

informa Unione

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

**Milano: all'assemblea generale Unione confronto con le istituzioni
Sangalli: fiducia nella ripresa
ma le imprese non vanno ostacolate**

Numero Verde
800 77 50 00

"Ce la faremo"
Unione: il numero verde "anticrisi"

**Terremoto dell'Abruzzo
Sistema Confcommercio:
operazione solidarieta'
AL CENTRO DEL GIORNALE**



**CON IL PROSSIMO
NUMERO (giugno)**



AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE



Promo.Ter Unione
**Servizio
Paghe** SERVIZIO DI ASSISTENZA
PER L'AMMINISTRAZIONE
DEL PERSONALE



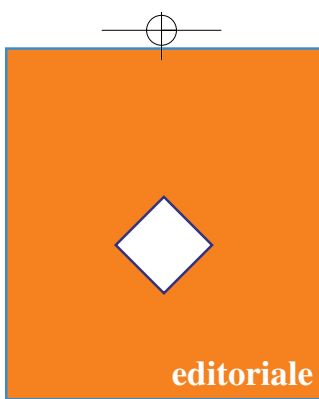
Promo.Ter garantisce un servizio **“chiavi in mano”**
per soddisfare le esigenze dei soci in tema di:

- assistenza per la predisposizione e la completa elaborazione dei dati delle retribuzioni, dei compensi e dei relativi oneri sociali;
- assistenza e consulenza, attraverso l'UNIONE DEL COMMERCIO DEL TURISMO DEI SERVIZI E DELLE PROFESSIONI DELLA PROVINCIA DI MILANO per la costituzione, lo svolgimento e la cessazione dei rapporti di lavoro;
- tenuta, attraverso l'UNIONE DEL COMMERCIO DEL TURISMO DEI SERVIZI E DELLE PROFESSIONI DELLA PROVINCIA DI MILANO, del Libro Unico del Lavoro;
- assistenza nei rapporti con gli Enti: INPS, INAIL, ESATRI, DIREZIONE PROVINCIALE DEL LAVORO, CENTRO PER L'IMPIEGO, UFFICIO TERRITORIALE DEL GOVERNO PER L'AVVIAMENTO DEI LAVORATORI EXTRACOMUNITARI;
- assistenza per le visite ispettive attraverso l'UNIONE DEL COMMERCIO DEL TURISMO DEI SERVIZI E DELLE PROFESSIONI DELLA PROVINCIA DI MILANO.

La gestione e l'elaborazione riguardano, a titolo esemplificativo:

SALARI E STIPENDI
COMPENSI COLLABORATORI COORDINATI E CONTINUATIVI
REPORTISTICA PER LA GESTIONE DEL PERSONALE
MODELLI 770
MODELLI CUD
TRATTAMENTO DI FINE RAPPORTO
IRPEF
CONTRIBUTI INPS
AUTOLIQUIDAZIONE PREMI INAIL
RIEPILOGO CONTABILE
COSTO DEL LAVORO
IRAP
TRASMISSIONE TELEMATICA
PREMI INAIL PER SOCI E FAMILIARI
COMUNICAZIONI AL CENTRO PER L'IMPIEGO
PREVIDENZA ED ASSISTENZA COMPLEMENTARE
PREVISTA DAL CCNL
(FONDO M. NEGRI, FASDAC, ASSOCIAZIONE A. PASTORE,
FON.TE, FONDO EST, QUAS)

Via Marina 10/A – 20121 Milano – Tel. 027750298-300-214-252-299-301 – fax 027750461
e mail: libri.paga@unione.milano.it



ATTUALITA'

ALL'ASSEMBLEA
GENERALE
PUBBLICA UNIONE
CONFRONTO
CON LE ISTITUZIONI:
FIDUCIA NELLA RIPRESA
MA LE IMPRESE
NON VANNO
OSTACOLATE.
TASK FORCE "ANTICRISI"
CON IL NUMERO VERDE
800775000

2



**Terremoto
dell'Abruzzo**

**La nostra
solidarietà**

AL CENTRO
DEL GIORNALE

Unioneinforma è stato ultimato
il 5 maggio.

**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
nel giornale

Salone del Mobile e design Milano "città aperta"

Il Salone del Mobile ha portato una ventata di ottimismo e si è rivelato un grande successo di pubblico, aprendo su Milano una vetrina importante e di grande richiamo. Ed è stata tutta la città ad accendere le luci, a partecipare a questo evento, dimostrando come il design sia profondamente entrato a far parte della sua economia, delle sue attività e dei suoi cittadini; insomma come il design sia entrato a pieno titolo a far parte della "milanesità". Le numerose e partecipate iniziative del cosiddetto "Fuori Salone" hanno rimandato l'immagine di una città viva, aperta, brulicante, creativa. L'indotto del Salone del Mobile, infatti, è stato certamente potenziato e sostenuto dal circuito espositivo per così dire "extra-fiera", in un'ottica di complementarità spontanea e virtuosa fra eventi e manifestazioni. Milano è senza dubbio il fulcro del distretto italiano del design. In termini di fatturato, infatti, il capoluogo lombardo copre da solo quasi l'80% del totale nazionale. A Milano oggi si trova un'impresa italiana del design su dieci. Nonostante la difficile congiuntura economica, le aziende ambrosiane del settore sono cresciute nell'ultimo anno del 5%, portandosi a quota 523 imprese attive.



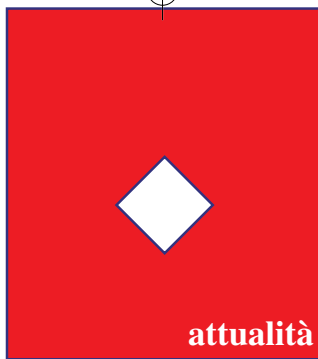
Il design rappresenta, dunque, un settore strategico per l'area milanese e lombarda e, coniugando creatività con realtà produttive e terziarie di eccellenza, genera dinamiche economiche virtuose, il cui merito è in particolare quello di scoprire nuovi talenti, di proseguire questa ricerca nel tempo e di essere aperte all'esterno. Basti pensare che il 90% delle imprese più innovative si avvale di designer stranieri. Questi "laboratori del design" formano un sistema ramificato e multilivello, radicato sul territorio, che va dal piccolo artigiano al brand internazionale. Un sistema che, sebbene legato alla creatività individuale, si è riversato in capitale diffuso di lavoro e produzione ed ha raccolto nel tempo la sfida dell'innovazione.

Grazie a questo capitale diffuso, all'appuntamento con il Salone del Mobile Milano si è presentata in una veste moderna, ma con un taglio tipicamente italiano, per cui la città è apparsa come un organismo complesso e dinamico, dove le eccellenze economiche sono tali proprio perché partecipate dall'intero tessuto sociale e urbano.

CARLO SANGALLI
Presidente dell'Unione di Milano

Unioneinforma
maggio 2009





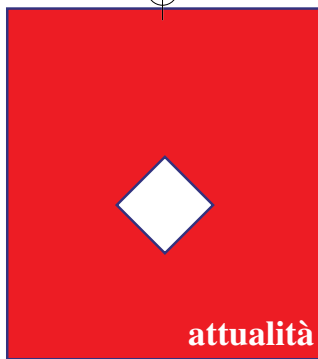
Il presidente Carlo Sangalli all'assemblea generale Unione: fiducia nella ripresa con meno distanza fra istituzioni e imprese

Milano: il terziario tiene testa alla crisi ma le imprese non vanno ostacolate



La forte volontà – sintetizzata nello slogan “ce la faremo” (proposto anche in un video trasmesso nel corso dei lavori) – di rilanciare la fiducia e la crescita economica di Milano, è stata espressa dal presidente Carlo Sangalli nell’assemblea generale dell’Unione. Assemblea (svoltasi il 20 aprile) divisa in due appuntamenti: al mattino l’assemblea pubblica (nella grande e rinnovata sala Orlando di





Palazzo Castiglioni) con l'intervento dei rappresentanti delle istituzioni locali, il presidente della Regione Lombardia Roberto Formigoni, il sindaco di Milano Letizia Moratti, il presidente della Provincia di Milano Filippo Penati di fronte ad una platea molto numerosa di imprenditori in rappresentanza delle associazioni e di ospiti istituzionali. Nel pomeriggio l'assemblea più tradizionale che ha approvato all'unanimità il bilancio consuntivo Unione. Sangalli ha ricordato che il terziario esprime il 70% delle imprese del nostro territorio con un contributo al Prodotto interno lordo, nell'area di Milano, pari al 54% (a fronte di un 29% dell'industria). Il presidente Unione ha proposto che si svolgano gli Stati generali per l'innovazione nei servizi: proposta che ha trovato il governatore Formigoni concorde. "Si va oltre la crisi economica - ha affermato il presidente Unione - se siamo in grado di

ricreare un clima di fiducia tra istituzioni, mercato e cittadini. Come? Eliminando le distanze

condotta presso un campione di quasi 900 aziende associate è emerso come siano



Stati generali per l'innovazione nei servizi: la proposta del presidente Sangalli

con le istituzioni e gli ostacoli per le imprese". Il momento, lo sappiamo, non

condotta presso un campione di quasi 900 aziende associate è emerso come siano cresciute nei pagamenti le criticità nel rapporto con clienti e i fornitori: il 66% ha avuto più difficoltà a pagare i fornitori e l'82% ha rilevato altrettanta difficoltà da parte dei propri clienti. E il 50% delle imprese ha avuto difficoltà di accesso al credito bancario mentre il 70% delle aziende interessate da vendite straordinarie ha dichiarato di aver aumentato i ricavi con vendite di fine stagione, promozione, sconti ecc.

E da un'indagine della Camera di Commercio presso un

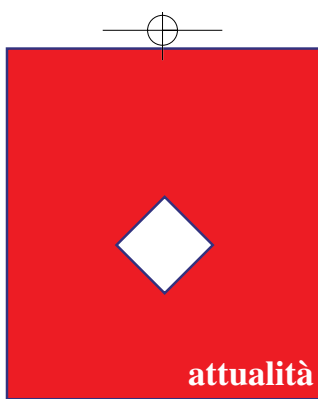


Assemblea generale pubblica Unione: da sinistra il prefetto di Milano Gian Valerio Lombardi, il governatore della Lombardia Roberto Formigoni, il sindaco di Milano Letizia Moratti e il presidente Unione Carlo Sangalli

campione di operatori commerciali (dettaglio, alberghi e ristoranti) si è rilevato come più del 55% degli imprenditori stia accusando gli effetti del rallentamento economico. "Non possiamo non citare tra le cause della crisi - ha rilevato Sangalli - la riduzione dell'83% dei voli

è certo fra i più facili: da un'indagine di Unione e Confcommercio lombarda

segue a pag. 4



Roberto Formigoni, governatore della Lombardia

Alitalia su Malpensa, che ha penalizzato gli arrivi internazionali e intercontinentali e dunque l'indotto del commercio e dell'accoglienza e ricettività". I negozi mono e multi-marca delle vie commerciali milanesi hanno, ad esempio, avuto come conseguenza diretta un calo del 6% negli ultimi 8 mesi di acquisti da parte degli stranieri. E nei primi mesi del 2009 gli alberghi hanno perso circa il 30% dei clienti.

"Ci siamo battuti e ci batteremo con decisione - ha detto Sangalli - perché Malpensa rimetta le ali che le spettano. Cosa sarebbe dell'Expo se nel



Filippo Penati, presidente della Provincia di Milano

nostro sistema aeroportuale". Ma vi è anche fiducia in una futura ripresa, della quale si intravedono i primi segnali anche se la guardia deve restare alta. Un segno di responsabilità è la sostanziale tenuta dell'occupazione (-0,5% su oltre 320.000 lavoratori) con la messa in atto di interventi a sostegno del reddito dei lavoratori delle aziende in crisi.

E' stato perciò sottoscritto, come Confcommercio Lombardia, un'intesa con le Organizzazioni sindacali dei lavoratori per integrare, attraverso gli Enti bilaterali, forme di ammortizzatori sociali per le imprese. Segnale positivo è anche il percorso avviato sui Distretti urbani del commercio: solo per Milano oltre 10 milioni di euro. I Distretti sono costruiti con una

... assemblea generale

segue da pag. 3

logica di partenariato e l'iniziativa avviata da un bando della Regione è stata colta da molti comuni: con Milano, Monza, Buccinasco, Rho, Giussano, Carate Brianza e Verano Brianza.

