



informa Unione

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

**MULTE A MILANO PER LE VETRINE DEI NEGOZI:
PREMIATA L'AZIONE DELL'UNIONE CHE HA COLLABORATO CON IL COMUNE**

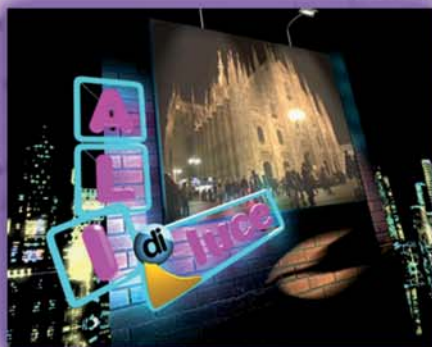
ANNULLATE



IL VERBALIZZAZIONE

Matricola n. 1e20

CHI HA GIÀ PAGATO POTRÀ CHIEDERE IL RIMBORSO



**Con l'Unione
domenica alle 23 su Telenova**



**Confcommercio presenta
il Manifesto sulle PMI**



Dove l'azienda tende la mano al suo dipendente
c'è sempre

EST

un mondo
di salute

A cura dell'ufficio comunicazione di Est



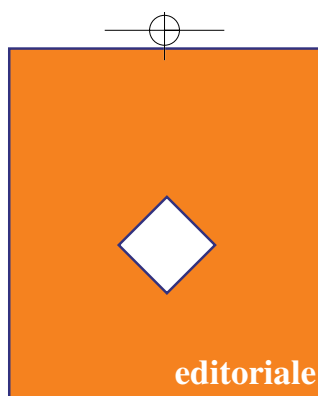
* Sono esclusi quadri e dirigenti



Fondo Est

assistenza sanitaria integrativa
commercio turismo servizi e settori affini

www.fondouest.it info contributi 06/518511 info prestazioni 06/510311



Il futuro del sistema aeroportuale milanese e lombardo è al centro del dibattito politico ed economico. E, oggi come in passato, un tema così cruciale richiede lo sforzo dello sguardo d'insieme, di quel particolare modo di "fare sistema" che rappresenta la forma più moderna di collaborazione trasversale e che implica, dunque, la necessità delle alleanze.

In fondo, le infrastrutture sono luoghi e i luoghi sono scelte democratiche: se calate dall'alto, non servono e non funzionano.

Anche in questa partita la Camera di Commercio si è fatta portavoce istituzionale delle richieste degli imprenditori, presiedendo di recente un incontro tra la comunità economica del territorio e i vertici di Alitalia-Cai per esprimere i motivi irrinunciabili della valorizzazione di Malpensa, risorsa cruciale per l'intero Paese.

Ed è stato un momento di confronto aperto e costruttivo dove le parti in gioco hanno manifestato con franchezza la propria posizione. Da questo tavolo è emersa una consapevolezza di fondo comune a tutti i protagonisti coinvolti: il rilancio del sistema aeroportuale milanese e lombardo, con al centro Malpensa, non è una recriminazione localistica. E', piuttosto, un "atto dovuto" per una risorsa che appartiene ai cittadini, e che di fatto è il crocevia di quell'area policentrica, da Torino a Genova, da Milano a Verona, dove si intersecano le grandi reti, dai corridoi europei alle autostrade del mare, dall'Alta

Milano e i suoi aeroporti: difenderli non è "localismo"

Velocità alle infrastrutture fieristiche.

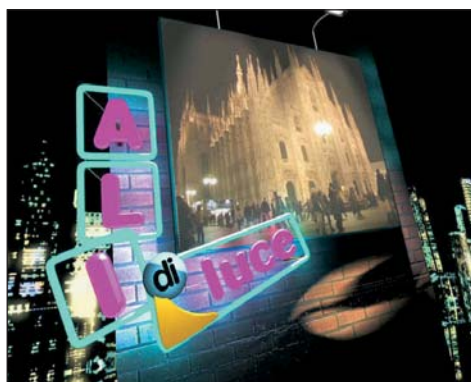
Per questo Malpensa è una sfida tutta italiana. Un importante investimento dello Stato costato circa 4 miliardi di euro, una struttura in cui oggi c'è lavoro per tutti, cittadini e imprenditori. Le speranze delle imprese e delle associazioni di categoria sul futuro di Malpensa sono state confermate dalla decisione di Alitalia di individuare in questa infrastruttura l'hub del Paese, seppur condizionata al ridimensionamento di Linate alla sola linea aerea Milano-Roma. Va considerato che a dicembre proprio su questa tratta partirà l'Alta velocità ferroviaria e da un sondaggio realizzato dalla Camera di commercio, già ad oggi, è emerso che oltre il 70% degli imprenditori di Milano e provincia sceglierebbe questo mezzo di trasporto.

E' dunque evidente che bisogna ripensare il futuro di Linate in altri termini. Dal canto nostro siamo convinti che esista spazio e opportunità per entrambi gli aeroporti.



CARLO SANGALLI

Presidente dell'Unione di Milano



In onda su Telenova (e sul canale 892 di Sky) la domenica sera alle 23, ha preso il via (affrontando, nelle prime puntate, temi d'attualità come mobilità ed Ecopass e gli effetti per

"Ali di luce": l'Unione partecipa alla nuova trasmissione di Cesare Cadeo

gli aeroporti e il sistema economico milanese della difficile transizione fra vecchia e nuova Alitalia) "Ali di Luce", la nuova trasmissione settimanale ideata e condotta da Cesare Cadeo.

Il progetto di "Ali di Luce" è realizzato con la collaborazione dell'Unione e prevede dieci puntate con la parte-



**febbraio 2009
n. 2 - anno 14**

Unioneinforma è stato ultimato il 6 febbraio

Il commercio "racconta" Milano

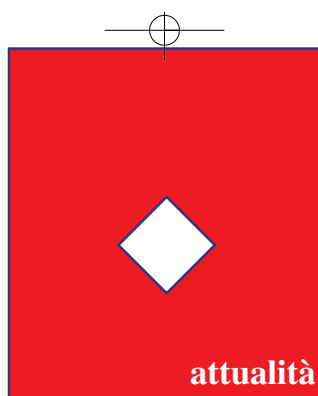
La storia del nostro territorio attraverso le imprese più antiche

al centro del giornale

cipazione di esponenti del mondo imprenditoriale del terziario che affrontano i principali temi di Milano e del momento economico.

Unioneinforma
febbraio 2009





Confcommercio presenta il Manifesto sulle Pmi

Nell'ambito delle iniziative per la prima settimana europea dedicata alle piccole e medie imprese da Ancona ha preso il via il Roadshow (in nove tappe) della Confederazione. Primo appuntamento incentrato sul tema della burocrazia (nelle pagine seguenti)

Nelle Marche – con il presidente di Confcommercio (e dell'Unione) Carlo Sangalli – si è alzato il sipario sul Roadshow Pmi di Confcommercio, nel contesto della prima settimana europea delle Pmi, che si snoda in nove tappe attraverso il territorio italiano. Nella Loggia dei Mercanti di Ancona si è tenuta la prima tappa dedicata al tema della burocrazia: "Burocrazia e Pmi: meno vincoli, più sviluppo". L'appuntamento è stata anche l'occasione per presentare in anteprima il Manifesto di Confcommercio sulle Pmi.



Roadshow: gli altri appuntamenti

12/02	BARI: Mezzogiorno e PMI
26/02	VENEZIA: Trasporti, infrastrutture e PMI
09/03	FIRENZE: Cultura e PMI
27/03	TRENTO: Capitale umano e PMI: scuola, formazione e innovazione
23/04	GENOVA: Fiscalità e PMI
07/05	PALERMO: Criminalità, abusivismo e PMI
22/05	MILANO: Credito e PMI
29/05	CAGLIARI: Turismo e PMI

**Parola
alle PMI.**

L'economia internazionale è entrata, dall'ultimo trimestre del 2008,

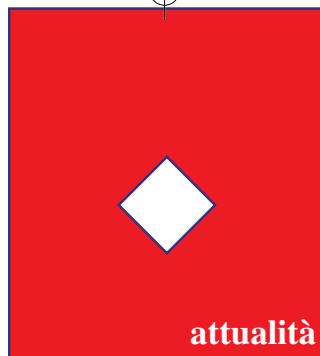
in una fase di recessione che dovrebbe raggiungere il suo culmine nel corso di quest'anno, con pesanti ricadute sull'occupazione, sui redditi, sui consumi e sugli investimenti. In Italia, poi, all'impatto della crisi finanziaria sull'economia reale si sommano ritardi strutturali di lungo periodo che, nel loro complesso, costituiscono la sostanza notissima delle cause della crescita lenta, della competitività difficile, della produttività stagnante o declinante.

Con il pessimismo non si va lontano. Ma – entro ed oltre il perimetro della crisi – con la realtà bisogna fare i conti. Con responsabilità e senza paure. Perché – come ha detto il Presidente della Repubblica, Giorgio Napolitano, nel suo messaggio di fine anno – "l'unica cosa di cui aver paura è la paura stessa".

Questo manifesto vuole dunque essere il contributo responsabile di un'Italia che non ha paura, ma è consapevole delle difficoltà, nuove e pregresse, che occorre affrontare e superare per crescere di più e meglio, per costruire sviluppo e coesione sociale.

E' il contributo dell'Italia delle imprese. Delle sue PMI, in particolare, che costituiscono il 95% della struttura produttiva del Paese, che contribuiscono per oltre il 70% alla formazione del valore aggiunto e per oltre l'80% all'occupazione. Il tutto nel contesto di un mercato interno europeo, in cui oltre il 99% delle imprese rientra nella classe dimensionale fino a 250 addetti e in cui circa 18

**Parola
alle PMI.**



Parola alle PMI.



milioni di
imprese sono
classificate
come
microimprese

con meno di 10 addetti.

In Europa ed in Italia, dunque, le PMI non sono né un'eccezione, né un'anomalia. Al contrario, esse sono la struttura portante dell'economia reale e dei processi di sviluppo territoriale.

Sono quindi una risorsa fondamentale su cui far leva per rispondere alla recessione originata dalla crisi sistemica dei mercati finanziari.

E lo sono particolarmente in un'Italia, di cui

– accanto ad una certa maggiore solidità patrimoniale delle famiglie e del sistema bancario rispetto allo scenario internazionale – costituiscono uno dei principali punti di forza e di tenuta a fronte della crisi in atto e dei suoi sviluppi futuri. E' il contributo delle imprese per l'Italia.

Soprattutto in tempi difficili, più difficili, le risorse vanno, però, coltivate. E' bene che questa consapevolezza sia maturata, in Europa, con lo "Small Business Act", ossia con la strategia della Commissione europea di valorizzazione dell'impresa diffusa, il cui primo principio è "think small first".

