - afferma - sta emergendo da una crisi che lo ha penalizzato per troppo tempo. Non si è riusciti, in questi anni, a soddisfare appieno le richieste dei consumatori soprattutto quelle medio-alte.

Certo, bisogna tenere conto che siamo circondati dai giganti della distribuzione, sorti nei comuni limitrofi".

La situazione di Cesate? "Siamo per un'altra strategia - prosegue il sindaco - Abbiamo lavorato sul centro, in maniera da creare un sistema commerciale naturale fatto da tanti negozi tradizionali.

Un'operazione progettuale che da un lato favorisce i piccoli negozi, dall'altro contribuisce a rivitalizzare 'il salotto' commerciale della nostra città e a sostenere la socializzazione".

Roberto Della Rovere annuncia anche una sfida, che ovviamente vuol vincere. "Dobbiamo riuscire a collegare il nuovo insediamento, che andrà a collegarsi sull'area dismessa ex Poss, dove verrà creata una superficie di vendita di circa 1.000 metri quadri, con tutto il resto del contesto urbano. Dalla nuova piazza, contiamo di creare la passeggiata dello shopping fino a via IV Novembre". Grande distribuzione? "Non fa parte dei nostri progetti. Credo che

CESATE punta

al rilancio del commercio tradizionale



Roberto Della Rovere

Intervengono il sindaco **ROBERTO DELLA ROVERE** e il nuovo presidente dei commercianti cesatesi **WALTER OTELLO GUALANDI**



Walter Otello Gualandi



oltre ai posti auto sotterranei. A breve, inoltre, partirà il progetto di pianificazione del territorio con il rifacimento della rete d'illuminazione. E daremo il via al piano del decoro urbano e del verde". Come vanno i rapporti con l'Associazione commercianti? "Le relazioni - afferma Della Rovere - sono decisamente cambiate.

Del resto, per il rilancio del territorio e quindi del commercio, occorre un tavolo di confronto che si è dimostrato molto positivo. Sono certo che questa pokitica ci porterà ad avere una città più bella ed attraente".

.....

Gran voglia di fare anche da parte del nuovo presidente dei commercianti cesatesi, Walter Otello Gualandi. "La grande distribuzione che ci circonda, di fatto ha scoraggiato aperture di nuove attività e frenato gli investimenti".

"In ogni caso cercheremo la collaborazione con l'Amministrazione comunale - conferma Gualandi - per costruire una città a misura d'uomo. Con il nuovo Consiglio abbiamo iniziato un percorso nuovo. I tempi sono cambiati: intendiamo portare proposte e suggerimenti senza operazioni di lobby, ma consapevoli di rappresentare gli interessi di una categoria che adempie ai propri doveri e, allo stesso tempo, chiede che vengano rispettati i propri diritti".

Franco Sala

Ascom GORGONZOLA Paride Bolis confermato presidente

Conferma di Paride Bolis alla presidenza dell'Ascom territoriale di Gorgonzola (nello scorso numero di UnioneInforma a pagina 31 è stata data notizia dell'elezione del nuovo consiglio direttivo). Vicepresidenti sono Antonio Bertelli e Valeriano Verderio.

Dopo la decisione di voler concedere la licenza edilizia per la costruzione del centro commerciale

■ Presa di posizione dell'Unione commercianti di Monza (nella foto il presidente Umberto Pini) dopo il "via libera" del Comune al centro commerciale di Rondò dei Pini. Nella nota dell'Unione di Monza accenti critici anche su altri temi (come il piano del traffico) sui quali l'Unione di Monza si confronta con l'Amministrazione comunale monzese.