Ulteriore segnale positivo il ruolo decisivo che, nei finanziamenti, può essere svolto dai consorzi fidi (a Milano con la garanzia di Fidicomat) iquali saranno in grado di elevare al 70% la garanzia sul

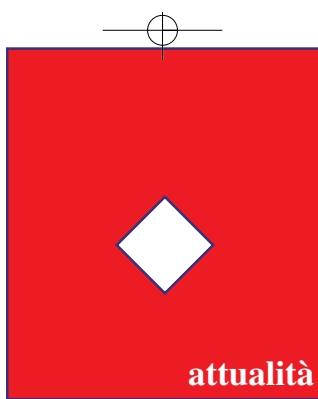


Letizia Moratti, sindaco di Milano

prestito richiesto dalle aziende, facilitando così l'accesso al credito.

Anche l'intervento regionale a favore delle imprese danneggiate dai lavori pubblici nei capoluoghi di provincia va nella direzione giusta.

"L'apertura dei cantieri in una città è segno di vitalità e progresso - ha rilevato Sangalli - ma comporta anche prolungati disagi soprattutto per le imprese commerciali delle zone interessate ai lavori. Grazie alla collaborazione con Regione Lombardia e, a Milano, con il Comune, saran-



no messi a disposizione delle imprese commerciali circa 5 milioni di euro, 3 dei quali destinati a Milano" (vedi pagina 6 n.d.r.). Le imprese stanno mantenendo fermi i prezzi al consumo. Secondo i dati del Comune di Milano, nell'arco degli ultimi 12 mesi l'inflazione è scesa dal 3,1 % del 2008 allo 0,7% del 2009.

Un punto critico resta ancora la mobilità: si annunciano divieti di circolazione delle merci nelle ore diurne, ma è assente un sistema di piattaforme logistiche a livello urbano ed è grave l'insufficienza delle aree di carico e scarico.

E' stata ribadita la necessità di regolamentare e non di vietare la circolazione ai mezzi commerciali che rappresentano la vita delle attività commerciali, turistiche e di servizio della città.

gamenti - non programmati e condivisi - dell'area Ecopass che già crea una barriera psicologica, per molti, all'entrata in Milano.

"Crediamo in una città fruibile ed ospitale, inclusiva ed

infine modificare rapidamente norme ottusamente burocratiche che hanno portato a storture come la cosiddetta "delirium tax".

"Raccogliere le esigenze e i problemi per comunicarli e

Unione: 800775000 il numero verde "anticrisi"

E' disponibile, per le imprese milanesi del commercio, del turismo, dei servizi ed i professionisti il numero verde Unione - 800775000 (dal lunedì al venerdì dalle ore 9 alle ore 17, orario continuato) - per ricevere informazioni e un accompagnamento mirato a risolvere i problemi operativi legati al difficile momento economico che il sistema imprenditoriale sta attraversando. L'imprenditore telefona all'800775000 (la chiamata è gratuita) ed espone il suo problema (lasciando alcuni suoi dati di riferimento). Sarà richiamato in 24 ore, e gli verranno fornite le informazioni richieste. Per le questioni più complesse verrà invece fissato un appuntamento fra l'imprenditore e il responsabile dell'associazione di riferimento del suo settore d'attività (supportato dai tecnici Unione). In una fase successiva tutti gli imprenditori che avranno telefonato all'800775000 saranno comunque

richiamati per sapere se le informazioni e l'assistenza ottenuta sono state tempestive e soddisfacenti.



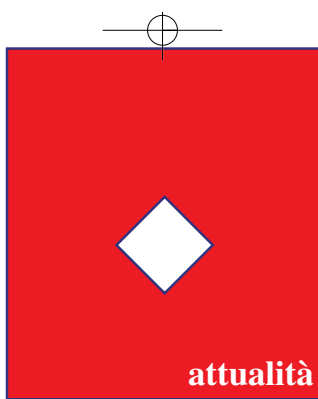
Nel pomeriggio del 20 aprile l'assemblea Unione ha approvato il bilancio consuntivo dell'Organizzazione (Le foto di queste pagine dell'assemblea Unione sono di Massimo Garriboli)

Così come per ridurre le distanze fra istituzioni e imprese basta applicare il buon senso evitando ulteriori allar-

attraente - ha affermato Sangalli - non in un luogo che vive di divieti". Eliminare le distanze significa

rappresentarle alle istituzioni è valore unico ed irripetibile - ha concluso Sangalli - In tal senso apprezziamo e incoraggiamo il dialogo ed il confronto con l'Amministrazione comunale, la Provincia e la Regione, per diffondere una fiducia operosa tra i cittadini. La fiducia, come l'ottimismo, è contagiosa.

La fiducia moltiplica fiducia. Le istituzioni diano un credito di fiducia alle nostre imprese, al terziario di Milano e della Lombardia. Le imprese non vanno ostacolate: così ce la faremo".



4,8 milioni di euro per le imprese commerciali lombarde danneggiate dai cantieri pubblici

“Un intervento concreto, con quasi 4 milioni e 800 mila euro, a favore delle imprese commerciali lombarde che subiscono un danno prolungato alla loro attività per l’apertura di cantieri. Un intervento per la realizzazione del quale abbiamo strettamente collaborato con la Regione e i Comuni e che viene pienamente incontro alle esigenze espresse dagli operatori. Un intervento che assume un significato ancora maggiore in un momento generale di difficoltà economica”: è il commento di Renato Borghi, vicepresidente vicario di Confcommercio Lombardia, in occasione della firma, tra Regione Lombardia (con l’assessore al Commercio Franco Nicoli Cristiani) e Comune di Milano (con l’assessore alle Attività produttive Giovanni Terzi), della convenzione finalizzata ad erogare contributi agli operatori commerciali danneggiati dai cantieri (vedi *Unioneinforma* di febbraio a pagina 11 n.d.r.). Con la firma tra Regione e Comune di Milano si mettono in



Renato Borghi



campo, per il capoluogo lombardo, 3 milioni di euro (due da parte del Comune ed uno dalla Regione) e l’Unione – che ha collaborato con il Comune e che da Palazzo Marino, già negli scorsi mesi, aveva ottenuto la realizzazione di cartelli d’in-

Fidicommet, che interverrà per supportare l’operatività del Fondo rotativo previsto per i finanziamenti alle imprese. “A Milano – spiega Borghi che è vicepresidente dell’Unione – la scelta è stata infatti indirizzata verso la previsione di un finanziamento a tasso agevolato a medio termine”.

Un milione e mezzo di euro sarà invece destinato per le imprese commerciali di Brescia con una soluzione di contributi in conto capitale ed in conto interessi. Altri interventi sono previsti per Cremona (140

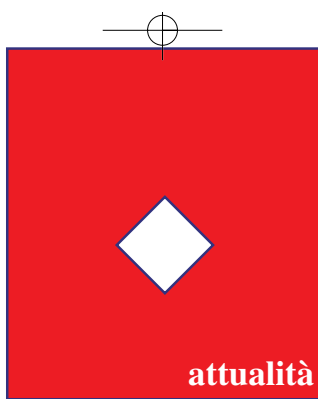
mila euro con agevolazioni sulle tasse locali) e Lecco (più di 135 mila euro mediante contributi in conto capitale e riduzione della tassa rifiuti). “Quest’intervento – conclude Borghi – ha un carattere sperimentale che, ci auguriamo, possa diventare strutturale soprattutto in prospettiva di Expo 2015. L’Esposizione universale porterà infatti all’apertura di numerosi cantieri e l’esperienza di questi anni ci insegna purtroppo che, con i disagi inevitabilmente creati dai cantieri, esiste una prolungata ricaduta negativa sull’attività quotidiana delle nostre imprese”.

**Renato Borghi
(vicepresidente vicario
di Confcommercio
Lombardia):
un buon intervento
che da sperimentale
deve diventare strutturale**

dirizzamento che consentono l’individuazione, per il pubblico, delle imprese “oscurate” dai cantieri – ha messo a disposizione dell’Amministrazione comunale milanese l’attività del proprio Fondo di garanzia fidi,



**Le misure riguardano
Milano (firmata
la convenzione fra
Regione e Comune.
E Fidicommet, il Fondo
di garanzia fidi Unione,
supporterà l’operatività
del Fondo rotativo
previsto per i finanziamenti
alle imprese), Brescia,
Cremona e Lecco**



Mercati ambulanti: una lavagnetta per segnalare i prodotti di stagione più convenienti

Nei banchi alimentari dei mercati lombardi su area pubblica una lavagnetta - con i loghi di Regione Lombardia e Confcommercio Lombardia e lo slogan "Convenienze di stagione" - dove l'ambulante segna i prodotti di stagione con i prezzi più vantaggiosi per il consumatore fornendo, quindi, ai tantissimi frequentatori dei mercati un'informazione in tempo reale sulle migliori opportunità d'acquisto. In Lombardia sono 3.600 le imprese del commercio ambulante nel settore alimentare (13.000 complessivamente nell'ambulante). Operatori ambulanti che, in questo generale momento di difficoltà economica e rallentamento nei consumi, costituiscono sempre più un valore aggiunto per i consumatori nel rapporto qualità-prezzo. "Dall'inizio dell'anno c'è stata una crescita del 10% di frequentazione dei mercati ambulanti - afferma Giacomo Errico, presidente di Fiva Confcommercio, la Federazione del commercio ambulante (e a Milano di Apeca) - e, considerando il fatto che il 70% degli operatori ambulanti dell'alimentare vende frutta e verdura, il progetto 'Convenienze di Stagione' diventa un'importante operazione di trasparenza resa possibile grazie al Tavolo di filiera agroalimentare istituito dalla

Direzione generale commercio, fiere e mercati della Regione Lombardia. La lavagnetta è uno strumento semplice che consente di dare maggiore visibilità alle opportunità di concreto risparmio che gli operatori del mercato già quotidianamente propongono alla clientela". L'iniziativa "Convenienze di stagione", della durata sperimentale di sei mesi, nasce dal progetto promosso da Confcommercio Lombardia con la collaborazione di Fiva-Confcommercio lombarda e



della filiera agroalimentare e con il sistema camerale, per la cui attuazione si è dato appunto vita al Tavolo di filiera agroalimentare. Soprattutto in questo difficile frangente l'iniziativa che abbiamo messo in atto può contribuire a meglio tutelare il potere d'acquisto dei consumatori". "Già significativo - aggiunge Borghi - è quanto le imprese stanno facendo per mantenere fermi i prezzi al consumo. A Milano, nell'arco degli ultimi 12 mesi, l'inflazione è scesa dal 3,1% del 2008 al 0,7% del 2009. Ciò conferma che il commercio sta contribuendo in maniera determinante alla stabilità dei prezzi". "Avvicinare il consumatore alla stagionalità - conclude l'Assessore al Commercio della Regione Lombardia Franco Nicoli Cristiani - è molto importante. Rispettare il tempo fisiologico della naturale maturazione della frutta e della verdura vuol dire assumere un alimento di alto valore nutritivo e di sapore caratteristico. Il consumo di frutta e verdura di stagione consente, inoltre, di diversificare nel corso delle stagioni l'apporto vitaminico e di minerali".

B.B.

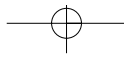
Al via il progetto sperimentale "Convenienze di stagione" promosso da Confcommercio Lombardia con la collaborazione di Fiva-Confcommercio lombarda e il contributo dell'Assessorato al Commercio, Fiere e Mercati della Regione



Franco Nicoli Cristiani, assessore al Commercio della Regione Lombardia

con il contributo dell'Assessorato al Commercio,

fiere e mercati della Regione Lombardia. "Il progetto - spiega Renato Borghi, vicepresidente vicario di Confcommercio Lombardia - trae la sua origine dal Programma di Lavoro per la tutela del potere d'acquisto dei cittadini lombardi, accordo sottoscritto da Regione Lombardia con le organizzazioni di rappresentanza



ARREDAMENTO NEGOZI

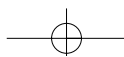
Via Nigra 2 - angolo SS DEI GIOVI
20030 PALAZZOLO MILANESE (MI)
Tel. 02/99043826 - Fax 02/99043827

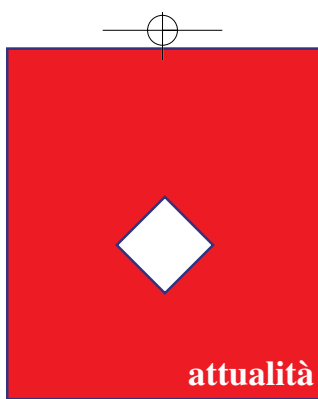
ARREDAMENTO PER NEGOZI FOOD E NON FOOD
Panifici - Pasticcerie - Alimentari - Cartolerie - Abbigliamento
Articoli sportivi - Tabaccherie - Gelaterie - Bar - Ristoranti

SE CERCATE LA QUALITA' TROVATE "MRA"



Verificate Voi stessi, visitando alcuni locali arredati, oppure chiamandoci per visionare il nostro catalogo, ma anche visitando il nostro sito ***www.mra-linearredonegozi.it***





I numeri del Salone del Mobile

Superati i trecentomila visitatori con più di 2.700 aziende per oltre 200 mila metri quadrati espositivi ed una lista d'attesa di circa 30.000 metri quadrati corrispondente a 491 domande, di cui 270 dall'estero: sono, in sintesi, i numeri del recente Salone internazionale del Mobile e delle altre manifestazioni espositive ad esso collegate nel quartiere fieristico di Rho Pero. La settimana del Salone del Mobile ha coinvolto l'intera Milano con le numerose iniziative programmate per il Fuori Salone.