Un "pensare anzitutto in piccolo", che è il riconoscimento della necessità di politiche dedicate alle PMI come condizione fondamentale per la loro crescita e, in questo modo, per il loro contributo determinante ad un reali-

Il manifesto di Confcommercio: l'Italia delle imprese, le imprese per l'Italia



stico perseguimento dell'obiettivo di Lisbona: fare dell'economia europea "l'economia più competitiva e dinamica al mondo basata sulle conoscenze, in grado di realizzare una crescita economica sostenibile con nuovi e più qualificati posti di lavoro e con una maggiore coesione sociale". "Pensare anzitutto in piccolo" non è, allora, né un anacronistico ripiegamento su orizzonti localistici rispetto allo scenario difficile ed inquieto della

globalizzazione, né l'evocazione di politiche da "riserva indiana". E' invece – lo ripetiamo, lo sottolineiamo – l'impe-

gno a far sì che, ad ogni livello della scala dimensionale, le imprese possano ricercare maggiore efficienza e crescere. Crescere dimensionalmente e qualitativamente; crescere singolarmente e attraverso le aggregazioni di gruppo e le relazioni di distretto e di filiera. Senza "riserve indiane": né per le PMI, né per i "campioni nazionali".

Questi ci sembrano, dunque, i principi, i valori ispiratori delle politiche dedicate alle PMI italiane: la tutela

della legalità e della sicurezza contro ogni forma di criminalità; il pluralismo imprenditoriale come condizione strutturale di democrazia economica; l'apertura dei mercati e l'attenzione alle ragioni dei consumatori, declinate attraverso una concorrenza a

Parola alle PMI.





linea arredo

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***

attualità



Parola alle PMI.

parità di regole; l'impegno per lo sviluppo territoriale e per una maggiore competitività dell'intero sistema-Paese.

Sono i principi, i valori di un'Italia che – a volte, quasi nonostante tutto – mantiene fortissima la voglia di fare impresa. E' l'Italia dell'economia reale, che non si sottrae al problema della produttività stagnante o declinante, ma che, al contrario, intende affrontarlo per intero e sino in fondo. E' l'Italia che – negli anni della crescita lenta e del venir meno della valvola di sfogo delle svalutazioni pro-competitive – ha saputo comunque andare avanti e sostenere la crescita dell'occupazione.

Lo ha fatto "cambiando pelle", con ristrutturazioni profonde, silenziose ed anche dolorose. Basti pensare, ad esempio, alla "selezione darwiniana" delle imprese del commercio, con la chiusura di decine di migliaia di unità produttive all'anno.

Lo ha fatto esprimendo una buona parte di quelle "multinazionali tascabili" che – con creatività ed innovazione, con una forte integrazione tra produzione e servizi – hanno saputo accrescere il valore aggiunto dell'export italiano. E' l'Italia produttiva e dell'economia reale, che non ha vissuto né l'euforia della "new economy", né le suggestioni del primato della finanza e delle tante, troppe privatizzazioni senza liberalizzazioni.

E' l'Italia di un capitalismo familiare

senza "grandi famiglie".

E' l'Italia di chi, ogni giorno, si confronta con il mercato e con le difficoltà delle famiglie. E, quando non ce la fa, chiude. Chiude, punto e basta. E con ben pochi ammortizzatori. Cosa offre e chiede, oggi, questa Italia, l'Italia delle PMI?

Offre e chiede responsabilità. Offre tutto il proprio impegno per rilanciare crescita, sviluppo, coesione sociale. Chiede la responsabilità di perseguire questi obiettivi attraverso riforme che risolvano svantaggi competitivi di lungo periodo e che legittimino, pur nel quadro di un rigoroso controllo

della finanza pubblica, una politica di bilancio più espansiva.

Chiede una funzione pubblica più efficiente, anche sul versante della giustizia, e una spesa pubblica più produttiva come occasioni di crescita e come condizione per una progressiva riduzione di una pressione fiscale troppo elevata, che avanzi in parallelo al recupero di evasione ed elusione. Il tutto nella prospettiva di un federalismo fiscale fondato su una solida e condivisa cultura della

responsabilità nell'utilizzo delle risorse pubbliche e nel ricorso alla tassazione, ma anche nell'ottica di un ordinamento fiscale certo, stabile e semplificato.

Chiede un'opzione forte – anche e soprattutto nel Mezzogiorno – per gli investimenti in infrastrutture e per il potenziamento del capitale umano, con un sistema educativo e formativo che riconosca ed

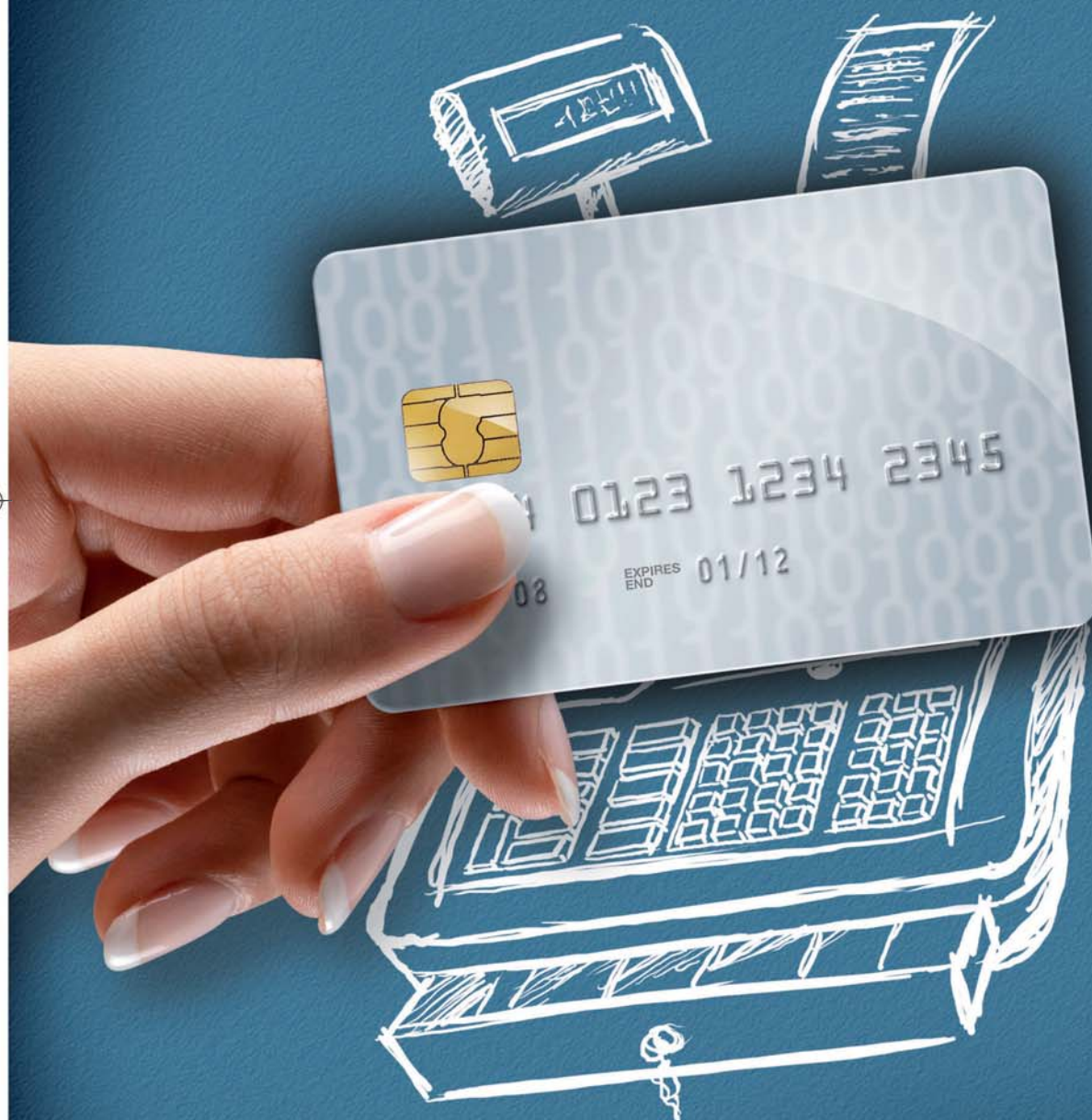



Parola alle PMI.

Unioneinforma

febbraio 2009

Accetta una carta. Per guadagnarci anche in sicurezza.



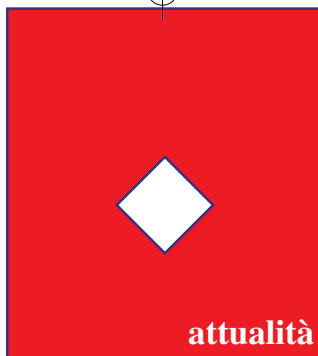
Accettare una carta facilita l'attività del commerciante. Infatti elimina il fastidioso problema del resto, e cancella gli errori umani dei conti. Inoltre il pagamento con la carta è una garanzia per la sicurezza: può ridurre il contante in cassa, diminuendo i rischi di furti e rapine. Per scoprire i vantaggi di una carta, basta accettarla.

Campagna promossa da



e





Parola alle PMI.



apprezzi merito e responsabilità, per irrobustire i fondamentali della

crescita e dello sviluppo. Così come sollecita – soprattutto in questa fase – un rapporto più collaborativo tra banca ed impresa ed il rafforzamento del ruolo dei sistemi di garanzia mutualistica dei fidi.

Chiede che si completi il circuito della flexicurity attraverso la riforma degli ammortizzatori sociali, l'efficienza dei servizi per l'impiego e dei processi di formazione continua, anche rivedendo la struttura di una spesa sociale troppo assorbita dalla spesa previdenziale. E valorizzando la sussidiarietà del welfare contrattuale, nell'ambito di una ora rinnovata architettura della contrattazione che concorrerà al perseguimento di maggiore produttività e, conseguentemente, al miglioramento della dinamica salariale, con scelte incentivanti di riduzione del prelievo fiscale.

Chiede integrazione tra politica industriale e politica per i servizi, nella consapevolezza che, nel futuro del nostro Paese, maggiore e migliore crescita, maggiore e migliore occupazione potranno venire anzitutto dall'economia dei servizi e dai suoi incrementi di produttività. Un'integrazione fondata sulle liberalizzazioni ancora necessarie, a partire dai servizi pubblici locali; sulle semplificazioni degli oneri burocratici, con l'obiettivo della loro riduzione del 25% entro il 2012, ma anche sulla tempestività dei pagamenti da parte delle

pubbliche amministrazioni; sul sostegno all'innovazione – tecnologica ed organizzativa – dell'impresa diffusa; sulla valorizzazione dell'identità italiana e della sua offerta turistica come straordinario asset competitivo del Paese; sul ruolo pro-competitivo del pluralismo distributivo; sul potenziamento del sistema dei trasporti e della logistica; sulla riduzione dei costi dell'approvvigionamento energetico del Paese e sulla costruzione dello sviluppo ambientalmente sostenibile come opportunità di innovazione tecnologica e di specializzazione produttiva; sulla riduzione del digital divide, anche con un mercato radiotelevisivo digitale effettivamente pluralistico.