"In un momento di difficoltà per le attività commerciali di Monza e del circondario, dovute sia alla nota generale contrazione dei consumi sia a fattori ambientali locali, apprendiamo della decisione dell'Amministrazione comunale monzese di concedere la licenza edilizia per la costruzione del centro commerciale al Rondò dei Pini". "Tale delibera - rileva la nota dell'Unione commercianti di Monza - che contraddice gli impegni elettorali di questa Amministrazione, non dà alcuna garanzia futura circa l'utilizzo delle superfici destinate ad attività commerciali e terziarie. Assistiamo con preoccupazione ad un ulteriore incremento delle superfici destinate alla grande distribuzione

Altri problemi aperti: nuovo piano urbano del traffico, il prospettato smembramento del tradizionale mercato del giovedì e la composizione della Commissione comunale dei pubblici esercizi



sul territorio monzese che si aggiungono a quelle concesse nei mesi passati". "Altre importanti emergenze che preoccupano gli operatori del commercio, del turismo, dei servizi e delle professioni, quali la cronica mancanza di parcheggi, le difficoltà di accesso alla città, il degrado, la carenza di adeguato arredo urbano, le perplessità riguardo al nuovo Piano urbano del traffico, sono a tutt'oggi - si prosegue nel comunicato dell'Unione di Monza - in attesa di ade-

RONDO' dei PINI, l'Unione di Monza contesta la scelta del Comune

guate e risolutive risposte. Così come ci preoccupa il prospettato smembramento del tradizionale mercato del giovedì, e la composizione della Commissione comunale dei pubblici esercizi con una significativa ingiustificata riduzione dei rappresentanti delle imprese del commercio e del turismo".

"L'Unione commercianti di Monza e Circondario - conclude la nota - rimane come sempre disponibile ad un costante e collaborativo confronto con le Pubbliche Amministrazioni nel rigoroso rispetto dei diversi ruoli che esige altrettanto rispetto, attenzione e considerazione per la fondamentale funzione economica e sociale degli operatori del commercio del turismo dei servizi e delle professioni che non può e non deve essere disattesa da improvvise scelte amministrative".



Unione

del Commercio
del Turismo
dei Servizi
e delle Professioni
della Provincia
di Milano



Promo.Ter

ENTE
PER LA PROMOZIONE
E LO SVILUPPO
DI COMMERCIO
TURISMO E SERVIZI

- AVETE APPENA APERTO/AMPLIATO UN'ATTIVITA'?
- NON AVETE ANCORA ADEMPIUTO A TUTTI GLI OBBLIGHI PREVISTI DALLE LEGGI SULLA SICUREZZA E/O SULL'IGIENE DEGLI ALIMENTI?
- E' STATA SVOLTA UN'ADEGUATA ATTIVITA' DI FORMAZIONE PER GLI ADDETTI DELLA VOSTRA AZIENDA?

**...il Club della Sicurezza, Ambiente & Qualità
HA GIA' ASSISTITO OLTRE 6.000 AZIENDE ASSOCIATE**

Più di 150 professionisti specializzati (tecnici, medici e formatori), selezionati dal Club, sono pronti ad affrontare e risolvere rapidamente ogni vostro problema, garantendovi un ottimo rapporto QUALITA'-PREZZO e la TRANQUILLITA' di essere in regola con le disposizioni di legge in materia.

DIVISIONE SICUREZZA SUL LAVORO

(D.Lgs. 626/94)

Via Serbelloni 7 Milano

Telefono: 02-7750591 02-76028042

02-76028015 - fax 02-76017677

E-mail: club.626@unione.milano.it



DIVISIONE IGIENE DEGLI ALIMENTI

(D.Lgs. 155/97)

Via Serbelloni 7 Milano

Telefono: 02-76006396

Fax 02-76017677

E-mail: club.haccp@unione.milano.it



Dal 10 settembre al 10 ottobre

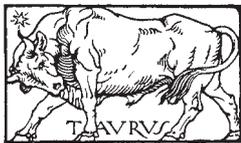
< i più fortunati sono... i nati dal 18 al 30 gennaio
i meno fortunati sono... i nati dal 18 al 30 dicembre



Ariete

(21/3 - 20/4)
Saturno in questa fine estate è ostile ai nati della terza decade e rimarrà tale per quasi un

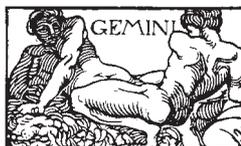
anno. In vari aspetti della vostra vita sarete messi alla prova: ostacoli e momenti di difficoltà provocheranno stanchezza e frustrazione. Anche per i nati della prima decade sono previsti molti cambiamenti: Marte, a fine settembre, diventa negativo insieme a Giove: inizia un periodo di opposizione poco favorevole per tutti gli aspetti di carattere legale. Il livello di energia, inoltre, risulterà eccessivo e dovrete fare attenzione a non agire in modo avventato, impulsivo ed egoistico. Anche Mercurio è opposto tutto il mese non favorendo, in particolare, gli spostamenti.