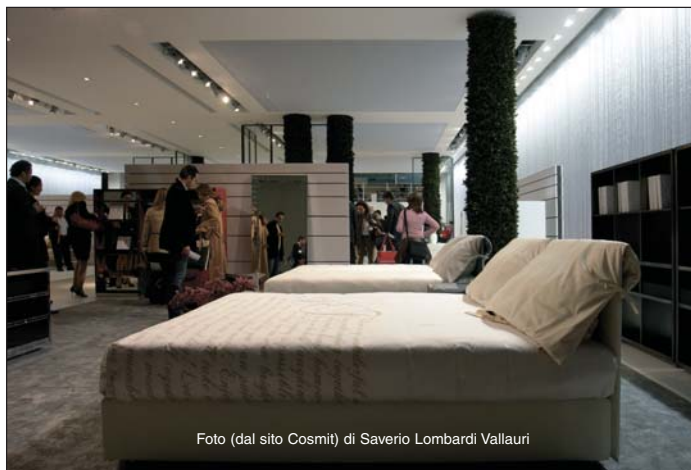
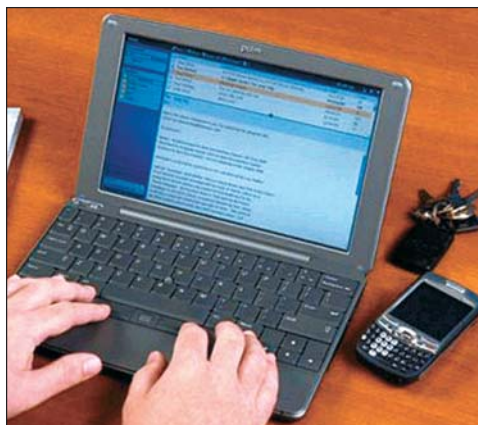


Foto (dal sito Cosmit) di Saverio Lombardi Vallauri

Design in crescita. Cresce a Milano il numero delle imprese che operano nel settore del design: sono 25 le aziende in più in un anno, +5%. Si consolida così il primo posto per

numero di imprese di design e styling, nella classifica delle città italiane, con 523 imprese attive, oltre un'azienda italiana su 10. I dati sono della Camera di commercio di Milano.

E commerce: imprese in crescita



Sono quasi 4.600 le imprese del commercio elettronico attive in Italia nel 2008, in crescita del 34% rispetto al 2007 e addirittura del 610% in confronto al 2004. Lombardia e Lazio le regioni

"regine" delle vendite online con, rispettivamente, il 17,9% (+662% in quattro anni, +40% dal 2007) e il 14,1% (+835% in quattro anni, +39% dallo scorso anno) del totale italiano di settore, seguite dalla Campania (8,5% nazionale) e Piemonte (8,2%). Tra le province, prime Roma con 515 imprese, Milano con 437 e Torino con 219 mentre tra le crescite più rilevanti in un anno si registrano a Lecce (+93%) e Siracusa (+87%). Questi numeri emergono da un'elaborazione della Camera di commercio di Milano su dati del Registro imprese al quarto trimestre 2008, 2007 e 2004 e marzo 2009 e da un'elaborazione su dati Istat 2008.

Milano? Una città fra le meno care d'Europa

Milano è nella top-ten delle città dove fare la spesa costa di meno in Europa. E tra i suoi principali competitor solo Amsterdam è meno cara. In tre anni superata Barcellona, mentre Roma si posiziona al 14° posto su 31 città considerate (+14% in media i prezzi). In assoluto la città meno cara è Budapest (quasi il 40% rispetto a Milano), seguita da Bucarest e Varsavia. Mentre la palma della città più costosa va a Copenaghen (+50% rispetto a Milano), seguita da Monaco di Baviera e da Zurigo. Rispetto all'anno scorso, volano i prezzi a Dublino e Londra (meno 4 posizioni nella classifica europea), mentre migliorano Vienna e Ginevra (+3). Le rilevazioni emergono da un'elaborazione della Camera di commercio milanese su dati provenienti dall'Economist Intelligence Unit-Economist..



Mio nonno non ha pensato solo
a raccontarmi le favole.

Polizza 30 e lode

La polizza per pagare le spese universitarie di tuo nipote.

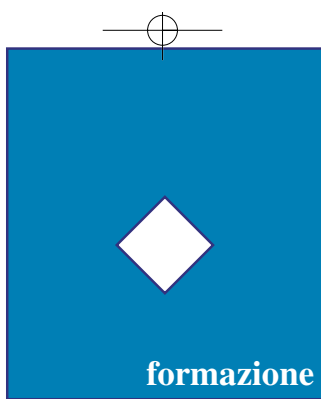
Contattaci per un preventivo gratuito.



www.emvaonline.it



Convenzione assicurativa stipulata da EMVA e BPU Assicurazioni Vita S.p.A., collocata tramite Gestione Previdenza S.r.l.
Per i contenuti tecnici del contratto, Vi invitiamo a prendere visione prima della sottoscrizione del Fascicolo Informativo, contenente Scheda Sintetica,
Nota Informativa e Condizioni Contrattuali e del Progetto Esemplificativo disponibili presso l'Intermediario.
La presente pubblicazione costituisce messaggio pubblicitario con finalità promozionale, aggiornata a Marzo 2007.



Fino a settembre con il Progetto Quadro della legge 236

Corsi finanziati per i dipendenti Opportunità per le imprese milanesi del terziario

Le imprese del terziario, con sede in Milano e provincia, interessate all'aggiornamento professionale dei propri dipendenti, hanno ancora l'opportunità di usufruire, fino a settembre, dei corsi di formazione organizzati dalle strutture formative dell'Unione di Milano, la Scuola Superiore Commercio Turismo Servizi e Professioni (in collaborazione con Formaper) e il Capac Politecnico del Commercio, con il finanziamento dalla Provincia di Milano (risorse della legge 236/93).

Il Progetto Quadro 236 si propone di intervenire nelle aree del lavoro dipendenti che, per caratteristiche personali o per condizioni contrattuali, possono risultare maggiormente indebolite in una situazione di crisi. I destinatari della formazione, infatti, sono i lavoratori dipendenti in possesso di una o più di queste caratteristiche:

- ▶ lavoratori con età superiore a 45 anni;
- ▶ lavoratrici con età superiore a 40 anni;
- ▶ con età inferiore a 32 anni;
- ▶ assunti da meno di 12 mesi;
- ▶ assunti con orario ridotto, modulato e flessibile;
- ▶ neo-comunitari o extracomunitari

▶ in possesso del solo titolo di licenza elementare o di istruzione obbligatoria.

possono riguardare le aree tematiche che in questi anni sono state maggiormente



A chi rivolgersi

Le imprese interessate possono rivolgersi direttamente alla Direzione Formazione e studi dell'Unione, telefonando ai numeri 02.7750.677-688.

richieste dalle imprese, e precisamente:

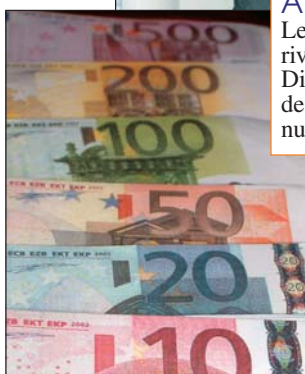
Sono inoltre compresi fra i destinatari dei corsi anche i collaboratori con

contratto a progetto.

Le iniziative formative finanziate dalla legge 236/93 sono rivolte anche alla generalità dei lavoratori dipendenti di imprese private con meno di 15 dipendenti.

I corsi devono avere una durata minima di 16 ore e

applicazioni informatiche, lingue, amministrazione e gestione, marketing. E' importante tenere conto delle regole rispetto al numero dei partecipanti. I corsi, infatti, possono essere organizzati o per un'unica impresa che riesca a costituire un gruppo d'aula con almeno otto partecipanti o, in alternativa, per gruppi costituiti a livello interaziendale; in questo caso il corso potrà essere erogato al raggiungimento del numero minimo di otto partecipanti provenienti da più aziende.



Unioneinforma
maggio 2009



**Sono autosufficiente
e non peso sulla mia famiglia.**

Polizza Autonomia

**La polizza che ti protegge dal rischio di perdita
dell'autosufficienza in qualsiasi fase della vita.**

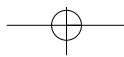
Contattaci per un preventivo gratuito.



www.emvaonline.it



Convenzione assicurativa stipulata da EMVA e BPU Assicurazioni Vita S.p.A., collocata tramite Gestione Previdenza S.r.l.
Per i contenuti tecnici del contratto, Vi invitiamo a prendere visione prima della sottoscrizione del Fascicolo Informativo, contenente Scheda Sintetica,
Nota Informativa e Condizioni Contrattuali e del Progetto Esemplificativo disponibili presso l'Intermediario.
La presente pubblicazione costituisce messaggio pubblicitario con finalità promozionale, aggiornata a Marzo 2007.



Il commercio "racconta" Milano

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

La famiglia Favrin e il commercio di utensili a Palazzolo (Paderno Dugnano)



Busti di Antonio Favrin e della moglie Lina Simeoni, realizzati dallo scultore Galletti rispettivamente nel 1970 e nel 1986, conservati nello studio di Pierino Favrin nella sede dell'Utensileria di Palazzolo (2009) ▲

Manifesto realizzato nel 1996 ▶ per celebrare i cinquant'anni di attività dell'Officina Favrin in cui spicca il logo disegnato nel 1964 per la neonata Utensileria Favrin di Palazzolo e poi trasferito a tutte le società del gruppo

Sede dell'Utensileria Favrin di Palazzolo e furgone aziendale con il logo sulla fiancata. In primo piano il cartello che segnala l'ingresso, poco più avanti, dell'Officina Favrin (2009) ▼



Coesione familiare, dedizione al lavoro e capacità di adattamento sono gli elementi alla base del successo dei fratelli Favrin che iniziano la loro attività imprenditoriale nel 1946 con un'officina meccanica e nel 1964 danno vita all'utensileria omonima a Palazzolo, frazione di Paderno Dugnano.

Come il cognome rivela, la famiglia è di origini venete e precisamente di Castello di Godego, in provincia di Treviso. Qui, in un contesto prevalentemente agricolo, vive e opera, agli inizi del secolo scorso, il fabbro Valentino Favrin.

Il figlio Antonio, appreso il mestiere dal padre, raggiunge anch'egli ben presto una grande abilità nella lavorazione del ferro. Le prospettive economiche della zona, negli anni '30, non garantiscono - però - il lavoro sufficiente a mantenere un'altra famiglia. E così Antonio, sposatosi nel 1923 con Lina Simeoni e ormai padre di sei figli, nel 1935 decide di cercare altrove migliore fortuna.

Grazie ad una conoscente, già trasferitasi e disponibile ad ospitarlo per i primi tempi, Antonio, con una piccola scorta di viveri e in sella a una bicicletta, raggiunge l'Alto milanese.

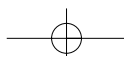
Trovare un lavoro inizialmente non è facile, anche perché è richiesta la residenza che viene concessa solo a chi può dimostrare di avere un lavoro.

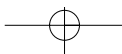
Perseverando negli sforzi Antonio trova finalmente impiego in una fonderia di Seveso, che lascia però ben presto per riprendere il mestiere di fabbro presso un artigiano di Cassina Amata a Paderno Dugnano. Si creano così le condizioni per il trasferimento della famiglia, cui si aggiungerà nel 1940 l'ultimogenito e nostro testimone Pierino.

Spinto dalle prospettive di espansione dell'industria bellica, Antonio presenta richiesta di assunzione alla Caproni e come tutti i candidati viene sottoposto alla prova del "capolavoro". Antonio, non avendo seguito studi regolari, fatica ad interpretare il disegno da tradurre in realtà; ma ha la fortuna di ricevere i chiarimenti necessari dal suo futuro superiore, riuscendo così a realizzare un'opera perfetta e ad essere assunto.