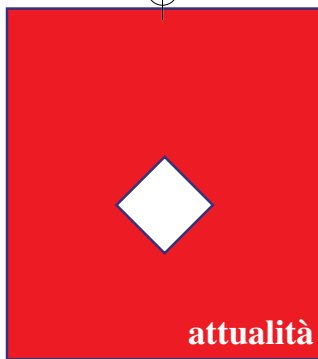
Occorrono riforme, dunque. Definirle e realizzarle è una responsabilità condivisa: di chi governa e delle parti sociali; delle istituzioni e della politica, di maggioranza e di opposizione. Confrontarsi e cooperare per la migliore formazione delle scelte è un diritto/dovere di tutti, nel reciproco rispetto dei diversi ruoli. Da questo punto di vista, i tempi di crisi rafforzano il nostro auspicio, la nostra

richiesta di una legislatura costituente, ancora possibile e più che mai necessaria.

Se così sarà, l'Italia delle PMI pensa davvero che sia possibile dar concreto seguito all'appello del Presidente della Repubblica: "Facciamo della crisi un'occasione...". L'occasione per costruire un'Italia più prospera e più giusta. Alla realizzazione di questo obiettivo, le PMI vogliono dare tutto il loro contributo.

Parola alle PMI.





*L'indagine realizzata da Confcommercio
in collaborazione con Format – Ricerche di mercato*

Schiacciati da una burocrazia più cortese

Nel 2008 le pmi hanno mediamente destinato dai cinque ai sei giorni al mese agli adempimenti amministrativi. L'impatto dei costi per questi adempimenti è oscillato in media l'1 e l'1,4% dei ricavi. E' quanto emerge dall'indagine sull'impatto della burocrazia e degli adempimenti amministrativi sulle pmi realizzata da Confcommercio in collaborazione con Format – Ricerche di mercato.

Il 30,8% delle pmi ha rinunciato nel 2008 ad assumere nuovo personale; il 26,6% ha rinunciato a progetti di innovazione; il 25,5% ha rinunciato ad effettuare investimenti; il 17,2% ha rinunciato a progetti di ricerca a causa di difficoltà di natura puramente burocratica, connesse alla complessità e alla lunghezza dei tempi richiesti dagli adempimenti amministrativi. Gli adempimenti in campo fiscale sono stati segnalati come estremamente onerosi

Troppi adempimenti, ma sul personale degli uffici pubblici il giudizio è positivo. Ancora troppo lunghi i tempi delle pratiche: insoddisfatto il 60,9% delle imprese. Pubblica Amministrazione più efficiente? Le camere di commercio

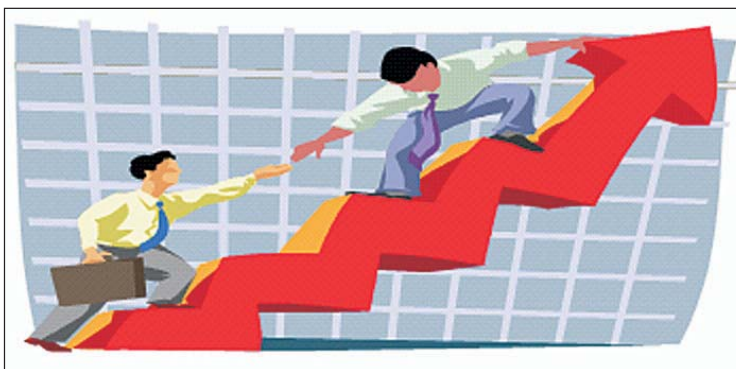
in modo particolare dalle microimprese e dalle imprese dei servizi che risiedono nel Nord Ovest e nel Nord Est. Il peso degli adempimenti burocratici riguardanti il personale è risultato maggiormente avvertito dalle piccole impre-

se. In generale gli adempimenti per i quali le imprese del commercio hanno lamentato l'onere eccessivo sono risultati quelli amministrativi per il personale e quelli per la formazione del personale.

L'analisi dei costi sostenuti da parte delle pmi per far fronte agli adempimenti amministrativi è stata effettuata considerando le giornate/uomo impiegate per tali attività mediamente in un mese e i costi veri e propri, calcolati in percentuale sui ricavi.

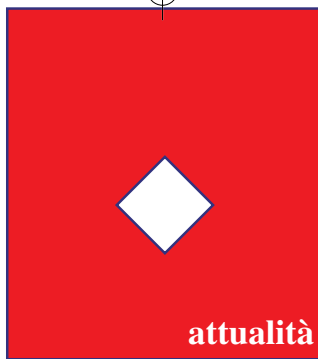
Il 19,8% delle pmi ha dedicato ogni mese nel 2008 da una a due giornate/uomo al disbrigo degli adempimenti burocratici e amministrativi richiesti dalla Pubblica Amministrazione, il 26,8% da tre a quattro giornate/uomo, il

12,7% dalle cinque alle sei giornate/uomo; il 40,8% del campione ha dedicato a tali attività oltre sei giornate/uomo. Le imprese che più di altre hanno prestato un



se (10-49 addetti), operative sia nel settore del commercio, sia nel settore dell'industria, e residenti per lo più nelle regioni del Centro e del Sud Italia.

alto numero di giornate/uomo al disbrigo degli adempimenti burocratici sono state quelle del commercio, con il 48,2% di pmi



E a Milano non fa certo difetto la burocrazia: lo ha rilevato il rapporto 2008 "La soddisfazione delle piccole e micro imprese nei confronti della pubblica amministrazione", a cura di Promo P.A. Fondazione, promosso dalla Camera di commer-

che ha impegnato oltre sei giornate/uomo per tali attività. Le pmi che hanno registrato i costi più alti per il disbrigo degli adempimenti burocratici e amministrativi, per lo meno in percentuale sui ricavi 2008, sono risultate le medie imprese artigiane e del commercio, residenti per lo più nel Nord Italia. Il 54,5% delle imprese ritiene "molto" o "abbastanza" accettabile il costo degli adempimenti amministrativi e burocratici richiesti dalla Pubblica Amministrazione alla propria impresa sia in termini di giornate/uomo impiegate sia in termini di impatto sui ricavi. Il 45,5% delle pmi ha

giudicato al contrario "poco" o "per nulla" accettabile tale costo, ritenendolo non sopportabile dal punto di vista economico. Le piccole imprese del commercio, le imprese artigiane, quelle residenti nel Nord Ovest e nel Sud Italia sono tra le imprese che nel 2008 hanno avuto difficoltà ad effettuare nuovi investimenti o ad assumere nuovo personale a causa delle risorse destinate al disbrigo degli adempimenti burocratici. Il 49,8% del campione coinvolto nell'indagine ha dedicato alla cura degli adempimenti amministrativi tra i due e i 10 addetti (l'1,9% vi dedica oltre

cio in collaborazione con Consip ed Unioncamere Lombardia. Le imprese milanesi hanno speso oltre 6.000 euro in consulenti rispetto ai circa 5.700 di quelle italiane. Secondo il rapporto Milano perde anche più ore di lavoro del personale in burocrazia: circa 27 giorni all'anno contro circa 26 in media in Italia. Il fisco l'obbligo più pesante: da 0 a 10 pesa 7,6. Pesano anche la gestione del personale e la tutela ambientale con un'incidenza sul fat-

La burocrazia abita anche a Milano ma con la Camera di commercio per il burocrate c'è il dizionario on line

turato del 5,3% rispetto al 5,4% nazionale.

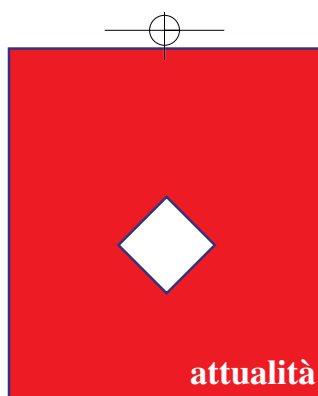
Per tradurre il linguaggio della burocrazia viene in aiuto un apposito dizionario realizzato dalla Camera di Commercio di Milano.

E' già disponibile per tutti su internet (www.mi.camcom.it) con la possibilità di traduzioni personalizzate e interattive.



dieci addetti) e il 31,5% delle pmi dispone di un ufficio appositamente dedicato al disbrigo delle pratiche e degli adempimenti amministrativi. Il 61,1% delle pmi si serve di collaboratori esterni o di professionisti esterni per il disbrigo delle pratiche e degli adempimenti amministrativi. Il 46,7% delle imprese si è dovuto dotare di strumenti informatici specifici per far fronte agli obblighi burocratici e agli adempimenti amministrativi. Il 56,9% delle imprese ritiene

segue a pag. 10



un ostacolo al conseguimento della propria missione d'impresa il costo degli obblighi burocratici, il 49,2% del campione lamenta la distrazione del proprio personale dalle mansioni che gli sono proprie. Il fatto di doversi servire di consulenti esterni per attendere agli obblighi cui sono soggette le imprese viene avvertito come un handicap rilevante dal 40,9% delle imprese intervistate. Minore rilevanza viene attribuita all'utilizzo di un ufficio specifico per il disbrigo delle pratiche amministrative, o all'aver dovuto dotarsi di sistemi informatici specifici, investimenti che probabilmente le imprese avrebbero comunque dovuto effettuare per lo svolgimento anche di altre attività. Il ricorso ai consulenti o ai collaboratori esterni per la cura

Schiacciati ...

segue da pag. 9

degli adempimenti amministrativi è risultato piuttosto oneroso in prevalenza per le imprese del commercio e dei servizi di piccole dimensioni, del Nord Ovest e del Sud

Per quanto concerne i **soggetti della Pubblica Amministrazione** rispetto ai quali è stato analizzato il livello di soddisfazione delle imprese, **più efficienti** sono risultati:

- Camere di Commercio, molto o abbastanza efficienti per il 75,7% delle imprese;
- Inps, efficienti secondo il 68,6% delle imprese;
- Agenzia delle entrate (Ufficio Iva) efficienti per il 68% del campione;
- Province, con il 65,5% di giudizi positivi.

I soggetti meno efficienti sono

risultati le Regioni, giudicati efficienti dal 55,3% delle imprese, le Asl (62,9%), Equitalia (63,2%) ed i Comuni (64,2%).

Italia. L'analisi del livello di soddisfazione ha considerato, nell'indagine, alcuni aspetti come la soddisfazione delle pmi verso alcuni soggetti della

Pubblica Amministrazione (periodo 2008): Comune, Provincia, Regione, Cciaa, Agenzia delle Entrate, Ufficio Iva, Equitalia, l'Inps e Asl.

Il personale della Pubblica Amministrazione costituisce uno degli aspetti verso i quali le imprese hanno dimostrato maggiore soddisfazione: solo il 29,6% delle imprese si è dichiarato insoddisfatto.

La numerosità degli adempimenti burocratici richiesti o necessari per l'espletamento di una singola pratica costituisce invece l'aspetto di maggiore criticità per le imprese: il 66,9% si è dichiarato insoddisfatto.

"Nel mirino" anche la durata dei tempi impiegati dalla Pubblica

Amministrazione per lo svolgimento delle pratiche (risulta insoddisfatto il 60,9% delle imprese).





Ogni buon lavoro parte dalla testa.