Toro

(21/4 - 20/5)
Marte è molto favorevole per i nati della terza decade del mese di settembre, insieme a Giove: potrete contare su una bella

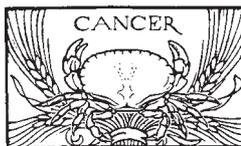
dose di energia e di buon umore, ogni cosa che farete apparirà facile e positiva. Meglio approfittare di questo momento così fortunato anche per firmare contratti, per matrimoni o trasferimenti. A fine settembre, infatti, entrambi i pianeti lasceranno il segno amico della Vergine. Venere è invece in transito nel Leone fino al 7 ottobre e potrebbe portare qualche momento di noia. Per tutti una situazione comunque tranquilla e costruttiva.



Gemelli

(21/5 - 21/6)
Mercurio e Venere sono favorevoli per tutto settembre facilitando viaggi, vacanze, ma anche il lavoro. Marte e Giove, però,

sino alla fine del mese appaiono negativi per i nati a fine segno portando contrattempi e forte irritabilità. L'energia è troppo alta e potrebbe provocare comportamenti impulsivi. Invece, i nati di maggio - da fine settembre - potranno contare su una bellissima novità: Marte e soprattutto Giove entrano nella Bilancia e si collocano in posizione favorevolissima per il vostro Sole. Vi aspettano molti mesi decisamente propizi: energia, buon umore, contatti facilitati in ogni settore e molta fortuna in ogni vostra iniziativa sia pubblica che privata. Si equilibra un po' l'energia di Urano sempre in quadratura.



Cancro

(22/6 - 22/7)
La novità del mese è l'ingresso di Giove nella Bilancia, che si pone in posizione

negativa per i nati di giugno. Questo mese è accompagnato anche da Marte e Mercurio. Per i nati della prima decade non si tratterà di un momento fortunato: energia in eccesso, sbalzi di umore, azioni impulsive con conseguenze che potranno essere molto negative. Non recatevi in luoghi potenzialmente pericolosi, attenzione alle situazioni a rischio, evitate per quanto possibile operazioni chirurgiche e firme di contratti. Attenzione, comunque, alla salute e soprattutto a non affaticare il fegato. Saturno,

invece, continua a transitare sui nati di fine segno e ci starà per quasi un anno: si raccomanda di non sprecare energia in progetti poco costruttivi. Saturno favorisce solo le decisioni sagge.



Leone

(23/7 - 22/8)
Venere è sul vostro Sole fino a inizio ottobre e Mercurio è in posizione ottima

transitando nella Bilancia. Entrambi favoriscono allegria e buon umore, prontezza mentale e facilità negli studi. Da fine settembre anche Marte e Giove, prima più "neutri", si collocano in positiva posizione di sestile per i nati della prima decade i quali potranno contare su un periodo di grande energia e di apertura in tutti i settori.



Vergine

(23/8 - 22/9)
Urano è sempre opposto ai nati di agosto, ma Venere entra nel segno a inizio ottobre

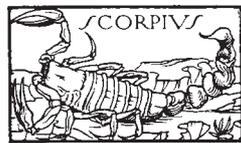
arrecando allegria e buonumore. Sino alla fine di settembre i nati nella terza decade possono invece contare sul transito di Marte e su quello di Giove, transiti che favoriscono l'attività fisica, molto fortunati e di grande energia, positivi per quelle attività che richiedono particolarmente fiducia in sé stessi.