Pur venendo molto apprezzato, Antonio mantiene anche questo impiego per poco tempo: con lo scoppio della guerra e dopo la partenza del primogenito Catterino per il fronte, trova infatti lavoro più vicino alla famiglia, alla Sacma di Limbiate.

Dato, però, che mantiene viva la consapevolezza della propria abilità artigiana, decide di allestire nel sottoscala dell'abitazione dove vive in affitto, lo spazio per dedicarsi a piccoli lavori da fabbro. I figli conservano ancor oggi la nota relativa al primo pagamento: "Rifatto i cerchioni alla botte, avuto in pagamento una damigiana di vino". Terminata la guerra, Catterino, reduce dal fronte russo, trova lavoro a Milano. Innocente e Marcello, secondo e terzogenito, vengono invece assunti dall'Induma, una ditta che produce fresatrici e grazie al piano Marshall può contare su ordini cospicui da Oltreoceano.





Pierino Favrin all'interno dell'Officina di Palazzolo, durante l'intervista (2009)

Spinti da questa grande richiesta, i due fratelli decidono di avviare, per conto dell'Induma, alcune lavorazioni in proprio. Affittando una parte del cortile di casa, costruiscono una baracca dove cominciano a lavorare dandosi il cambio tra qui e l'impresa e realizzando di fatto così un "ciclo continuo". Ben presto, "con un trapanino a mano, una mola e un tornio", cominciano a realizzare anche lavori di carpenteria. L'Officina Favrin inizia così la propria attività e parallelamente uno sviluppo immobiliare che poi non conoscerà soste: nel 1950 viene costruito il primo capannone, sopra il quale viene edificata un'abitazione che per la numerosa famiglia, abituata a vivere in due locali, rappresenta un enorme progresso.

Le prospettive che si aprono con la Ricostruzione inducono anche Catterino a lasciare l'impiego di Milano per dedicarsi, a fianco del padre, ai lavori di carpenteria.

L'attività ben presto assume dimensioni tali da richiedere l'inserimento di manodopera esterna e l'aumento degli spazi a disposizione. I capannoni vengono più volte ingranditi e allo scopo viene acquistato tutto il terreno intorno al primo nucleo. La proprietà dei muri diventa un tratto caratteristico della storia dei Favrin, rivendicato con orgoglio: "Anche all'inizio, il terreno era in affitto, ma la baracca era nostra". Per la famiglia e l'impresa è un elemento di garanzia, oltre che una base di supporto per gli investimenti successivi.

Con i primi Anni '60 entra in scena anche Pierino. Sono 17 gli anni di differenza rispetto al maggiore dei fratelli e questo comporta conseguenze di cui è ben consapevole: è il più coccolato, il protetto, anzitutto dai fratelli che lo difendono quando la madre lo sgrida o lo accompagnano a scuola se bisogna parlare col preside; per le sorelle, per Marcella in particolare, è addirittura intoccabile. Su di lui si riversano le aspettative di tutta la famiglia: viene quindi indirizzato prima agli studi di ragioneria e poi al corso per ufficiali, secondo una tradizione di servizio alla Patria, incarnata già dal padre, cavaliere di Vittorio Veneto, e dal fratello maggiore. Terminata la leva,

Pierino si affaccia nell'impresa di famiglia prendendo in mano l'amministrazione. In quegli anni, però, l'officina lavora solo per un paio di clienti, tra cui la Snia Viscosa, e le incombenze quindi si riducono per lui a poche ore settimanali. Nasce così il progetto di una nuova attività.

La zona intorno a Palazzolo conta numerose piccole officine e qualche stabilimento di dimensioni maggiori. Si tratta di colleghi dei Favrin che, come loro, sono costretti a recarsi a Milano per l'acquisto di utensili e attrezzature da



La prima insegna dell'Utensileria di Palazzolo aperta nel 1964 accanto all'Officina

lavoro. L'espansione della metropoli e del traffico, però, cominciano a far pesare la mancanza di un servizio di fornitura in loco. I Favrin decidono quindi nel 1964 di aprire un'utensileria in un piccolo locale adiacente i capannoni dell'officina.

Coesione e dedizione sono come detto i tratti distintivi del loro approccio.

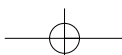
La famiglia infatti opera compattamente in ogni attività e i fratelli sono soci in modo paritetico in tutte le società del gruppo, a prescindere da quella in cui operino personalmente. Un approccio che viene confermato con la nuova generazione dei loro figli, implicati indifferentemente nei diversi rami di attività. Con la differenza, però, che oggi opera nell'impresa anche il ramo femminile della famiglia; mentre al momento della successione d'impresa da Antonio ai figli, erano stati coinvolti solo quanti vi lavoravano, ovvero i cinque maschi.

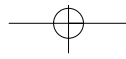
In secondo luogo, Pierino, aiutato soprattutto da Giannino, si getta nel lavoro con impegno, ma, come lui stesso riconosce, senza avere alcuna competenza. Viene però guidato, nell'individuare i prodotti e i fornitori migliori, dai suoi stessi clienti - amici e colleghi dei fratelli maggiori - che lo aiutano così a costruirsi una prima rete di contatti. Per il giovane, che nel 1968 si sposa con Lidia Ronchi, erede a sua volta di una tradizione familiare di commercianti nel settore dei profumi, i primi anni sono un periodo di lavoro intensissimo. La moglie spesso gli ricorda: «Io per quindici anni non t'ho visto». Al mattino gli acquisti a Milano, al pomeriggio le consegne o le visite ai clienti, la sera poi, spesso, il richiamo all'ordine da parte della madre: "Alla sera terminato l'orario di lavoro, faceva il giro, sostenuta dal suo bastone: 'Allora non è ora che andiate?'". Perché noi fratelli ci trovavamo lì in ufficio, dopo il lavoro; stavamo lì anche più di un'ora a chiacchierare, a ridere, parlare di cose varie, a volte di lavoro, il più delle volte magari di politica, di pettegolezzi di paese, e lei ci cacciava via a bastonate: 'A casa! Che ci sono le mogli che vi aspettano!'".

Si riconoscono in quest'immagine: da un lato la figura energica



I cinque fratelli Favrin: da sinistra: Marcellino, Pierino, Catterino (Rino), Giannino e Innocente (Tente) fotografati nel 1996 in occasione del cinquantenario dell'attività dell'Officina



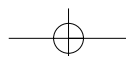


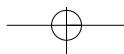
*Terremoto
dell'Abruzzo*
**La nostra
solidarietà**




CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

**Gli interventi
del sistema
Confcommercio
per aiutare
le imprese
a ripartire**

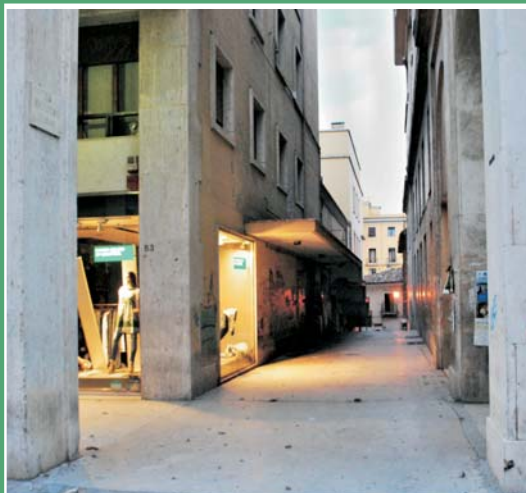




EMERGENZA TERREMOTO ABRUZZO
Il "Sistema" Confcommercio in campo per l'Abruzzo

Numero Verde
800 037 748

La Confcommercio aquilana ha già ripreso l'attività con la nuova sede in un prefabbricato



per incontrare gli operatori e fornire risposte concrete su cosa occorra per far ripartire un'impresa; la costruzione di un Villaggio del commercio per far ripartire le attività commerciali dell'Aquilano che danno lavoro a circa mille addetti; un servizio di assistenza agli operatori economici finalizzato a rilevare e quantificare i danni riportati dalle imprese; l'attivazione di un numero verde.



ti si è recato il presidente della Confcommercio Carlo Sangalli (con il vicepresidente delegato della Confederazione Renato Borghi) per fare il punto della situazione. Sono in tutto 2.700 le attività commerciali che hanno dovuto chiudere perché danneggiate dal sisma.

Una nuova sede operativa all'Aquila, unità mobili negli altri comuni, un campo per partito dalla Piazza d'Armi dell'Aquila e che, nel momento in cui si scrive, si sta recando in tutti centri colpiti dal sisma

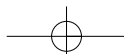
Sono alcuni degli interventi che, con Confcommercio, si stanno realizzando per ripartire dopo il terremoto che il 6 aprile ha investito l'Aquila e l'Aquilano. A L'Aquila e negli altri centri maggiormente colpiti

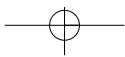


Sopra, da sinistra: Renato Borghi, vicepresidente delegato di Confcommercio; Roberto Donatelli, presidente della Confcommercio aquilana; il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli e Celso Cioni direttore della Confcommercio dell'Aquila

Si può contribuire alla sottoscrizione volontaria promossa da Confcommercio attraverso la Fondazione Giuseppe Orlando (i riferimenti qui indicati si possono ritrovare anche sul sito Unione www.unionemilano.it n.d.r.). I versamenti possono essere effettuati con bonifico bancario sul conto corrente intestato alla Fondazione. Queste le coordinate bancarie:

Fondazione Giuseppe Orlando
 Codice IBAN:
 IT 17Y 08327 03247 000000048619
 presso la Banca di Credito Cooperativo di Roma
 Ag. 132 - Piazza G.G. Belli, 2 - 00153 Roma





25 Aprile 2009

**Contribuisci
con un acquisto
al sostegno dei
terremotati
dell'Abruzzo**

parte degli incassi di questo punto vendita
verrà devoluta a favore della gente abruzzese colpita dal terremoto

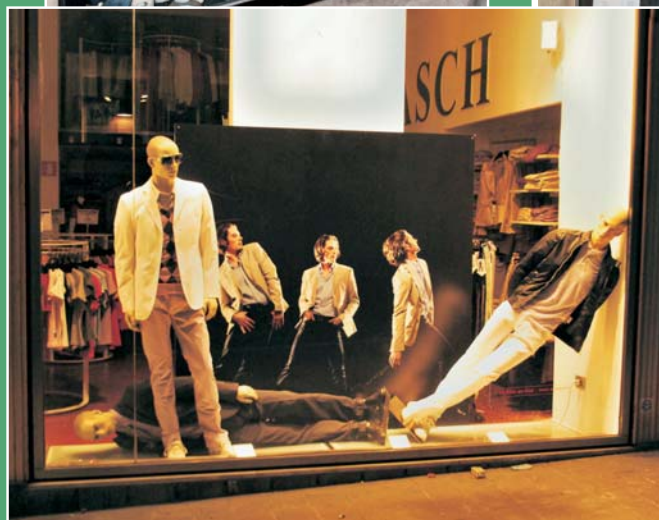
CONFCOMMERCIO **Unione**
ASSOCIAZIONE ITALIANA ESPOSITORI

Confcommercio, attraverso la Fondazione Renato Borghi, ha deciso con decisione e impegno di destinare
una parte degli incassi di questo punto vendita al sostegno della gente abruzzese colpita dal terremoto.

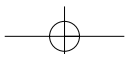
Nella foto la locandina (con l'invito a devolvere una parte degli incassi per sostenere i terremotati dell'Abruzzo) predisposta a Milano sabato 25 aprile quando i negozi hanno potuto restare aperti per la concomitanza, molto importante per la città, degli eventi del Salone del Mobile.

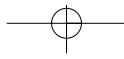


Ricognizione del presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli, nelle aree colpite dal sisma



Una vetrina on line, una sorta di ebay, dove poter acquistare i molti capi d'abbigliamento che rischiano di rimanere altrimenti inutilizzati all'interno dei negozi abruzzesi dichiarati inagibili dopo il terremoto. E' la proposta formulata, come Federazione Moda Italia, dal vicepresidente delegato di Confcommercio Renato Borghi. I commercianti dell'Aquila e degli altri centri dell'Abruzzo colpiti dal sisma hanno inoltre il problema di dover trovare una struttura inutilizzata dove poter stivare le loro merci: una richiesta in questo senso è stata formulata al prefetto dell'Aquila e la ex Ravit, di Bazzano, ha già dato la propria disponibilità.