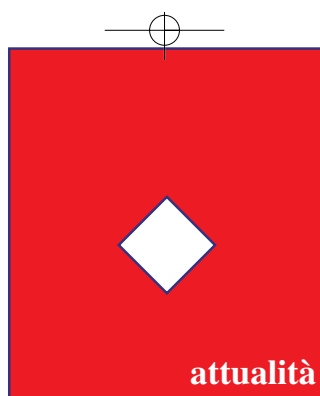
Ristrutturazioni chiavi in mano
Manutenzioni . Preventivi gratuiti

Bianchi

ristrutturazioni

Via Bramante, 39 20154 Milano
+39.02.3313578 - www.edilbianchi.it





*Premiata l'azione dell'Unione
che ha collaborato con l'Amministrazione comunale*

"Delirium tax" per le vetrine A Milano annullate tutte le sanzioni

Con una determinazione dirigenziale il Comune di Milano ha annullato in autotutela tutti i verbali con i quali erano stati sanzionati centinaia di operatori commerciali milanesi (con multe, a seconda dei casi, variabili da 400 fino a quasi 4.000 euro) per le affissioni sulle vetrine dei negozi. E' la cosiddetta "delirium tax" sulla quale l'Unione è intervenuta subito mettendo a disposizione il numero verde 800775000 per la segnalazione dei casi e, con la collaborazione del sistema associativo che all'Unione fa riferimento, aprendo un tavolo di confronto con il Comune. Tavolo che ha dato rapidamente i risultati auspicati. In un comunicato dell'assessore all'Arredo Decoro Urbano e Verde Maurizio Cadeo, si specifica come la procedura dell'annullamento "si è resa necessaria a seguito del riscontro della presenza di vizi che hanno inficiato la validità degli atti emessi. E' stata altresì avviata la procedura di risol-

zione del contratto alla società affidataria di questo servizio. Verrà inviata comunicazione di tale decisione a tutti i destinatari dei verbali e coloro che eventualmente avessero già pagato delle somme potranno chiederne la restituzione. Tale provvedimento non riguarda evidentemente

di essersi da subito confrontata con noi e di aver voluto



**Il Comune: chi ha pagato
potrà chiedere la restituzione
di quanto versato**

te l'emissione di cartelle esattoriali per omesso pagamento di tributi dovuti". Nel comunicato l'assessore ringrazia "sia i propri uffici per il lavoro svolto, sia l'Unione del Commercio per il contributo costruttivo dimostrato in questa circostanza". Soddisfazione del presidente Unione Carlo Sangalli: "sulla vicenda delle sanzioni per le vetrine dei negozi ha prevalso il buon senso e la volontà di rimediare rapidamente ad un errore. Va dato merito all'Amministrazione comunale

verificare in tempi brevi, ma con attenzione, una situazione chiaramente del tutto illogica. La nostra collaborazione con il Comune ha prodotto un risultato doveroso: l'annullamento dei verbali e il rimborso per gli imprenditori che avevano già pagato. Ricordo che la contestazione ai negozi non riguardava l'evasione tributaria - che va sempre e comunque accertata e perseguita - ma si trattava di un'estensione abnorme di bizantinismi burocratici, lontani anni luce da quella semplificazione auspicata da tutti".

La Giunta comunale milanese ha approvato una delibera per l'acquisizione di

fondi regionali da destinare alle imprese commerciali che sono in situazioni di disagio per l'apertura di cantieri. Il Comune di Milano - che investirà 2.000.000 di euro e chiederà alla Regione Lombardia un co-finanziamento di 1.000.000 di euro - sosterrà le attività commerciali penalizzate dalla presenza di cantieri attraverso un bando pubblico finalizzato all'ottenimento di un finanziamento a tasso agevolato. Verrà istituito un Fondo rotativo specifico. "Finalmente - ha affermato Giorgio Montingelli, consigliere Unione

Imprese milanesi danneggiate dai cantieri In arrivo 3 milioni di euro

**Collaborazione Unione
con il Comune**

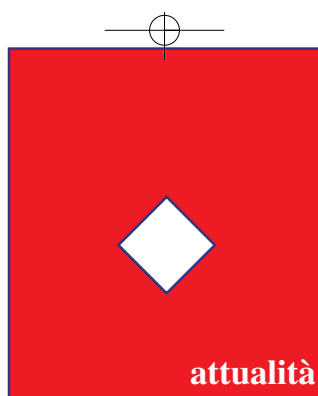
degli operatori commerciali trae origine dalla stretta collaborazione tra Regione e Confcommercio Lombardia. E a Milano l'Unione - che dal Comune già negli scorsi mesi aveva ottenuto la realizzazione di cartelli d'indirizzamento che consentono l'individuazione, per il pubblico, delle imprese "oscurate" dai cantieri - mette in campo l'attività del proprio Fondo di garanzia fidi, Fidicomet, che interverrà per supportare l'operatività del Fondo rotativo per i finanziamenti alle imprese.

per il territorio di Milano - un intervento concreto".

L'iniziativa a favore

Unioneinforma

febbraio 2009



*Futuro d'incognite per gli scali milanesi:
Linate nel mirino e Malpensa che sviluppo avrà?*



Perplexità e forti preoccupazioni sulla proposta di depotenziare Linate. La prospettiva di aumento del numero di rotte intercontinentali a 14 su Malpensa rispetto alle 3 di oggi è positiva, ma la proposta di ridurre in concomitanza Linate alla sola rotta con Roma è

penalizzante. Il territorio del Nord Italia ha infatti bisogno di un grande sistema aeroportuale sia per collegamenti che per frequenza dei voli. Non c'è un'area in Europa così sviluppata come il Nord Italia che non abbia un grande aeroporto internazionale.

Nel recente incontro, alla Camera di commercio di Milano, con i vertici Alitalia Cai, il mondo imprenditoriale milanese ha esposto le sue richieste: liberalizzare le rotte ed avere i collegamenti con le aree intercontinentali più importanti per il sistema produttivo. Il piano proposto dalla nuova Alitalia non è stato ancora giudicato sufficiente per accettare la riduzione di Linate alla sola rotta Milano-Roma come Cai chiede. Resta dunque intatta la perplessità del mondo economico soprattutto senza precise assicurazioni di un grande piano di sviluppo di Malpensa. Gli imprenditori sollecitano decisioni rapide sulla questione aeroportuale anche alla luce della crisi economica. "Malpensa rappresenta una fondamentale opportunità di sviluppo - ha sintetizzato Carlo Sangalli, presidente della Camera di commercio di Milano (e dell'Unione) - La crisi economica incalza e abbiamo l'assoluta necessità di avere un sistema aeroportuale efficiente e all'altezza della sfida che ci aspetta. Il rilan-

LISCATE - Cascine S. Pietro
a 11 Km aeroporto Mi Linate



**UN SOGNO CHE DIVENTA
REALTA'...**

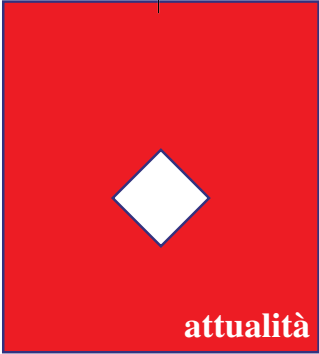
Soluzioni abitative moderne e con tutti i comfort
Mono, bilo, trilocali in PRONTA CONSEGNA!

**sconto 5% fino a fine novembre
sull'EDIFICIO B!**

fainicase www.faini.it

Info 02.95739809

Unioneinforma
febbraio 2009


 attualità

In Camera di commercio l'incontro con i vertici Cai-Alitalia. Le imprese chiedono soluzioni rapide anti-crisi, rotte libere, più collegamenti intercontinentali e il completamento delle infrastrutture di accesso agli aeroporti



cio di Malpensa passa attraverso il potenziamento dei collegamenti intercontinentali e il completamento delle infrastrutture che permettano l'accessibilità all'aeroporto".

Indagine su oltre 1.400 imprese Milano-Roma: per il futuro meglio il treno

Milano – Roma: meglio il treno o l'aereo? Il treno, almeno per il futuro. Se oggi l'aereo batte ancora il treno (il 58,6% delle imprese lo preferisce contro il 48%), con l'alta velocità il 69,2% delle imprese viaggerà in ferrovia.

Solo il 17,4% continuerà con l'aereo. Motivo? "Posso lavorare durante il viaggio con cellulare e computer" per il 43,3% e "non devo fare code ai controlli" per il 30,8%. E su

Linate ridotto alle sole linee Milano-Roma le imprese appaiono divise: contrarie il 39,6% perché si toglie un servizio comodo e raggiungibile, bene se serve per il rilancio forte di Malpensa il 27,6%. A conti fatti l'economia perderebbe in competitività: una stima di circa un miliardo di fatturato in meno per l'area milanese. Sui collegamenti le imprese chiedono miglioramenti (27,7%) sia per Linate che per Malpensa, a partire da prezzi più bassi per raggiungere gli aeroporti (14,2%). Questi dati emergono da una stima della Camera di commercio di Milano e da un'indagine realizzata su oltre 1.400 imprese.



Unioneinforma
febbraio 2009



Mio nonno non ha pensato solo
a raccontarmi le favole.

Polizza 30 e lode

La polizza per pagare le spese universitarie di tuo nipote.

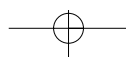
Contattaci per un preventivo gratuito.



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.



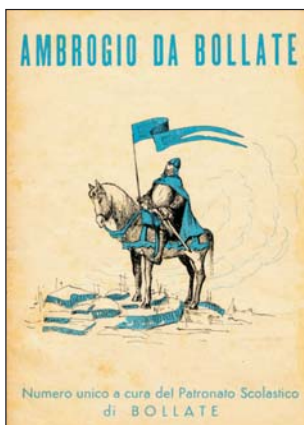
Il commercio "racconta" Milano

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

Oreficeria e gioielleria Federico Curti a Bollate



Carta d'identità di Renato Curti, in cui è indicata la professione di orefice (1941)



Copertina di "Ambrogio da Bollate", numero unico a cura del Patronato Scolastico di Bollate (1949)



Ultima pagina di "Ambrogio da Bollate" con la prima pubblicità dell'Oreficeria Curti nella prima colonna in basso a sinistra (1949)

Nel centro di Bollate, in via Matteotti si trova la storica oreficeria gioielleria di Federico Curti, che incontriamo con la moglie Primarosa Ferrarotti per ricostruire la vicenda della famiglia Curti e quella della loro attività commerciale. Nel 1919 il nonno di Federico, Ernesto Curti, decide di trasferirsi con la propria famiglia a Bollate: la vita a Milano diventa sempre più cara e la famiglia sempre più numerosa (i figli erano diventati tre: due maschi e una femmina). A Bollate Ernesto comincia un'attività di materassista e, nel tempo a disposizione, gira le campagne circostanti vendendo piccoli arredi e oggetti per la casa. I figli di Ernesto in età da lavoro cercano di impiegarsi come garzoni e i due maschi, Renato e Cesarino, imparano il mestiere in un laboratorio di oreficeria.