Bilancia

(23/9 - 22/10)
Grandi novità da quest'autunno. Giove, a fine settembre, entra nella Bilancia

con tutto il suo carico di fortuna, energia, buonumore, e in questo mese anche Marte e Mercurio saranno nel vostro segno insieme al Sole. Ci saranno sviluppi in tutti i campi, potrete risolvere molti problemi che in quest'ultimo anno vi hanno angustiato. Solo per i nati della terza decade Saturno, negativo ancora per quasi un anno, consiglia molta prudenza e di risparmiare energia preziosa.



Scorpione

(23/10 - 21/11)
Marte è positivo per i nati della terza decade sino alla fine di settembre insieme a

Giove. Approfittate dei "colpi di coda" di questi due pianeti che favoriscono sia l'attività lavorativa che la salute. Venere, nel Leone,

potrà portare qualche giornata di noia, ma con Saturno e Urano sempre propizi, nulla turberà questo periodo di grandi progetti.



Sagittario

(22/11 - 20/12)
Venere in trigono al vostro Sole fino al 7 ottobre porta in generale allegria. Favorisce

il lavoro e i contatti interpersonali. Sino alla fine di settembre, però, per i nati della terza decade, Marte appare ancora negativo, insieme a Giove: si accuserà nervosismo e si avrà la tendenza ad affrontare le situazioni con eccessiva arroganza. Poi, finalmente, Marte diventa positivo per i nati di novembre alleggerendo di molto la loro situazione, sempre instabile e ansiosa per via di Urano quadrato.



Capricorno

(21/12 - 19/1)
Giove e Marte sono positivi sino alla fine di settembre per i nati della terza

decade i quali continuano, però, a dover sopportare l'opposizione di Saturno che rimarrà così per quasi un anno: approfittate degli appoggi e della forte energia di queste settimane per sistemare questioni rimaste in sospeso. Giove e Marte dopo si allontaneranno collocandosi in difficile posizione per i nati di dicembre che avranno settimane contraddistinte da contrattempi e forte stress. Vanno evitate le situazioni potenzialmente rischiose. In questo mese anche Mercurio è in posizione difficile e non favorisce i viaggi.



Acquario

(20/1 - 19/2)
Venere transita in opposizione al vostro Sole per tutto il mese: qualche giornata

di noia soprattutto per i nati di febbraio. Ma da fine settembre Giove e Marte raggiungono Mercurio e il Sole nella bilancia e si mettono in bellissima posizione di trigono ai nati di gennaio. Ottimi aspetti in tutti i campi. E' un mese molto fortunato con energia, progetti nuovi e facili, idee chiare e veloci da realizzare, novità di lavoro ed entrate di denaro per chi ha anche Mercurio in Acquario.



Pesci

(20/2 - 20/3)
Saturno è sempre positivo per i nati di fine segno, ma fino a fine settembre

Marte e Giove restano ancora molto insidiosi. Attenzione alla salute (in particolare la circolazione del sangue e il fegato), evitate lo stress e di farvi sopraffare dal nervosismo e dagli eccessi. A fine mese entrambi i pianeti finalmente lasciano il segno della Vergine e la situazione - per chi non ha pianeti nell'Ariete - con il passare dei giorni migliorerà. Per i nati nei primi giorni del segno Urano continua la sua congiunzione e il suo influsso invitandovi a rivoluzionare la vostra vita e ad accettare i cambiamenti, anche imprevedibili, che avverranno. Comunque a cercare una maggiore libertà di azione rispetto a prima.

Il cielo del mese

Il Sole è nella Vergine; entra il 23 settembre nella Bilancia. Mercurio è nella Bilancia. Venere è nel Leone, entra il 7 ottobre nella Vergine. Marte è nella Vergine, entra il 26 settembre nella Bilancia. Giove è nella Vergine, entra il 25 settembre nella Bilancia. Saturno è nel Cancro (26°), Urano è nei Pesci (3°r), Nettuno è nell'Acquario (12°r) e Plutone è nel Sagittario (20°). Il nodo lunare passa da 4 a 2 gradi del Toro.

(A cura di E.T.)