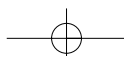


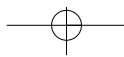


A sinistra, con Renato Borghi e Celso Cioni, il primo operatore (un pubblico esercente) che ha riaperto la sua attività ad Onna, paese fra i più colpiti dal terremoto del 6 aprile



Le foto di queste pagine sono di Gino Perra





Il commercio "racconta" Milano

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



Stand della Natho alla Fiera internazionale della meccanica di Bilbao (inizio Anni Duemila)

di Lina che curò l'amministrazione prima di Pierino e continuò poi a vigilare sull'impresa e sui figli; dall'altro il forte legame tra i fratelli: "La gente dice che siamo stati fatti con lo stesso stampo, perché parla con me su un certo argomento ho un'opinione; parla con mio fratello sullo stesso argomento, ha la stessa opinione; parla con l'altro, lo stesso argomento, stessa opinione".

La capacità di adattamento, citata in apertura, si estrinseca, nel caso dell'utensileria, anche nella capacità di cogliere occasioni inattese, nate grazie ad alcuni incontri e rapporti umani.

Ciò fin dalla prima, decisiva, svolta, quando Pierino rivede un amico, Piero Dell'Aquila, impiegato all'ufficio acquisti della Metalli Preziosi di Paderno Dugnano. Questi gli propone di presentare delle offerte e in seguito gli fa pervenire un ordine. "Quel primo ordine corrispondeva al mio fatturato normale di un mese. E da lì è incominciata la mia fortuna". Anche perché, dopo la Metalli Preziosi, diventano sue clienti tutte le imprese più significative della zona. Si tratta di una lunga lista di nomi della quale oggi non ne sono rimasti in vita che un paio. Per il territorio è una crisi partita da lontano, che infatti ha spinto i Favrin, fin dagli anni '80, ad assumere due agenti per allargare il mercato verso

Monza, Vimercate, Settimo Milanese, Trezzano sul Naviglio.

Un altro incontro imprevisto avviene durante la visita ad un fornitore inglese nel 1985, dove Pierino conosce il titolare di un'utensileria di Mariano Comense, intenzionato a chiudere l'attività.

Pierino decide di rilevarla, affidandola ad Andrea, uno dei nipoti più grandi, da cui comincia ad essere affiancato.

Nel 1992 i Favrin, con due soci di minoranza, decidono di entrare nel mercato dei rivenditori da grossisti, dando vita alla Natho, una società che – affidata da sempre al figlio di Pierino, Marco – opera con un catalogo chiuso di prodotti realizzati da terzi cui appone il proprio marchio.

Proprio il dipendente di un cliente della Natho, nel 1994, si propone a Pierino come agente per il Friuli. L'iniziativa ha successo, quel mercato si apre e gli invii di merci, col corriere o il camion di proprietà, si susseguono ripetutamente.

Nel 1999 un altro episodio fortunato: un cliente dei Favrin che opera in Marocco, chiede loro se sono disponibili a vendere a clienti locali. Nasce da lì un rapporto, oggi consolidato, con alcune rilevanti imprese del Paese. In occasione di una visita, Pierino si rende conto delle prospettive di quel mercato; si rivolge allora a Baba

Mohammed, un operaio dell'Officina di origine marocchina, e gli propone di diventare un agente. Anche in questo caso l'iniziativa ha successo e, oltre ad instaurare un rapporto umano molto profondo tra Pierino e Baba, che lo considera un secondo padre, porta all'apertura anche dei mercati tunisino e algerino.

Nel 2000 viene invece pianificata una nuova strategia di sviluppo, con l'importazione di macchine utensili da Taiwan, dove vengono assemblate a partire da componentistica europea e giapponese. Si tratta di un cambiamento importante specie per la gestione del magazzino, dato che comporta uno stoccaggio potenzialmente lungo di merce molto costosa, necessario però per garantire ai clienti tempi di consegna concorrenziali.

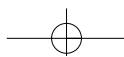
È un processo parallelo al riposizionamento dell'utensileria, incentrato sugli strumenti da taglio di alta gamma, e alla riorganizzazione commerciale da parte dei produttori stessi di strumenti. Questi ultimi infatti preferiscono oggi gestire in modo accentrato magazzini di dimensioni continentali, garantendo tramite corriere la consegna in 24 ore ai rivenditori. In un quadro siffatto diventa possibile per i Favrin ripensare il magazzino, per allestire spazi dedicati all'esposizione delle macchine utensili e agli incontri con i clienti.

Proprio il rapporto con questi rappresenta per Pierino un tasto dolente, mentre ripercorre la sua esperienza: "Quello

Baba Mohammed, agente dell'Utensileria Favrin di Palazzolo per il mercato nordafricano, durante l'intervista (2009)



Particolare degli spazi del magazzino dell'Utensileria Favrin di Palazzolo, destinati in parte a futura showroom per le macchine utensili (2009)





Il commercio "racconta" Milano

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



Pierino Favrin tra i nipoti Monica e Giuseppe che lo affiancano nella gestione dell'Utensileria di Palazzolo (2009)



Particolare di un furgone aziendale dell'utensileria Favrin. Al logo disegnato nel 1964 (sulla sinistra) viene affiancato "l'omino meccanico", disegnato per un catalogo realizzato nel 1999 (2009)



Pierino Favrin e il figlio Andrea accanto ai busti dei genitori di Pierino, Antonio Favrin e Lina Simeoni. Alle loro spalle al centro, una fotografia con i cinque fratelli Favrin; sovrastata dall'albero genealogico della famiglia disegnato da uno dei pronipoti. Sulla destra il manifesto realizzato nel 1996 per celebrare i cinquant'anni di attività dell'Officina Favrin (2009)

che è cambiato da quando ho incominciato è la fidelizzazione del cliente. Una volta il cliente si affezionava e non ti tradiva. E a tua volta tu lo aiutavi se era alle prime armi e aveva bisogno di essere finanziato. Però dopo lui era riconoscente: 'Tu mi hai aiutato quando ero in difficoltà, adesso che mi sono fatto le ossa io ti sono fedele'. Adesso, per un centesimo, il cliente ti tradisce".

L'abitudine ad un rapporto umano diverso e la scomparsa pressoché totale dei clienti della prima ora, hanno portato Pierino a delegare al nipote Giuseppe e in prospettiva anche al figlio Andrea, la loro gestione; mantenendo su di sé e sui fratelli la cura dell'amministrazione generale del gruppo e l'impostazione strategica complessiva.

Ha così più tempo da dedicare ad altri interessi, come la politica o la locale associazione carabinieri, di cui è socio benemerito.

Soprattutto, pur essendo un commerciante atipico, dato che la sua clientela è composta esclusivamente da produttori e non da comuni consumatori, Pierino è divenuto presidente della delegazione di Paderno dell'Unione del commercio, impegnandosi specie nella salvaguardia dei piccoli esercenti e nella promozione di iniziative come "Paderno gastronomica".

Per i fratelli Favrin si avvicina ormai il momento di formalizzare una successione che per alcuni di loro è già pienamente realizzata nei fatti, sebbene anche i due maggiori continuano a frequentare quotidianamente la sede di officina e utensileria.

Il gruppo che hanno costruito conta oggi sei società, dal 2000 tutte allineate come srl: l'utensileria di Palazzolo, nata come ditta individuale, quella di Mariano Comense, l'officina di Palazzolo con la carpenteria trasferitasi a Nova milanese, la Natho e infine una società immobiliare e una società di servizi amministrativi che operano per tutto il gruppo. In termini di fatturato, l'utensileria di Palazzolo punta a superare un periodo di appannamento orientandosi, come detto, su prodotti di alta gamma; quella di Mariano Comense, dopo un avvio difficile, dà oggi buoni risultati; al pari dell'officina, che li ha sempre garantiti, mentre la carpenteria operando a ridosso di imprese legate al mercato dell'energia conta sulle prospettive di quel settore; la Natho infine, pur con un fatturato più ridotto, registra i migliori guadagni percentuali. Per quanto riguarda l'utensileria, il mercato di Mariano Comense oggi risulta leggermente superiore a quello della Natho, seguito a sua volta da quello di Palazzolo.

Questo dunque il quadro in cui si è inserito da ultimo Andrea Favrin. Ed è singolare riscontrare nelle sue parole il ritorno di alcuni passaggi già centrali nel racconto del padre. Anche tra i cugini, infatti, la differenza di età è molto ampia, ma pure loro si trovano uniti nel riconoscimento di famiglia e impresa quali punti di riferimento imprescindibili. E sebbene sia loro preclusa una frequentazione continua, visto il numero che hanno raggiunto e il coinvolgimento in attività fisicamente distanti, rimane vivo in loro il desiderio di rispettare i tradizionali incontri familiari, anzitutto nel ricordo della nonna.

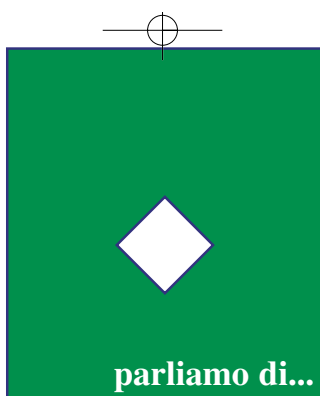
Risuona qui l'eco delle parole con cui Pierino dichiarava un preciso debito di riconoscenza nei confronti della madre: "Mia mamma era buona di cuore, però era un tipo molto energico, un osso duro.

Tenere assieme una famiglia di sette persone a quei tempi lì, non era facile, bisognava avere un certo carattere. Se qualcuno comincia a deviare, si sfascia tutto e fai una brutta fine. Lei, invece, teneva a bada tutti. E mio padre teneva a bada lei".

E forse l'unità con cui la famiglia e il gruppo possono affrontare il futuro è proprio il miglior lascito nelle mani dei giovani Favrin.

Carlo Alzati

(con la collaborazione di Maria Chiara Corazza)



*Lettera aperta di Marcello Meregalli,
giovane imprenditore nella distribuzione vinicola,
al ministro per le Politiche agricole Luca Zaia*

Bicchiere di vino: non "criminalizziamolo"

Cominciamo dalla fine: "Caro ministro, questa lettera aperta vuole essere un punto della situazione visto da una persona che nel mondo del vino è nata e ci vive, ma anche il punto di vista di un ragazzo di 31 anni che vuole vivere una vita normale dove per un aperitivo o un bicchiere di passito dopo una cena romantica non vuole passare per un criminale". La lettera aperta - indirizzata a Luca Zaia, ministro per le Politiche agricole, alimentari e forestali sul tema del rapporto fra consumo di alcol e comunicazione dei mass media - l'ha scritta Marcello Meregalli, amministratore delegato dell'azienda Meregalli, importante azienda nel comparto della distribuzione vinicola (*il padre, Giuseppe Meregalli, è il delegato del presidente Carlo Sangalli per l'Unione commercianti di Monza e circondario n.d.r.*). Marcello Meregalli si rivolge a Zaia perché possa prendere avvio "una vera campagna di sensibilizzazione che non criminalizzi e generalizzi solamente, ma che divida nettamente lavoro, passione, consumo corretto e vino inteso come alimento da alcol o inteso come stordimento senza gusto e cultura". "Sarkozy ha abbassato l'Iva nella ristorazione per rilan-

ciare il settore": Marcello Meregalli chiede che anche in Italia si abbassi "l'Iva nella ristorazione e del vino nella vendita generale in quanto alimento base della dieta mediterranea mantenendo inalterata eventualmente (contro i miei interessi) quella sui distillati o sui prodotti 'premium' scelti per gusto e non per alimentarsi". Occorre, prosegue Marcello Meregalli, rifare "le tabelle per i locali che sono indecifrabili, non lette, demonizzanti e non formanti ad un consumo qualitativo e responsabile. E che si trovi una misura standard facile da capire per il famoso 'bicchiere' perché tra un

**Formulata
una proposta sul tasso
alcolico consentito
per la guida**

calice iso ed un tumbler riempito c'è un'enorme differenza". Secondo Marcello Meregalli bisogna anche istituire "alle scuole superiori un'ora una tantum di cultura enogastronomica". Ed è convinto "che molti ristoratori ed enotecari gratuitamente se coinvolti dalle scuole, possano essere i docenti perfetti per preparare la nuova generazione a ritornare ad amare i prodotti delle



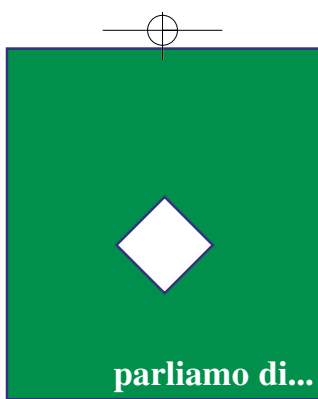
Uno scorcio delle cantine Meregalli (tratto dalla storia dell'azienda pubblicata su Unioneinforma a gennaio 2008)

tavole italiane tra cui il vino". La seconda parte della lettera aperta di Marcello Meregalli è dedicata al tasso alcolico consentito alla guida. Formulando una proposta: "quando c'era lo 0,8 rientravano tutti coloro i quali consumano correttamente i prodotti vinicoli compreso un sacrosanto bicchiere di passito da gustarsi con calma a fine pasto... Se il valore non è ripristinabile che almeno non si tocchi assolutamente lo 0,5 lasciando però uno spazio fino al 0,8 precedente di 'limbo'". Può esserci, ad esempio "il blocco momentaneo alla guida con un test posticipato di un'ora per la ripartenza, una diversificazione di orari: chi ha 0,45 alle 10 di mattina a stomaco vuoto non è come chi ha 0,7 post cena completa, magari appena alzato da tavola. L'assorbimento dell'alcol e quindi il modo di consumo, il menù abbinato, l'acqua ingerita e la tempistica sono troppe variabili per calare una scure e far sì che chi si alza da tavola e viene trovato con uno 0,55 sia da portare al patibolo. Sopra tali tassi le pene, ma soprattutto l'applicazione di queste ultime, devono essere ferme".