Negli anni '30 i due fratelli, forti della professionalità acquisita sul campo, aprono un proprio laboratorio orafa a Milano in via Ciovasso dove l'attività si amplia con successo. Nella stessa via abita in quegli anni Amalia Parmigiani che così conosce Renato, con cui dividerà il resto della sua vita.

Gli anni immediatamente successivi alla seconda guerra mondiale sono decisivi per il futuro della famiglia Curti: nel 1946 Renato e Amalia si sposano e mettono su casa a Bollate in via Matteotti 11; nel 1947 Renato lascia l'attività di via Ciovasso al fratello e con l'aiuto della moglie apre un negozio di oreficeria a Bollate ricavandone lo spazio dalla propria abitazione; nel 1948 nasce Federico Ernesto, che nel 1966 subentra al padre nella titolarità della ditta conducendola fino ai nostri giorni.

Sul piano dell'attività commerciale, la vendita di preziosi non può contare su un mercato molto ampio alla fine della guerra e Renato passa il proprio tempo a comporre e cifrare piccoli oggetti come gli anelli nuziali e i crocifissi che si donano ai bambini. Anche il settore dell'orologeria non garantisce un grosso giro di affari in quanto fino alla metà degli anni '60 l'orologio resta un articolo distintivo e fortemente simbolico: il regalo della cresima o del fidanzamento che si indossa nelle

occasioni speciali e dura per l'intera vita.

Nei primi anni di attività separata i due fratelli, sebbene non più come soci, proseguono la collaborazione a distanza, scambiandosi lavori e contatti. In particolare è Amalia a mantenere le relazioni, facendo la spola tra Bollate e Milano con il piccolo Federico in fasce che viene lasciato in via Ciovasso a casa dei nonni materni. Alcuni anni dopo Cesarino chiude il laboratorio per aprire un negozio sempre a Milano, in viale Coni Zugna, mentre l'attività di Renato e Amalia va radicandosi nel tessuto commerciale di Bollate.

Intanto Bollate attraversa un cambiamento radicale, la sua fisionomia storica di borgo agricolo con un territorio ricco di prati, fossi e cascinie viene trasformandosi in un tessuto urbano e industriale.

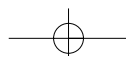
L'espansione edilizia di quegli anni è guidata dalle cooperative edificatrici, bianche e rosse, che costruiscono interi nuovi quartieri per ospitare la popolazione crescente di Bollate che passa da 12.000 anime nel 1951 a 24.000 nel 1961 per superare le 40.000 all'inizio degli anni '70.

Nel 1962 anche i Curti vengono in qualche modo interessati dal



Cartolina di via Matteotti a Bollate. L'edificio al centro della foto è il civico n.11, che fu ricostruito nel 1962 e ospitò il negozio fino al 1986 (inizio anni Sessanta)

CCCXXI





La figlia di Federico e Primarosa, Alessandra seduta davanti al negozio di via Matteotti 11 (fine anni Settanta)

Amalia Parmigiani, madre di Federico Curti, davanti alla costruzione di legno che ospitò il negozio durante la ricostruzione del palazzo di via Matteotti 11 (1962)



L'esterno della Fabbrica Borroni in via Matteotti 19. Sulla facciata l'antico orologio riparato da Curti nel 1998 (2008)

L'orologio posto sulla facciata della Fabbrica Borroni smontato per la riparazione (1998)



boom edilizio: il vecchio edificio di via Matteotti 11, che ospita casa e negozio, deve essere demolito e ricostruito. La famiglia si trasferisce allora in un appartamento più moderno mentre il negozio viene spostato per tutta la durata dei lavori in una costruzione provvisoria ai piedi del cantiere, "una baracca di legno" come ricorda Federico: «Oggi mettere un'oreficeria lì sarebbe improponibile, immagino che alla mattina non trovi proprio più niente, neanche la baracca stessa, invece siamo rimasti lì per un anno». Nel 1964 il negozio riapre nel nuovo edificio, ma negli anni immediatamente successivi Renato comincia ad avere problemi di salute e Federico, la cui presenza in negozio era fino ad allora di supporto ai genitori, si vede costretto a lasciare gli studi e ad assumere maggiori responsabilità nella gestione dell'impresa. Il giovane, non ancora maggiorenne, ha riconosciute capacità artistiche e una volta terminate le scuole elementari e l'avviamento agricolo, ha iniziato a frequentare a Milano la scuola di fumetto del Castello. La sua presenza in negozio diviene essenziale e, dato che la famiglia non può permettersi che parta per il servizio militare, Federico viene dichiarato minore emancipato e nel 1966, a diciotto anni, diviene titolare dell'impresa paterna.

L'attività dei Curti ha subito profonde modificazioni dal '47: la lavorazione in proprio di oro e preziosi, che tanto aveva occupato Renato, passa progressivamente a laboratori specializzati di maggiori dimensioni che riforniscono i commercianti con una maggiore varietà di campionario a costi inferiori. Il laboratorio orafo dei Curti continua a fare riparazioni e a produrre pezzi singoli su ordinazione dei clienti, ma è sempre più sulle vendite del negozio che si fonda la crescita degli anni successivi.

Va notato in proposito che mentre l'impresa dei fratelli Curti a Milano era iscritta tra le ditte artigiane, quella di Renato viene iscritta all'Unione del commercio dal 1961, quando viene istituita la sede di mandamento a Bollate.

Il mercato degli orologi cambia volto nella seconda metà degli anni '60, quando l'orologio da polso soppianta definitivamente quello da tasca e diviene accessorio per tutti i giorni e per tutti i gusti, al passo con l'evoluzione della moda. L'orologio d'oro continua ad essere un regalo prezioso, ma ad esso si affiancano con successo linee di prodotti diversi per lo sport, per le signore, per i più giovani.

Federico Curti nel corso degli anni si specializza nella riparazione di orologi, in particolare di oggetti antichi, come nel caso della riparazione dell'orologio che campeggia sulla facciata della ex Fabbrica Borroni, antico opificio situato poco distante dal negozio.

Con la propria maestria Curti guadagna tra i propri concittadini l'appellativo di "mastro delle pendole".

Sul fronte della lavorazione orafa, una volta venute a mancare le competenze paterne, Federico decide di affidarsi ad un collaboratore esterno che dopo lunghe ricerche scopre a Milano ritrovando un vecchio compagno di scuola. Accanto ai preziosi e agli orologi, i Curti introducono nel corso degli anni '70 il commercio di argenteria che così completa l'assortimento del negozio. Il titolare stima che attualmente le tre tipologie concorrano ciascuna per un terzo al volume

Il commercio "racconta" Milano

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

La nuova sfida di Curti, 'mastro delle pendole'

BOLLATE – A Bollate è conosciuto da tutti per la sua abilità nel riparare gli orologi e in particolare le pendole, una maestria ereditata da suo padre Renato. Ma Federico Curti non è solo il "mastro delle pendole", è anche un commerciante attivo che nell'arco di mezzo secolo ha saputo trasformare l'attività di famiglia da bottega a negozio all'avanguardia. E questa sfida da domani compirà un nuovo passo in avanti, con l'inaugurazione del negozio di via Matteotti

completamente rifatto. "E' dal 1947 che abbiamo l'attività a Bollate - ci spiega Federico Curti - prima mio padre e adesso io. Dopo 53 anni di lavoro che cosa pensi di fare? Di smettere? E invece ho deciso di rinnovare tutto, cercando di proporre nuovi gioielli e orologi di ottima qualità...". Particolare curioso, l'inaugurazione durerà otto giorni, da sabato 21 a sabato 28 ottobre, e per tutti i visitatori ci sarà un piccolo pensiero portafortuna...



Articolo apparso su "Il notiziario" del 20 ottobre 2000 per l'inaugurazione del nuovo negozio



Leonardo Parmigiani, figlio di un cugino di Federico Curti trasferitosi in Argentina, seduto davanti al negozio di via Matteotti 11 (anni Settanta)

Le vetrine della gioielleria in via Matteotti 4 (2008)

L'insegna con il monogramma di Federico Curti all'esterno del negozio (2008)



di vendite del negozio, con una leggera prevalenza dell'argenteria rispetto a preziosi e orologi. Federico è consapevole del ruolo attivo che gli spetta come commerciante nella selezione qualitativa dei prodotti e non ama inseguire la pubblicità o la concorrenza nella ricerca dell'oggetto griffato o dell'ultima novità. Ha imparato a proprie spese a diffidare delle grandi marche che riducono sensibilmente la sua autonomia, così come ha rifiutato di seguire le mode quando questo avrebbe significato per il negozio uno scadimento qualitativo.

Nel 1967 Federico conosce Primarosa Ferrarotti che sposa cinque anni più tardi nel 1972. Primarosa, dopo aver terminato un triennio di studi alle scuole commerciali, ha iniziato a

lavorare come impiegata amministrativa presso un'impresa di costruzioni di Bollate dove rimane per oltre trent'anni fino al 2000; in ogni modo, trattandosi di un impiego part-time, il marito può contare anche negli anni precedenti sulla sua presenza e collaborazione in negozio.

Nel 1974 nasce Alessandra, la figlia di Federico e Primarosa, ma solo un anno più tardi Renato, da poco divenuto nonno, viene a mancare. Alessandra, a differenza dei genitori, sceglie di intraprendere gli studi universitari e si laurea in medicina dopo aver dichiarato al padre fin dall'età di dieci anni, che il lavoro in negozio non fa per lei.

Ancora oggi Alessandra, che pure ha compreso l'importanza del negozio nella storia della propria famiglia, fatica a comprendere la difficoltà di suo padre di stare lontano dal negozio anche per pochi giorni. Nel 1984 Federico perde la madre Amalia, che fino ad allora aveva rappresentato una colonna portante dell'attività, soprattutto nel periodo della malattia di Renato quando aveva aiutato il piccolo Federico a farsi le ossa nell'attività di famiglia. Ricorda Federico: «Ha tirato avanti lei il negozio, perché mio papà si era ammalato e faceva veramente quasi tutto

lei, fin quando io ero proprio ragazzino, perché quando ho cominciato avevo 13 anni [...]. È stata una scuola di vita che mi ha insegnato molte cose, e poi dopo son diventato grande...».

Nel 1986, grazie ai contatti di Primarosa nel settore immobiliare e al suo fiuto per gli affari, Federico si convince ad acquistare i locali in via Matteotti 4 dove si trova attualmente il negozio, a pochi metri da quello precedente.

Il trasferimento, che pure comporta un impegno finan-

ziario non indifferente, si rivela una scelta vincente: lo spazio a disposizione aumenta considerevolmente e il bilancio dell'impresa non viene più gravato dall'esborso per l'affitto dei locali. La scelta di lasciare la sede dopo quasi quarant'anni di attività non è facile, anche sul piano sentimentale, e Federico si convince solo dopo un attento studio del flusso di passanti sui due marciapiedi. Nell'allestimento della nuova sede ritroviamo un particolare che ci porta agli anni giovanili del titolare: il monogramma FC che dal 1986 campeggia tra le due vetrine della gioielleria è ripreso dalla sigla con cui Federico firmava i propri fumetti.

Dopo aver favorito il passaggio nella nuova sede, alcuni anni dopo è sempre la signora Primarosa a comprendere l'importanza del concetto di novità anche nell'ambito di un'attività storica come la loro e a convincere il marito dell'utilità dei rinnovamenti periodici dell'allestimento interno del negozio.



Il commercio "racconta" Milano

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



Federico Curti viene premiato in occasione della festa per i 40 anni del mandamento di Bollate dell'Unione (2001)

Fino a tutti gli anni '80 l'attività commerciale dei Curti, come quella degli altri commercianti di Bollate, segue una tendenza di costante crescita che però comincia a rallentare a metà degli anni '90 per entrare in difficoltà nell'ultimo decennio. Alcune cause delle crescenti difficoltà, a parte l'impetuosa affermazione della grande distribuzione organizzata nell'hinterland milanese, si possono riscontrare nella trasformazione sociale della città di Bollate che ha perso nell'ultimo ventennio gran parte del proprio tessuto produttivo industriale per entrare definitivamente nell'orbita dell'area milanese: secondo la signora Primarosa oggi tra la popolazione di Bollate «l'80% la mattina si alza, prende il treno va a Milano e torna la sera». Le abitudini di acquisto della cittadinanza mutano profondamente e il paesaggio commerciale ne registra gli effetti: al posto dei negozi al dettaglio che chiudono vengono aperte numerose agenzie immobiliari e banche, giunte alla ragguardevole presenza di 18 filiali in città.

Attorno alla metà degli anni '90 un gruppo di imprenditori commerciali del centro di Bollate decide di impegnarsi direttamente per la valorizzazione e la salvaguardia delle proprie attività, intese come presidio territoriale del tessuto sociale urbano.



Federico Curti in negozio con alcuni ospiti alla festa per i 50 anni di attività (1997)

Federico ricorda quando «15 anni fa, dopo aver passato tutta la vita chiuso dentro al negozio ho guardato fuori e ho detto: 'Com'è brutta la mia città'. E allora con un gruppo di commercianti abbiamo cominciato a fare qualche ragionamento, qualche discorso politico e pseudo-politico, e abbiamo incominciato a interessarci». Le iniziative del gruppo, che costituisce l'associazione Centro storico Bollate, riguardano sia la sistemazione urbanistica del centro città che l'organizzazione di feste, iniziative pubbliche e pubblicazioni come "Vivi Bollate".

Dopo alcuni anni, convinti della validità dell'impegno intrapreso e dell'utilità di proseguire questo percorso, gli imprenditori che avevano dato vita all'associazione entrano compattamente nel direttivo locale dell'Unione del commercio di Bollate, di cui Federico Curti diviene presidente nel 2004: ruolo che ricopre ancora oggi.

In questo nuovo ruolo politico-amministrativo Curti può mettere a disposizione l'esperienza maturata alcuni anni prima come consigliere comunale e soprattutto come vicepresidente dell'Asus Bollate, l'azienda municipalizzata che gestisce farmacie e servizi di pubblica utilità.

Appare evidente come nel corso degli anni si sia sviluppato un rapporto intenso tra la famiglia Curti e la città di Bollate. Federico non riesce ad immaginare di vivere in altro luogo e dimostra il suo attaccamento con la passione civile e l'impegno nelle istituzioni locali. La cittadinanza di Bollate conferma nei fatti, anno dopo anno, il proprio apprezzamento nei confronti dell'attività commerciale dei Curti.

In questo senso possiamo leggere le feste pubbliche che la gioielleria Curti ha organizzato nel 1997 in occasione dei primi 50 anni di attività e nel 2000 per l'inaugurazione del nuovo allestimento interno, e in questo senso crediamo vada interpretata l'ampia partecipazione del pubblico ad entrambe le iniziative.



I coniugi Federico Curti e Primarosa Ferrarotti (2008)

Andrea Strambio De Castillia
(con la collaborazione di Carlo Alzati)



**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.

parliamo di...



Realizzata da Camera di commercio
e Unione

Una "Guida ai consumi alimentari" per risparmiare con la spesa intelligente

ta in 10.000
copie, sarà di-
stribuita in parti-
colare proprio
attraverso i
negozi del
comparto alimen-
tare milanese (dettaglianti
ortofrutta, drogherie, macel-
lerie, mercati comunali

con immagini per poter
spiegare com'è fatta la
Guida: sono consigli utili per
trovare i prodotti giusti al
momento giusto, per ali-
mentarsi nel miglior modo
secondo il gusto e la tradi-
zione italiana. E' una Guida
che può quindi aiutare a
migliorare lo stile di vita del

Si può risparmiare facen-
do una spesa intelligen-
te. E' con questa finalità

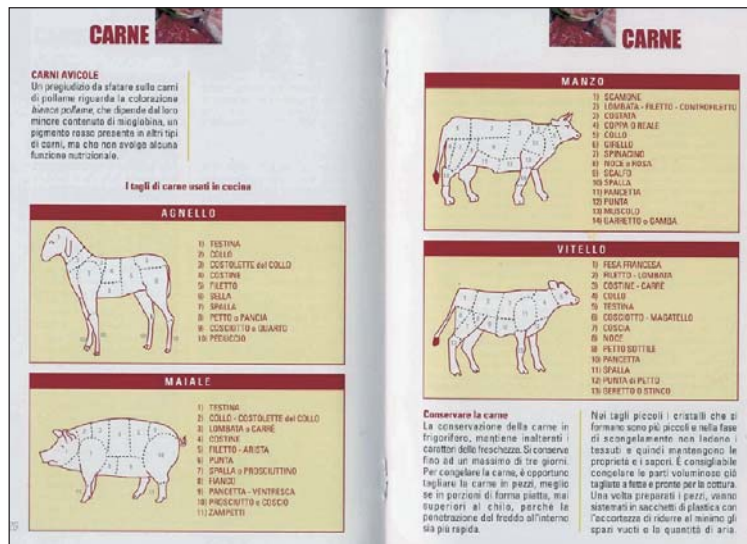
che la
Camera
di com-
mercio e
l'Unione
(con
PromoTer
e suppor-
tata dal
sistema
associati-
vo del
commer-
cio ali-
mentare)
hanno
realizzato
una

"Guida ai
consumi
alimentari"
la cui
presentazione - nel momen-
to in cui si scrive - è immi-
nente. Guida che, stampa-

coperti, panifici ecc.).
In queste pagine diamo
un'anticipazione soprattutto

consuma-
tore ed è
uno stru-
mento
utile per
l'operatore
commer-
ciale nei
confronti
dei clienti
perché
attraverso
la Guida si
combatte
il carovita
con consi-
gli utili per
apprendere
un
metodo di
spesa intel-
ligente.

"Questa Guida ai consumi -
scrive nell'introduzione il
presidente di Unione e



Unioneinforma
febbraio 2009

parliamo di...

OLIO DI OLIVA

In cucina

L'impiego dell'olio in cucina non ha limiti. Crudo o cotto, accompagnato a molti tipi di alimenti, è ideale per ogni tipo di cottura. Per la frittura, ad esempio, l'olio d'oliva è più resistente e stabile rispetto ad altri grassi vegetali e di animali. Si utilizza anche nella preparazione di salse e impasti dolci.

La maiestosa fetta in casa:
Utilizzare un contenitore stretto e profondo. Mettere un uovo intero con sale, succo di mezzo limone e due o tre cucchiaini di olio.
Frullare velocemente per amalgamare gli ingredienti e aggiungere altro olio a filo, e frullare lentamente. In tutto è necessario 1 o 1,5 dl. di olio.



PANE

In cucina

Per fare il pane in casa sono necessari pochi ingredienti: il lievito, innanzitutto. Quello naturale, utilizzato di solito dai panettieri. Quello in polvere, o chimico, per pani che lievitano durante la cottura.

Il lievito di birra, quello più comunemente utilizzato per il pane preparato in casa. Poi la farina, di diversi tipi: quella più comunemente utilizzata è quella di frumento, nel tipo "0", di forza, integrale ecc. Il lievito impedisce l'indossabilità dell'acqua, che serve a sciogliere il lievito e a legare l'impasto.

Il pane fatto in casa:
Empiire un barile 1 kg. di farina a forma. Sciogliere 30 g. di lievito di birra in acqua tiepida e salata e versarlo al centro della farina. Cominciare ad impastare aiutandosi con altre acqua tiepida. Lavorare l'impasto con energia almeno 15-20 minuti. Riposarlo in una terna infarinata, coprendolo con un panno e farlo lievitare in un luogo caldo. Quando la pasta aumenterà del doppio è pronta per dare la forma che si desidera. Infornare a forno caldo (180°) per circa 25 minuti.

PIZZA

In cucina

La base di una pizza, le proprietà nutrizionali e la digeribilità, dipendono da numerosi fattori: la qualità delle materie prime, le modalità di lavorazione dell'impasto, il tipo di faritura e le modalità di cottura.

A parità di materie prime, una pizza sarà tanto più buona quanto più l'impasto sarà fatto bene.

Per garantire un impasto di ottima qualità nutrizionale, farina, acqua, lievito e sale dovranno essere miscelati tra loro in adeguate proporzioni, lavorati con tecnica opportuna e lasciati ad una corretta lievitazione.

È importante che la farina sia di buona qualità, con un contenuto in proteine del 10-12%, una buona farina fornirà buoni carboidrati e buone proteine.

Gli ingredienti della Pizza

Il pomodoro
L'ingrediente indispensabile per farne tutte le varietà di pizza rossa. Il pomodoro migliore è quello di varietà San Marzano, con forma allungata, "a lampadina", polpa consistente, gusto dolce e bassa acidità.

Una volta si è buoni punto se un pomodoro riesce a galleggiare a superficie di un po' di acqua. Se invece affonda, è sodo.

Camera di commercio Carlo Sangalli - nata sull'idea dell'alleanza tra la dimensione imprenditoriale e quella sociale, offre allora una "ricetta anticrisi" perché educa ad una moderna e solida cultura di acquisto che

FRUTTA E VERDURA

VERDURA

ASPARAGI
Si consiglia di consumarli entro 20 giorni dall'acquisto. Per conservarli, immergerli in abbondante acqua e cambiarla due volte al giorno.

BROCCOLI
Si possono congelare surgelati e tosti in ghiaccio in un luogo fresco o in frigorifero per alcuni giorni.

CARCIOI
Questo ortaggio, quando viene cotto, va consumato entro breve tempo, mentre crudo può essere conservato in frigorifero per 4-5 giorni.

CAVOLOFIORE
Il cavolfiore, molto compatto nella parte commestibile, si conserva bene in frigorifero, fino a cinque giorni.

FINOCCHIO
All'interno di sacchetti con piccoli fori a rete le coste verdi più grasse, si conservano al fresco per una decina di giorni. Si possono anche surgelare, dopo averli sbollentati.

LATTUGA
Bresleria (francesca), romana, riccia, spicciola, per non lavarla e

RADICCHIO
Chiuso in un sacchetto di plastica e avvolto in un telo da cucina, può essere conservato in frigorifero anche per una settimana.