**Il ministro per le
Politiche agricole
Luca Zaia**

Unioneinforma
maggio 2009



Composta da delegati di 16 Paesi l'assemblea di Iucab promossa a cura di Fnaarc

**Contro la crisi contatti mirati con le aziende
Al summit degli agenti di commercio
il progetto di un network internazionale**

Una certificazione riconosciuta a livello internazionale che abbia validità in tutti i Paesi e che identifichi l'agente di commercio con precisi requisiti professionali. E' fra le proposte dell'assemblea dei delegati di Iucab, l'Unione internazionale degli federazioni e associazioni degli agenti di commercio,

svoltasi a Milano al Grand Hotel Visconti Palace. Assemblea che è stata promossa nel capoluogo lombardo a cura di Fnaarc, la Federazione italiana degli agenti e rappresentanti di commercio. Altra proposta di rilievo, promossa da Fnaarc, la richiesta di diffusione, nei vari Paesi,



del principio che la sede legale competente per l'agente di commercio sia, in caso di contenzioso, quella dove l'agente risiede. Per l'appuntamento di Iucab sono confluiti a Milano operatori di 16 nazioni: con l'Italia, Francia, Spagna, Austria, Svizzera, Germania, Olanda, Belgio, Danimarca, Svezia, Norvegia, Finlandia, Grecia, Cipro, Gran Bretagna e Irlanda.

"E' la seconda volta - ricorda Adalberto Corsi, presidente di Fnaarc (e vicepresidente vicario dell'Unione di Milano) - che il nostro Paese, sempre a Milano, ospita ed organizza quest'appuntamento molto importante, che permette di fare il punto sulla professione di agente e rappresentante ed i suoi sviluppi".

"La globalizzazione e il rallentamento economico - rileva Maria Simonetta Maffizzoli, membro di Giunta Fnaarc nazionale (è vicepresidente della Fnaarc milanese) e vicepresidente di Iucab - hanno un effetto sull'attività degli agenti e rappresentanti che in Europa sono oltre 480.000 e la cui attività muove, nei Paesi nei quali Iucab è rappresentata, oltre il 60% del Prodotto interno lordo. In quest'assemblea

www.faini.it

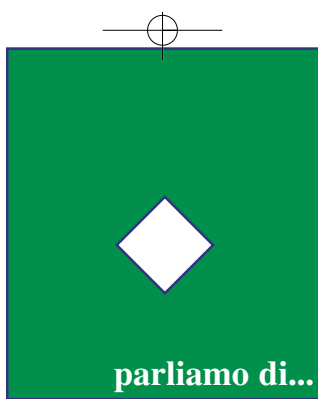
fainicase

Sempre con te, per esaudire ogni tuo desiderio di...

CASA

- **Compravendita immobiliare e commerciale**
- **Gestione affitti**
- **Amministrazione condomini**
- **Ufficio tecnico**

Direzione: Melzo (Mi) Via Verdi 1 - 02.95739809



abbiamo discusso necessariamente di luci e ombre: nei primi mesi di quest'anno, in particolare a febbraio e marzo, il volume degli ordini degli agenti ha subito una contrazione, a livello internazionale, tra il 25 e il 30%. Ma anche con la crisi ci sono opportunità per gli agenti di commercio: sono infatti molto più richiesti dei manager, pensiamo ad esempio agli Stati Uniti, perché costano ciò che rendono. E gli agenti e rappresentanti italiani, che magari hanno subito gli effetti causati dalle fusioni con le ristrutturazioni delle reti di vendita aziendali, possono trovare proprio nei mercati esteri nuove opportunità". E per quest'internazionalizzazione dell'attività viene incontro un network, già operativo in Austria e Germania da qualche anno, che qui a Milano, all'assemblea dei delegati di lucab, è stato presentato ed illustrato approfonditamente: "è una sorta di borsa telematica degli agenti a livello mondiale - spiega Maria Simonetta Maffizzoli - un siste-



ma che mette a contatto agenti e case mandanti. Sotto l'egida di lucab potrà essere messo a disposizione degli agenti di commercio gratuitamente". Gli agenti di commercio chiedono di far parte del prossimo

Maria Simonetta Maffizzoli che è anche fra i componenti, per Confcommercio, di Eurocommerce - al riconoscimento della nostra funzione che è essenziale nel sistema distributivo. E per dare supporto a quest'istanza ha partecipato all'as-



Adalberto Corsi, presidente di Fnaarc e Maria Simonetta Maffizzoli (Giunta Fnaarc nazionale, vicepresidente della Fnaarc milanese), vicepresidente di lucab



Manifesto di Eurocommerce che inquadrerà il sistema distributivo continentale: "teniamo molto - dichiara

sembra lucab l'advisor di Eurocommerce Ralph Kamphoener".

informa Unione

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

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

DIRETTORE RESPONSABILE
Gianroberto Costa

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

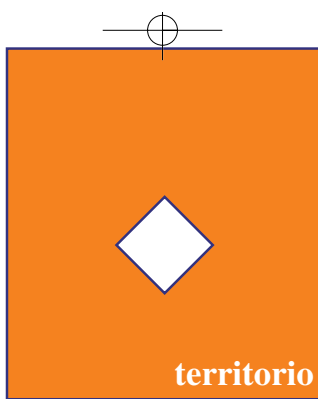
REDAZIONE
Federico Sozzani
corso Venezia 47/49
20121 Milano

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

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

PUBBLICITÀ
Area sviluppo associativo Unione
corso Venezia 49
20121 Milano
tel. 027750372
e-mail:
marketing@unione.milano.it

Unioneinforma
maggio 2009



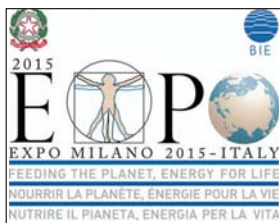
Bando della Provincia di Milano. Alla premiazione il presidente Paolo Ferrè

“Expo dei territori: verso il 2015” Selezionato il progetto presentato dall’Ascom di Legnano

Riconoscimento dalla Provincia di Milano all’Ascom territoriale di Legnano per il progetto “Sistema ospitalità Alto Milanese”, risultato fra i vincitori, che l’Associazione ha presentato - nell’asse cultura, accoglienza e turismo - per il bando “Expo dei territori: verso il 2015”. Nella sede della Provincia di Milano, a Palazzo Isimbardi, è intervenuto per la premiazione il presidente dell’Ascom territo-

riale di Legnano Paolo Ferrè. Alla prima edizione 2009 del bando sono stati complessivamente presentati 170 progetti (valutati da un’apposita giuria) da 694 organizzazioni partecipanti

per un valore economico globale di circa 780 milioni di euro. Tre gli assi tematici: con il già citato “cultura, accoglienza e turismo” anche “sistema alimentare” ed “energia e ambiente”. I progetti selezionati formeranno ora il “Parco progetti Expo



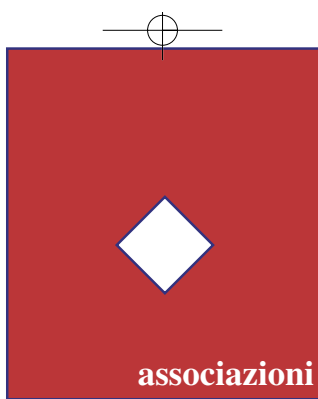
“Sistema ospitalità Alto Milanese”: partner e obiettivi del progetto

Partner del progetto dell’Ascom territoriale di Legnano sono Amga Legnano spa; Associazione culturale Assesempione (Legnano); Banca di Legnano spa; Comune di Legnano; Due C srl (Legnano); Hotel Del Riale srl (Legnano); Istituto Superiore Carlo dell’Acqua (Legnano), Polinvest srl (San Vittore Olona, Milano).

Il progetto si propone di costituire un sistema turistico-commerciale e congressuale per l’Alto Milanese. Sistema che fornisca agli utenti (turisti, visitatori, operatori economici) opportunità, percorsi e servizi di accoglienza ed intrattenimento in grado di promuovere e agevolare la permanenza dei flussi turistici in prospettiva di Expo 2015. Sono previsti l’offerta di pacchetti turistici, la qualificazione del personale alberghiero ed iniziative varie come il miglioramento delle piste ciclabili e dei parchi. Scopo del progetto è quello di costituire un sistema turistico unificato di ospitalità ed accoglienza. Con il progetto si intende anche valorizzare il turismo d’affari e congressuale per la posizione geografica del territorio che si trova fra l’aeroporto di Malpensa ed il polo fieristico di Rho-Però. Tra gli obiettivi anche il recupero di aree dismesse per attirare nuovi insediamenti di terziario avanzato; cascate, casolari, edifici storici per la creazione di campeggi, ostelli, bed and breakfast. Così da offrire l’opportunità di riorganizzare il territorio in vista di Expo 2015.

Alla Provincia di Milano, per la premiazione, è intervenuto il presidente dell’Ascom territoriale di Legnano Paolo Ferrè

dei territori”, una vetrina che garantirà ampia visibilità a livello nazionale ed internazionale. Progetti che, inoltre, potranno usufruire di un accompagnamento allo sviluppo progettuale (per la ricerca di finanziamenti, il supporto tecnico ecc.) e che verranno presentati alla Società di gestione dell’Esposizione universale del 2015.



Quartiere Brera: con i commercianti di via Madonnina arte in giardino fra Milano e Zurigo



Fino al 19 settembre Zurigo sarà decorata da 300 enormi vasi di artisti internazionali in occasione della mostra-evento "Gartencity Zurich 2009" che trasformerà la città elvetica in un grande giardino. A Milano sei di queste opere, interpretate da artisti dell'Accademia di Brera, sono state esposte al recente MiArt, ad Orticola, e, grazie alla collaborazione con l'Associazione dei commercianti di via Madonnina, (con il presidente Roberto Bellini) sono state ospitate nel quartiere di Brera, all'interno dei giardini della via, durante le iniziative per il Fuori Salone del Mobile; e sono visibili ancora sino a fine giugno (M.D.).

Librai: il presidente di Ali Milano Piero Fiechter responsabile per la Lombardia

Piero Fiechter, presidente dell'Associazione librai (Ali) di Milano, è stato eletto all'unanimità responsabile regionale della categoria dalla Lombardia svoltasi nella sede Unione. Tra le priorità di Ali, che a livello nazionale associa

oltre 3.600 librerie, ci sono l'approvazione di una legge sul libro e la detrazione fiscale delle spese per l'istruzione e la formazione. Entrambi gli obiettivi sono raggiungibili solo attraverso uno stretto dialogo con le istituzioni. Dialogo che molto spesso è, però, difficile (M.D.).



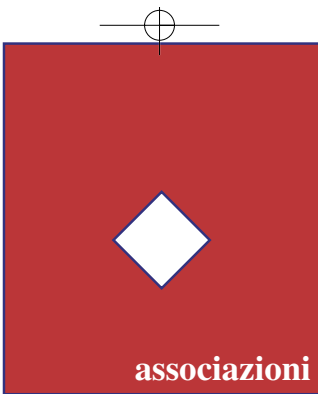
"Fiori e sapori sul Naviglio Grande" 2009 Riconoscimento all'Associazione fioristi

A"Fiori e sapori sul Naviglio Grande" 2009, l'Associazione fioristi milanesi ha ottenuto (in collaborazio-

ne con Interflora Italia), il primo posto nel concorso per il miglior allestimento artistico. Riconoscimento già ottenuto in passato quattro volte: nel 1995, nel 2002 e negli ultimi due anni. Gli operatori dell'Associazione fioristi hanno decorato il Ponte dei Sassi ed adornato con composizioni il Vicolo dei Lavandai.