SPINACI
Si conservano in frigorifero per 2-3 giorni chiusi in sacchetti di plastica, meglio lavati ed asciugati. Si possono surgelare già lessati e sconditi.

POMODORI
Il pomodoro si conserva tutto l'anno. È sempre disponibile ma in estate raggiunge il massimo delle sue caratteristiche. Il prodotto maturo si conserva in frigorifero per circa dieci giorni.

MELANZANE
In frigorifero si mantengono fresche per 4-5 giorni. Se non si taglia il picciolo, mantengono più a lungo la loro freschezza.

PEPERONI
All'acquisto si presentano sodi, senza parti molli e del colore vivace. Si conservano in frigorifero per qualche giorno.

ZUCCHINE
Si trovano tutto l'anno, ma è meglio consumarle nel periodo estivo. Non resistono più di 3-4 giorni in frigorifero.

FRUTTA E VERDURA

FRUTTA	PERCENTUALE	
	COMMESTIBILE	PERCENTUALE DI SCARTO
ARANCE	72%	28%
ANGURIA	55%	45%
PERE	85%	15%
MANDARINI	72%	27%
MELI	85%	15%
MELONI	55%	45%
PERE	85%	15%
PESCHE	85%	15%
UVA	30%	70%

VERDURA	PERCENTUALE	
	COMMESTIBILE	PERCENTUALE DI SCARTO
BROCCOLI	70%	30%
CARCIOI	35%	65%
CAROTE / VERZE	85%	15%
CAVOLOFIORE	85%	15%
FAGIOLINI	95%	5%
FINOCCHIO	65%	35%
LATTUCHE	85%	15%
PASTA	85%	15%
SPINACI	95%	5%

renda i consumatori sempre più consapevoli del proprio potere di scelta, sulla base del rapporto qualità/prezzo".

VINO

Amaliti e proverbi
Il vino è come un bellissimo fiore che non si sa quando cogliere.
L'acqua fa crescere l'erba, il vino fa crescere il dialogo.
Un bicchiere d'acqua quando il corpo ha sete, è come un bicchiere di vino quando ha sete l'anima. Ecco perché un pasto senza vino mi fa pensare a un bambino incapace di ridere. (Mario Solida)
Buon vino fa buon sangue.
La buona cantina fa il buon vino.
Devi del vino e lascia andar l'acqua al mulino.

In cucina

Il vino possiede doti anche se utilizzato come condimento. Non esiste pietanza che non possa essere valorizzata con il vino, dai brasati ai dolci secchi, dai primi di pesce ai dolci al cucchiaio e persino con la frutta.

La zabaione fatto in casa:
Mettere quattro tuorli di uovo e 80 g. di zucchero in una ciotola. Frullare fino a quando il composto risulterà soffice e aggiungere quattro tuorli di uovo di Maremma.
Mescolare delicatamente. Portare a bollore dell'acqua in un recipiente che contenga il condimento in cui si è frullata la crema.
Cuocere a bagnomaria, mescolando continuamente, fino a quando la zabaione si addenserà.



PASTA

Caratteristiche
Per una migliore riuscita di un primo piatto, anche sotto l'aspetto igienico-sanitario, dovrebbe sempre essere la pasta a raggiungere la padella con il condimento e qui bollire alcuni minuti a fuoco vivo.

Conoscere il riso
Al momento dell'acquisto, l'aspetto del riso deve essere omogeneo, non vi devono essere molti grani che non rimbombano durante la cottura. È bene inoltre sapere che il riso assorbe gli olii dei prodotti con i quali è cotto e viceversa, alterando il proprio sapore. Nell'acquisto, non deve pertanto avere un odore sgradevole.

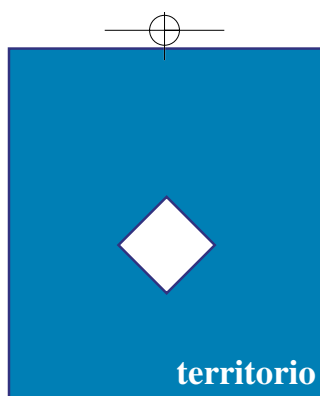
I chicchi di colore bianco opaco indicano che non hanno raggiunto la completa maturazione. Se i chicchi sono macchiati, significa che il riso è stato danneggiato dalla pioggia o dalla grandine. Se sono di colore scuro, significa che ha subito un processo di fermentazione dopo la raccolta e causa dell'infestazione.

Conservare il riso
Se non si consuma l'intera confezione del riso, una volta aperto, deve essere chiusa il meglio possibile e conservata in luogo fresco, asciutto, e privo di odori forti. Il riso consumato deve essere fresco di lavorazione. Si riconosce il riso vecchio immergendolo in acqua, che, in questo caso, si ricopre di una polvere fine.

Dal punto di vista nutrizionale il riso è un concentrato di sostanze essenziali. Il riso contiene amido, proteine, vitamine (B1, B2 e nicotina), e sali minerali (ferro, fosforo e calcio). Le proteine del riso sono qualitativamente superiori rispetto a quelle di ogni altro cereale. È un alimento utile per giovani e anziani, contiene 18 amminoacidi da cui dipende il regolare metabolismo umano e sono di assoluta digeribilità. Il riso integrale è la varietà maggiormente ricca di fibre. Il riso è classificato in riso comune, con chicchi piccoli e tondi, per minestre e caldi, saminio, con chicchi tondissimi e di media lunghezza, indicato per anguria, risi bianchi, arancini e timballi, fino a chicchi lunghi e allungati, scotti per risotti e contorni, e soprattutto per chicchi grossi e molto lunghi, adatti alla preparazione di risotti e contorni.

Un tipo di riso farinaceo circa 850 calorie.





Zeffirino Melzi, presidente dell'Ascom territoriale di Sesto San Giovanni

L'Ascom territoriale di Sesto San Giovanni e

A Sesto San Giovanni la convenienza è davvero "sotto casa"

il Comune hanno promosso l'iniziativa "Convenienza sotto casa":

Campagna con il Comune: hamburger e pane a prezzi contenuti

pane a prezzi contenuti.

L'hamburger è venduto a 7,90 euro al chilo e il pane è sconta-

tato del 50% se si acquista dopo le 18.30. In un periodo di difficoltà dei consumi - ha spiegato Zeffirino Melzi, presidente dell'Ascom territoriale di Sesto San Giovanni - è giusto avere un'attenzione particolare verso i cittadini cercando soluzioni ai bisogni che sono sia di chi vende sia di chi compra.



Seregno: le vetrine "colorate" dai presepi

Il presepio più votato è stato quello subacqueo esposto dalla pescheria di Gioacchino Satalino (894 preferenze) seguito da quello di Franco Brioschi (negozio "Dolce Follia") con 503 voti e dal parrucchiere Vittorio

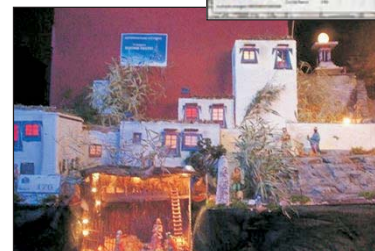
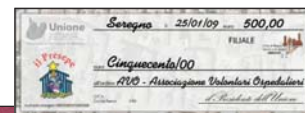
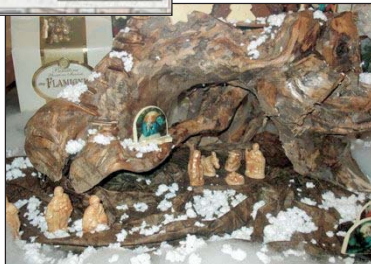
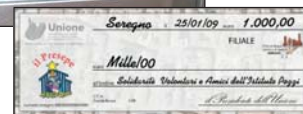
Premiazione del concorso promosso da Ascom e Comune che ha visto la partecipazione di 209 esercizi commerciali. Contributi ad associazioni non profit

Fresolone (479 preferenze). Sono i vincitori del concorso promosso

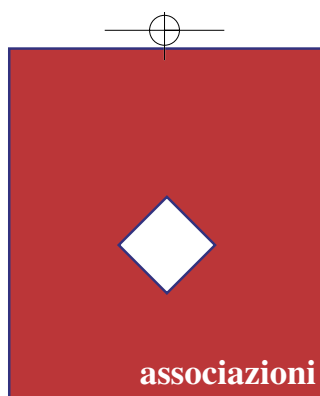
dall'Ascom territoriale di Seregno e dal Comune: iniziativa che ha visto, nel periodo delle feste natalizie l'allestimen-

to nelle vetrine dei negozi di Seregno, dal centro alla periferia, di 209 presepi. I premiati hanno indicato le tre associazioni non profit (Avo, Auto Amica e Solidarietà) a cui è stato consegnato un contributo, rispettivamente, di 1.000, 700 e 500 euro. Tra i votanti sorteggiati tre viaggi a Parigi. La cerimonia di premiazione del concorso presepi ha visto la partecipazione del sindaco di Seregno Giacinto Mariani,

dell'assessore allo Sviluppo delle attività economiche e produttive Marco Formenti, e dei presidenti dell'Ascom territoriale Ermanno Gatti e dell'Ascom cittadina Dario Nobili.



Unioneinforma
febbraio 2009



Con Iri Infoscan indagine sulla "customer satisfaction"

Asseprim si confronta con i propri soci

Dall'annuale ricerca di customer satisfaction che Asseprim (Associazione professionale servizi alle imprese) svolge, è emerso – per il 2008 – un quadro delle attività associative più gradite ed apprezzate dalle imprese che operano nei sette settori in cui è suddivisa l'Associazione. La ricerca che Asseprim ha condotto, con la collaborazione di Iri-Infoscan, su un campione significativo di associati, ha preso in esame dettagliatamente l'utilizzo ed il gradimento delle imprese nei confronti dei servizi erogati dall'Associazione. "Indicazioni chiare – rileva il presidente di Asseprim Umberto Bellini – che utilizziamo per meglio capire i bisogni delle aziende che si avvicinano a noi (nel 2008, rileva Asseprim, si è incrementato il numero delle imprese associate)".

Apprezzi i servizi di assistenza, le informazioni e gli aggiornamenti, i servizi di formazione (corsi e convegni), il supporto nella gestione di tematiche sindacali

(assistenza per l'apprendistato professionalizzante e l'applicazione del contratto del terziario). Apprezzamento anche per i convegni che Asseprim promuove: "Tra questi – ricorda Bellini – 'Il Galateo dell'Azienda', con la partecipazione di Andrea Brambilla (in arte Zuzzurro), 'Da capo a leader: storia di un'avventura possibile' con Luciano Ziarelli, Email Power e tanti altri". L'indagine di customer satisfaction ha poi voluto indagare, per il

all'esterno. Emerge – rileva l'Associazione – un positivo giudizio di affidabilità e serietà. "Siamo orgogliosi di questo risultato, ma possia-



Umberto Bellini,
presidente Asseprim

E c'è il business game "Virtual talent"

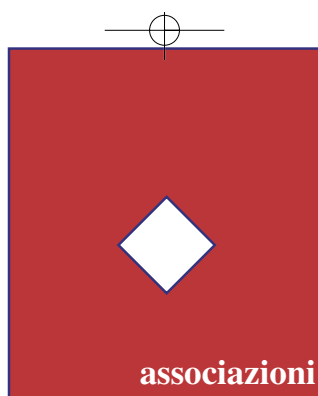
L'attività 2009 dei convegni Asseprim si è avviata con un'analisi delle novità contenute nella legge finanziaria e in questi giorni (il 17) viene presentata la ricerca "I giovani e il mondo del lavoro" con la premiazione della prima edizione di "Virtual talent", il business game di Asseprim con Luciano Ziarelli relatore di "Intelligenza emotiva nella formazione"



secondo anno consecutivo, quale immagine di sé l'Associazione trasmette

mo e dobbiamo ancora porci l'obiettivo di migliorare, puntando – conclude Bellini – ad una sempre maggiore dinamicità che sia in linea con le caratteristiche dei nostri associati dei servizi".