E si è svolta "Seregno fiorita"

L'iniziativa è stata promossa dall'Ascom di Seregno in collaborazione con il Comune. Alla manifestazione hanno preso parte numerosi fioristi e vivaisti che hanno abbellito le principali piazze e vie del centro. Obiettivo per il prossimo anno, ha dichiarato il presidente della Delegazione cittadina Ascom Dario Nobili, è quello di ampliare l'evento creando aiuole fiorite nelle varie zone di Seregno e magari di promuovere un concorso fra i partecipanti.



Aerei e viaggi d'affari Gebta Italia: 2009 difficile

Sei mesi, da ottobre 2008 a marzo 2009, per vanificare i progressi di tre anni. E' la fotografia del mercato aereo - e il segmento del business travel, rappresenta il 70% del venduto - con i dati elaborati da Gebta Italia, il capitolo italiano dell'Associazione degli agenti di viaggio europei del business travel (aderente all'Unione di Milano). I dati Italia di vendita della biglietteria aerea sia nazionale che internazionale (fonte Iata, l'Associazione internazionale del trasporto aereo) indicano, dal gennaio 2006 al dicembre 2008, una crescita da 6 miliardi e quasi 603 milioni di dollari ad 8 miliardi e più di 460 milioni. Più di 2 miliardi e mezzo di dollari solo per la Lombardia che incide, sul totale del venduto, per il 30%.

"Ma negli ultimi sei mesi - rileva Mario Mangiarotti, presidente di Gebta Italia - abbiamo registrato, sulle vendite di

Calo nelle vendite di biglietteria aerea e stima negativa dopo tre anni di crescita.

Per l'associazione degli agenti di viaggio business travel (segmento che rappresenta il 70% del venduto) incide la crisi, ma anche il fenomeno low cost che per l'uomo d'affari costituisce un risparmio solo apparente.

Gebta chiede un confronto con i vettori aerei

biglietteria, un calo del 15% che porterà per quest'anno a consuntivo, è la nostra stima, una contrazione del 12%".

Oltre, quindi, un miliardo di dollari in meno. "Sull'andamento dell'ultimo semestre ha inciso certamente la crisi economica generale - continua Mangiarotti - ma ha

influito anche un mercato a nostro giudizio frammentato dove, per il segmento d'affari, è stato in particolare sottovalutato l'impatto effettivo delle compagnie aeree low cost". Il 15% dei businessman viaggia in aereo con compagnie low cost "ma il risparmio per l'uomo d'affari - prosegue Mangiarotti - è solo apparente perché i minori costi del viaggio aereo sono ampiamente compensati dai costi accessori più onerosi" (come i trasferimenti più lunghi e costosi dagli aeroporti ai luoghi di destinazione e le perdite di tempo nei viaggi d'affari che si traducono in costo ed inducono ad effettuare meno trasferte).



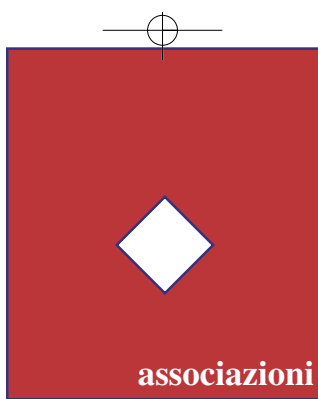
Cos'è Gebta

Gebta, l'associazione europea delle agenzie di viaggio specializzate nel turismo d'affari, è nata nel 1990 dall'esigenza di creare un forte centro di rappresentanza per la promozione e la tutela a tutti i livelli dei reali interessi delle agenzie turistiche specializzate nel turismo d'affari. Nel corso degli anni Gebta è diventata un punto di riferimento per il turismo d'affari. Gebta è oggi una realtà consolidata che rappresenta, attraverso le sue associazioni nazionali, circa 300 operatori nel mercato europeo. "Al contrario del viaggiatore tradizionale - spiega Michael De Blust, direttore generale di Gebta Europa - il viaggiatore d'affari fa un uso estensivo dei mezzi di trasporto e, nonostante ciò, è oggetto di scarsa attenzione. Gebta continua pertanto a sollecitare ai fornitori ed alle istituzioni speciali regole per i viaggiatori d'affari, sia in termini di infrastrutture che di costi di viaggio". Gebta rivolge particolare attenzione ad alcune tematiche, suscettibili di avere un forte impatto sul settore dei viaggi d'affari: Iata (Associazione internazionale trasporto aereo) - Passenger Agency Programme; Crs - Sistemi telematici di prenotazione ed il nuovo regolamento europeo di applicazione; Regolamento sulla trasparenza dei biglietti aerei; la "date privacy" dei passeggeri aerei.



Mario Mangiarotti (a destra), presidente di Gebta Italia, e Michael De Blust, direttore generale di Gebta Europa

"L'80% del circolato che realizzano i vettori aerei passa attraverso le agenzie di viaggio e come business travel agent riteniamo - sottolinea Mangiarotti - che adesso occorra un serio momento di confronto con le compagnie aeree, e manifestiamo la nostra disponibilità, per discutere di come l'uomo d'affari viaggia e delle tariffe che l'utente paga".



“Personalità e comunicazione” Nuova iniziativa editoriale di Asseprim



E la nuova pubblicazione, realizzata a cura di Asseprim, l'Associazione professionale dei servizi alle imprese. Si intitola “Personalità e comunicazione” e giunge dopo altre iniziative editoriali: “Guida al

web 2.0 per le imprese” e “Il Galateo in Azienda”. “Personalità e comunicazione” approfondisce il tema, sviluppato dal relatore Orazio Compagnino, di due incontri formativi organizzati da Asseprim: cioè come essere capaci di capire meglio gli altri attraverso i loro comportamenti, le parole, i gesti, ed essere in grado di gestire con efficacia i processi comunicativi, acquisendo la tecnica necessaria a migliorare la reciproca comprensione. “Personalità e comunicazione” è una guida dal taglio molto pratico che fa scoprire la natura dell'interlocutore e modulare conseguentemente la stra-

tegia d'approccio: si studiano il perfezionista, l'altuista, il vincente, l'artista,



Umberto Bellini,
presidente Asseprim

l'osservatore, il collaboratore, l'ottimista, il leader, il mediatore.



“Con questo libro – spiega Umberto Bellini, presidente di Asseprim – arricchiamo ulteriormente la nostra collana di pubblicazioni e di approfondimenti tematici destinati agli associati”.

Agenti e distributori: nasce “Moda & Sport”

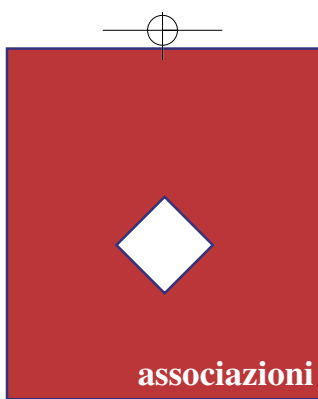
Fissata in questi giorni (assemblea costitutiva il 15 dopo la tavola rotonda “Vendere moda in periodo di crisi”) la data dell'unificazione fra le due associazioni di agenti e distributori della moda e dello sport: Assomoda Lombardia e Aaiss (Associazione agenti sport e sportswear). Si darà vita, lo rileva una nota di Assomoda Lombardia, ad una nuova Associazione denominata Moda & Sport – Associazione Lombardia agenti e distributori della moda e dello sport. L'appuntamento, convocato dai presidenti Giulio Di Sabato (per Assomoda Lombardia) e Maurizio Governa (per Aaiss) sancisce, con l'approvazione

Unificazione tra Assomoda Lombardia e Aaiss. La nuova associazione aderirà a Fnaarc

dello statuto e l'elezione del primo consiglio direttivo, il varo della nuova associazione che in Lombardia annovera circa duecento agenti e distributori dei settori moda e sport. L'unificazione delle due associazioni – prosegue la nota di Assomoda Lombardia – rappresenta degli agenti della moda e dello sport, indica che il terreno comune tra questi due ambiti di mercato è andato via

via ampliandosi: numerosi agenti/distributori del fashion

hanno inserito da tempo collezioni sportive e non pochi agenti dello sport hanno allargato il portafoglio aziendale a imprese della moda, mentre circa il 10% ha mantenuto una forte specializzazione sull'articolo sportivo. La nuova associazione, Moda & Sport, sarà aderente a Fnaarc, la maggiore organizzazione degli agenti di commercio, e ciò consentirà ai soci – conclude la nota - di beneficiare di altri servizi, in particolare l'assistenza sindacale recentemente rafforzata per tutti gli agenti con la stipula del nuovo Accordo economico collettivo nel commercio.



Luca Buccellati

Associazione orafa lombarda Luca Buccellati confermato presidente

Il Consiglio generale dell'Associazione orafa lombarda (Aol) ha confermato Luca Buccellati alla presidenza dell'Associazione. Luca Buccellati - spiega una nota dell'Associazione orafa lombarda - è entrato sin da giovanissimo nell'azienda di famiglia ed ha seguito le orme paterne anche nell'Associa-

zione: il padre Lorenzo è stato, infatti, presidente di Aol negli Anni Settanta.

I componenti della nuova Giunta di Aol sono: Cristiano Angioletti, Matteo Bartoli, Simona Fontana, Maurizio Piva, Andrea Sangalli, Bruno Spinazzè, Rinaldo Cusi, Emanuele De Giovanni, Emanuele Vai, Francesco Brasolin.

*Incontro tecnico in Unione organizzato da AssICC
(Associazione italiana commercio chimico)*

Piattaforma integrata sperimentale per il trasporto di merci pericolose

Organizzato da AssICC, l'Associazione italiana commercio chimico, si è svolto in Unione un incontro tecnico sulla gestione del trasporto delle merci pericolose. Obiettivo della riunione quello di verificare se, secondo la percezione dei componenti del Comitato tecnico, il documento preliminare sulla Piattaforma tecnologica integrata, elaborato dal Monza Research Institute, potesse avere una base sufficiente di credibilità e di consenso per diventare fattibile. All'incontro ha preso parte l'amministratore Unione e presidente di Assomobilità Simonpaolo Buongiardino che ha assicurato l'interesse dell'associazione e dell'Unione al progetto di Piattaforma integrata sperimentale per la gestione del trasporto delle merci pericolose. Le funzionalità principali del si-

stema MRI ADR1 (Safe Solution) consistono nell'effettuare un controllo in tempo reale dello stato del trasporto e della sua posizione georeferenziata, lungo un percorso stabilito, di controllarne e garantirne l'effettuazione secondo le procedure stabilite e di incrementare i livelli di sicurezza del trasporto, nonché

di consentire l'intervento rapido in caso di incidenti.

Ma il sistema, oltre alla funzionalità di sicurezza, effettuando il monitoraggio del carico, si presta anche al monitoraggio delle consegne, e quindi dei luoghi di carico e scarico delle merci. In questo modo, possono essere sfruttate anche tutte le potenzialità offerte per le applicazioni di logistica.

L'incontro si è concluso con la decisione di avviare subito una serie di incontri diretti per puntare, in autunno, alla sperimentazione sul vivo del territorio, così da mettere a punto la Piattaforma entro quest'anno

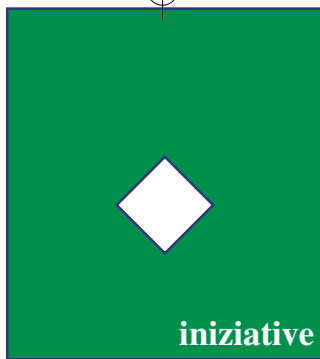


Ferrari: AssICC a Maranello

Trasferita del Consiglio direttivo di AssICC, l'Associazione italiana commercio chimico, alla fabbrica della Ferrari a Maranello. Manager e imprenditori della distribuzione chimica hanno visitato la Galleria Ferrari (con le auto ed i trofei vinti dalla squadra corse) e gli impianti della "Rossa". L'iniziativa è stata resa possibile grazie al vicepresidente di AssICC Marco Coldani (che, ricordiamo, è anche corridore automobilistico e svolge attività agonistica).



Unioneinforma
maggio 2009



Authority europea e sanzioni armonizzate per la lotta alla contraffazione



Claudio Rotti

Il 60% della merce contraffatta prodotta nel mondo ha come destinazione i Paesi dell'Unione Europea.

Occorre creare un'authority per il Vecchio continente e bisogna armonizzare le sanzioni per rendere più efficace la lotta alla contraffazione. Proposto anche l'inserimento di una norma la quale preveda che gli operatori dei Paesi in via di sviluppo perdano i benefici commerciali concessi dall'Unione Europea (sistema delle preferenze generalizzate) nel caso effettuino operazioni con merci contraffatte (sono molti gli episodi di operazioni triangolari dove un Paese in via di sviluppo commercializza merce usufruendo dell'abbattimento dei dazi). E' quanto è emerso durante l'incontro, svoltosi in Unione, della Consulta per il commercio estero di Confcommercio presieduta da Claudio Rotti (presidente di Aice, Associazione italiana commercio estero). Secondo un'indagine della Camera di Commercio di Milano, contraffazione e mancato rispetto delle norme sulla sicurezza dei prodotti costano

Proposte emerse nell'incontro in Unione della Consulta Confcommercio per il commercio estero (presieduta da Claudio Rotti, presidente Aice, Associazione italiana commercio estero)

alle imprese lombarde 3,4 miliardi di euro all'anno. E' questo il danno determinato dall'illegalità che, in media, pesa per ogni singola impresa lombarda per 4.200 euro.

A livello nazionale, i settori più colpiti sono i comparti del lusso, del tessile/abbigliamento/accessori, dell'alimentare, dei giocattoli e dell'elettronica per un totale di pezzi sequestrati che supera i 95 milioni.

Questo, nonostante le attività di contrasto di Agenzia delle Dogane e Guardia di Finanza siano sempre più efficaci. La merceologia dei prodotti sequestrati dalle Dogane italiane vede ai primi posti l'abbigliamento e gli accessori, i giocattoli, gli apparecchi e il materiale elettrico.

Purtroppo, le merci contraf-

fatte seguono percorsi diversi, privilegiando porti di ingresso al territorio comunitario in altri Paesi europei dove i controlli sono meno rigidi, per poi giungere ugualmente sul mercato italiano. Inoltre, è sempre fortissima la produzione di falsi sul territorio nazionale.

Alla Consulta Confcommercio per il commercio estero sono intervenuti Gianluca Susta, membro della Commissione per il commercio internazionale del Parlamento Europeo; Giovanni Bocchi, direttore dell'Ufficio centrale antifrode dell'Agenzia delle Dogane; Rocco Antonio Burdo, dirigente dell'Ufficio intelligence e strategia dell'Ufficio centrale antifrode dell'Agenzia delle Dogane; Giovanni Gravante, vicepresidente di Federazione Moda Italia; Costante Persiani, vicedirettore generale di Confcommercio.

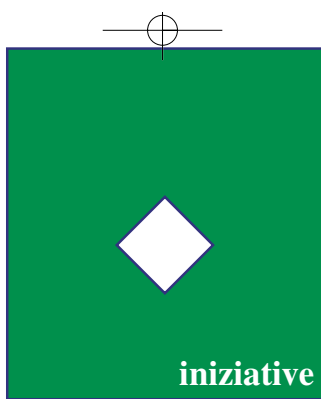


In Unione seminario Aice (con Dhl) il 26

Operazioni commerciali con l'America Latina

E' in programma in Unione (sala Turismo, dalle 9) martedì 26, il seminario "Le operazioni commerciali con l'America Latina: procedure e documentazione per una corretta impostazione delle operazioni di esportazione e importazione". L'iniziativa - che prende in esame le problematiche di interscambio con Brasile, Cile, Venezuela, Argentina e Messico - è promossa da Aice, Associazione italiana commercio estero (027750320), con Dhl.

Unioneinforma
maggio 2009



Con il prossimo numero del Giornale
Unione: la Guida convenzioni 2009

Sarà allegata al prossimo numero (giugno) di UnioneInforma, la nuova Guida alle convenzioni Unione 2009. La Guida contiene una gamma completa di proposte: dalle convenzioni con gli istituti di credito all'auto, dalla telefonia ai fornitori di servizi, dai prodotti per l'impresa alla cura della persona, al tempo libero.



In Unione presentato da Fida

"Controllo prodotti ittici": nuovo volume aggiornato

Adistanza di cinque anni dalla prima pubblicazione, è stato presentato in Unione da Fida, Federazione italiana dettaglianti dell'alimentazione, il secondo rinnovato volume "Controllo dei prodotti ittici - etichettatura e disciplina della pesca" la cui stesura è stata curata dal professor Gualtiero Fazio. All'appuntamento, con il presidente di Fida Dino Abbascià e coordinato da Mar-



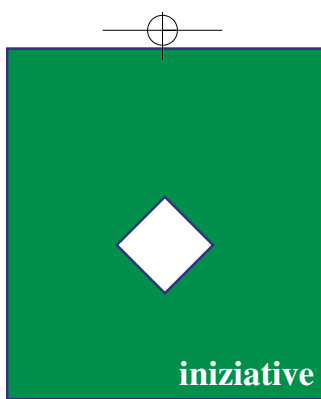
cello Veneziani, sono intervenuti, con l'autore, il presidente di Confcommercio e Unione Carlo Sangalli e Gaudenzio Pedol, presidente per il dettaglio ittico. "Il volume - spiega Abbascià - è un punto di riferimento sia per gli operatori del settore che per molti organismi pubblici".

Golf: Trofeo Unione 2009 il 21 maggio al Club Ambrosiano

Appuntamento il 21 maggio al Club Ambrosiano di Bubbiano (Milano), via Cascina Bertacca, per il Trofeo di golf 2009 dell'Unione del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni della provincia di Milano. La gara è una 18 buche stableford, 3 categorie, riservata ai soci dell'Unione. Premi di gara per il 1°, 2°, 3° classificato per categoria. Previsti anche premi speciali: 1° Lordo, 1° Lady, 1° Senior. In contemporanea si svolge una gara "Amici", categoria unica. Premi di gara al 1°, 2° e 3° classificato.



Per maggiori informazioni contattare Donatella Callegari, 027750296



Nel ricordo di Marcello Mangiafico

Un aiuto ai bambini che soffrono: in Italia ed anche in Africa

Diventerà realtà il desiderio espresso da Marcello Mangiafico (lo scomparso segretario di Apeca, l'Associazione milanese del commercio ambulante, e Figisc, il Sindacato milanese dei gestori carburanti) di far splendere negli occhi dei bambini malati una stella di speranza verso la vita. Un desiderio che si può avverare grazie alla generosità di tanti che hanno così reso omaggio al suo ricordo. Sono passati solo sei mesi dalla sua scomparsa, ma - come ha voluto esprimere in una lettera la vedova Rossella - "solo la morte dei principi, degli ideali, dei sogni di un uomo, decretano realmente la sua scomparsa". E così grazie ai 15.000 euro raccolti sul conto corrente aperto su iniziativa di Giacomo Errico e Luca Squeri (i presidenti, rispettivamente, di Apeca e Figisc), il desiderio espresso da Marcello alla sua famiglia di aiutare gli altri potrà essere realizzato. Con i fondi reperiti sarà possibile non solo aiutare i piccoli pazienti del reparto

pediatrico oncologico dell'Ospedale Rizzoli di Bologna (vedi *Unioneinforma* di ottobre 2008 a pagina 30 n.d.r.), ma anche di partecipare ad un progetto in

Africa, molto importante. Si tratta di ristrutturare e mettere in sicurezza un istituto per bambini ciechi che si trova in un villaggio a 1200 km da Dar Es Salaam, in Tanzania. In questo modo si

Raccolti 15.000 euro destinati al reparto pediatrico oncologico dell'Ospedale Rizzoli di Bologna ed alla ristrutturazione di un istituto per bambini ciechi (ed albinici, cacciati e uccisi per riti di stregoneria) in Tanzania

ciechi, ma anche garantire un rifugio sicuro a bambini la cui unica colpa è quella di essere albinici. All'interno dello stesso istituto vivono infatti anche bambini albinici che in

quei luoghi vengono cacciati come prede e uccisi da fattucchiere e sciamani che utilizzano i loro organi per realizzare riti magici. I lavori di ristrutturazione dovrebbero iniziare nel prossimo mese di agosto per concludersi con una festa celebrativa in programma il 6 di ottobre con il "Marcello's Day", il giorno del compleanno di Marcello Mangiafico. Un



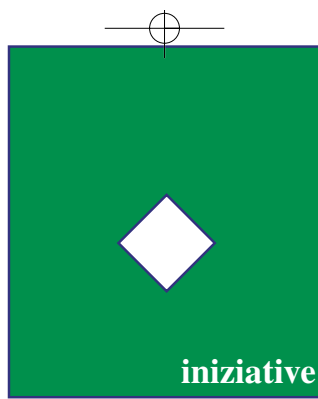
darà loro la possibilità di vivere sotto un tetto sicuro, ma anche la speranza di essere operati per riacquistare la vista. Se tutto andrà come da progetto, non solo si potrà restituire la vista a bambini



giorno che darà modo ai bambini dell'istituto di ricordare il loro benefattore.

B.B.

Unioneinforma
maggio 2009

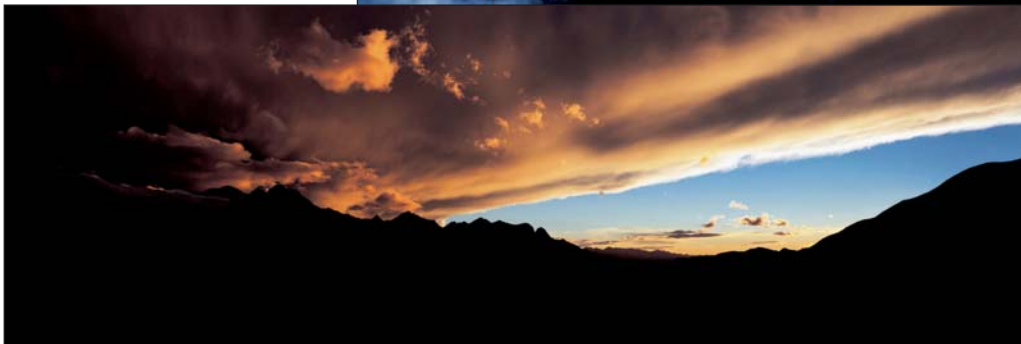


*Mostra in Unione,
con Ascofoto,
delle immagini
del nuovo fotolibro
di Pino Veclani*



“Sentieri di luce”

Una mostra fotografica molto suggestiva: si chiama “Sentieri di luce” ed è promossa a Palazzo Castiglioni, sede dell’Unione di Milano (corso Venezia 49, al piano terra) da Ascofoto, l’Associazione dei fotonegozianti. La mostra raccoglie le immagini (ne proponiamo alcune in questa pagina) del nuovo fotolibro di Pino Veclani.



Fai di un obbligo un'opportunità



**Inserire qui
la propria firma
e il codice fiscale di Ente Mutuo**

UN MINUTO DEL VOSTRO TEMPO PER UN NUOVO PROGETTO

Come tutelare la tua salute senza alcun onere

Per destinare la quota del 5 per mille dell'IRPEF ad Ente Mutuo occorre firmare uno dei 5 appositi riquadri che figurano sui modelli di dichiarazione CUD 2009 730/2009 UNICO persone fisiche 2009 UNICO MINI persone fisiche 2009 di cui pubblichiamo fac-simile, riportando i dati personali nel riquadro e indicando il codice fiscale di Ente Mutuo.

**Il codice fiscale di Ente Mutuo è
80056730155**

Il riquadro nel quale va indicata l'intenzione di destinare il 5 per mille dell'IRPEF ad Ente Mutuo è identificato con la seguente dicitura: "Sostegno del volontariato e delle altre organizzazioni non lucrative di utilità sociale, delle associazioni di promozione sociale e delle associazioni e fondazioni riconosciute che operano nei settori di cui all'art. 10, c. 1, lett a), del D.Lgs. n. 460 del 1997". Ricordiamo che per il 5 per mille è consentita una sola preferenza di assegnazione. La scelta di destinazione del 5 per mille non va confusa e non è alternativa a quella dell'8 per mille, che può essere comunque espressa.



80056730155 il codice della salute

Fondo Est compie 2 anni

ha già raggiunto più di un MILIONE e CENTOMILA iscritti,
2.400 Strutture Convenzionate in tutta Italia
ed il Nuovo Piano Sanitario è stato ampliato
nelle Prestazioni e nell'importo dei Massimali!

Nessuno è come Fondo Est



Fondo Est

assistenza sanitaria integrativa
commercio turismo servizi e settori affini

visita subito il sito www.fondoest.it