Unioneinforma
febbraio 2009



*Associazione italiana commercio chimico:
completate le cariche sociali*

AsslCC: la nuova Giunta

Il Consiglio direttivo di AsslCC, l'Associazione italiana commercio chimico, ha eletto la nuova Giunta in carica per il quadriennio 2009-2012. Dopo la conferma alla presidenza di AsslCC di Giorgio Bonetti (Attilio Carmagnani), è stato nominato vicepresidente Marco Coldani (Chimedi Marketing Services). Completano la Giunta AsslCC Alessandro

Clerici (Azelis Italia), Mauro Di Vito (Warwick Massa), Matteo Fabiani (Spica), Giuseppe Laieta (Worlée Italia), Enea Marchesi (Gamma Chimica), Savina Viano (Carisma). Come

Tattoli
assi-



Giorgio Bonetti,
presidente AsslCC



Marco Coldani
è il vicepresidente

osservatori
sono stati
nominati
Daniela
Fermo (L.C.M. Trading) e
Antonio Schilling. Giuseppe

ste il presidente Bonetti per
le tematiche sindacali e
fiscali mentre Sergio
Benedetti è coordinatore
del programma AsslCC di
Responsible Care.



Maurizio Arosio, presidente
dell'Associazione macellai di Milano

L'assemblea dell'Associazione macellai di Milano, come in altre occasioni, è stata un momento di confronto tra le varie componenti pubbli-

Macellai: assemblea "in rosa"

che e private della filiera delle carni. Nell'ultima assemblea l'Associazione macellai si è confrontata con Coldiretti, ha avuto fra gli ospiti (presente il segretario generale Unione Gianroberto Costa) il presidente di Fida (e del Sindacato dettaglianti ortofrutta Unione) Dino Abbascià, il presidente del Gruppo Ter-

ziario Donna Unione Maria Antonia Rossini e il presidente di Sogemi Roberto Predolin. Tema dell'appuntamento assembleare il delicato rapporto tra la filiera e il prezzo del prodotto. Al termine dei lavori sono state premiate le "macellerie dal cuore rosa": oltre 120 donne per la loro professionalità e dedizione nel lavoro.

... in breve ...

CON ASCOMODAMILANO RESTAURO DI DUE CANDE-

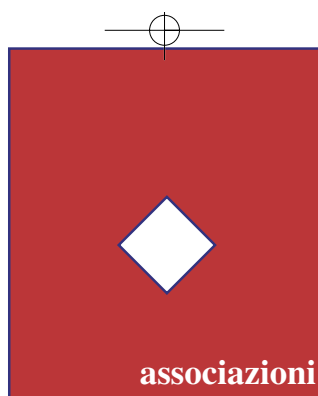
LABRI del Santuario "Santa Maria della Sanità" in via Durini a Milano: è l'impegno che aveva preso l'Associazione con il parroco monsignor Angelo Magni in occasione della messa prenatalizia per gli associati ed i loro familiari. Un impegno mantenuto: i candelabri restaurati

sono stati esposti il 2 in occasione della "Festa della Candelora"



PRIMO CONVEGNO DI ASSOTEMPORARY: si intitola "Temporary shop: fra comunicazione e commercio" ed è in programma il 1° marzo a Milano, presso l'Università Iulm (via Carlo Bo 1, aula 401 - dalle ore 14)

Unioneinforma
febbraio 2009



Importatori e produttori di elettronica civile

Andec: no ad allarmismi sulle tv al plasma

Possibile messa al bando dei tv al plasma per consumo eccessivo? Dopo le notizie diffuse dai mass media Andec, l'Associazione nazionale importatori e produttori di elettronica civile, invita all'equilibrio. In particolare, osserva l'Associazione, le dinamiche di consumo dei televisori al plasma sono del tutto diverse e molto difficilmente comparabili con quelle dei tv lcd o a tubo catodico e ogni confronto è fuorviante. La tecnologia - spiega Andec - si evolve con estrema rapidità e l'industria sta sviluppando,

anche per questa tipologia di prodotto, soluzioni in grado di abbattere sempre di più i consumi energetici, tanto che già oggi i migliori tv al plasma consumano un terzo in meno rispetto alla media degli apparecchi attualmente presenti sul mercato. Questa tendenza è stata ampiamente confermata dalle tecnologie presentate al Consumer



Maurizio Iorio, presidente Andec

Electronics Show di Las Vegas ed ha incontrato apprezzamento da parte di operatori, stampa ed anche organizzazioni ambientaliste. Secondo il presidente di Andec Maurizio Iorio, quindi, "non ci sono ragioni plausibili per demonizzare questa tecnologia".

Incontri di cultura cinofila promossi da Acad
(Associazione commercianti animali domestici e toelettatori)

"Il cane buon cittadino"

E' il titolo del ciclo di incontri di cultura cinofila promossi presso il Capac Politecnico del Commercio di viale Murillo 17 da Acad, l'Associazione dei commercianti di animali domestici e toelettatori. Sono sei incontri, uno alla settimana, (si svolgono dalle 20 alle 22), rivolti ai proprietari e, in genere, agli appassionati dei cani. La quota di iscrizione del

corso è di 100 euro (+iva). Gli incontri sono a cura di Aldo La Spina (comportamentista di animali), Tiziana Gori e Danilo Bianchi, docente responsabile della Scuola professionale di toelettatura di Acad.

Ecco gli appuntamenti

- L'uomo e il cane: una storia millenaria
- La comunicazione e l'interazione applicata uomo-cane
- Welfare e cura del cane: prevenzione e consigli pratici
- "A ciascuno il suo": tipologie di razza e modelli comportamentali a confronto
- Igiene e bellezza del cane: "dal brutto anatroccolo al best in show"
- Cane-problema o problema per il cane

Per informazioni su date e iscrizioni telefonare alla segreteria Acad: 027750216-248



Aperte le iscrizioni:
contattare l'Associazione

Scuola fioristi: il corso di base 2009

Sono aperte le iscrizioni al corso di base 2009 della Scuola professionale dell'Associazione fioristi milanesi. Il corso di base è riservato a tutti i fioristi, familiari e collaboratori, che intendono migliorare il loro grado di conoscenza delle tecniche floreali. Il corso prende avvio ai primi di marzo per proseguire fino a settembre (luglio e agosto esclusi). Sede del corso è il Capac Politecnico del Commercio (viale Murillo 17). Per informazioni contattare la segreteria dell'Associazione fioristi: 027750216-248.

Unioneinforma
febbraio 2009



associazioni

Con 50&Più Fenacom in Unione un premio agli anziani del commercio

Il 23 è in programma a Milano in Unione (sala Orlando) la premiazione dei Maestri del commercio 50&Più Fenacom. E' prevista la partecipazione del presidente di Unione e Confcommercio Carlo Sangalli e saranno presenti i presidenti di 50&Più Fenacom delle province lombarde. I premiati saranno poi ospiti di 50&Più Fenacom al successivo pranzo al Circolo del Commercio (Palazzo Bovara).

L'onorificenza di Maestro del commercio viene assegnata a chi ha svolto attività imprenditoriale per almeno 25 anni

(ed è socio di 50&Più Fenacom). Vengono consegnati un diploma e un distintivo "Aquila d'argento" con 25 anni d'attività, "Aquila d'oro" con 40 anni ed "Aquila di diamante" con 50 anni.

B.B.

50&Più[®]
Fenacom

Aquile di diamante

Caterina Bellino
Gianluigi Della Grisa
Paolina Gatta
Enrico Gaslini
Franco Girotti
Luigi Luini
Rita Maggiolini
Bartolomeo Magnifico
Antonio Montanara
Pietro Montanara
Bruna Morini
Alice Oriani

Auguri (90 anni a gennaio) a Giorgio Re, presidente 50&Più Fenacom



Aquile d'oro

Cesarino Andreoni
Luigi Arnaboldi
Maria Luigia Benaglia
Erminio Brusamolino
Francesco Busisi
Natale Pietro Calcaterra
Lino Caserini
Germano Ceccato
Luigia Colombo
Agostino Franco Como
Pier Secondo Cozzi
Attilio Ferrario
Caterina Foschetti

Delfina Gironi
Antonio Grimoldi
Cesare Gualdoni
Bruno Imprenti
Ezio Carlo Isella
Natale Lauro
Giacomo Longhi
Eder Lorenzi
Anna Magatti
Giuseppe Mariani
Graziella Mariani
Vittore Mariani
Elsa Michetti
Giuseppe Motta

Gigi Monforti
Dante Giorgio Monteverdi
Romilda Oggioni
Giampiero Preattoni
Carmela Predari
Ludovina Renner
Giovanni Sciarretta
Renato Terrini
Giulio Tizzoni
Maria Valenti
Camilla Valzura
Mario Vavassori

Aquile d'argento

Pierina Arrigoni
Luigino Berto
Renato Borghetti
Stefano Carabelli
Fortunato Castioni
Lucia Cesarato
Primo Ceserani
Gianbattista Colombo
Giuseppe Di Girolamo
Santi Di Pasquale
Maria Luisa Dirotti
Rino Gabriele Farina
Gilberto Gessaghi
Giovanni La Macchia

Amalia Longhi
Roberto Papelli
Paolo Pizzarelli
Carlo Giuseppe Maggioni
Ernesta Mantegazza
Angelo Marforio
Clementina Mariani
Raffaele Menalli
Maria Miracca
Renato Mombelli
Emilio Piantoni
Savina Maria Tajetta
Giuseppe Zucchi

segnaliamo che...

Onorificenza del Comune di Barlassina (per essersi distinto, come cittadino benemerito, nella sua attività imprenditoriale) a Ilario Galimberti (il figlio, Paolo Galimberti, è presidente dei giovani imprenditori Confcommercio n.d.r.). L'avventura di Ilario Galimberti comincia nel 1968 (quando apre un grande negozio di elettrodomestici e quasi contestualmente avvia anche l'attività di ingros-

Ilario Galimberti è "benemerito" di Barlassina

so) ed arriva con Euronics ai nostri giorni con la continuità familiare di un Gruppo che annovera quasi 700 collaboratori ed un giro d'affari, nell'ultimo triennio, di 370 milioni di euro. Un Gruppo che continua ad espandersi: in tre mesi è prevista l'apertura di quattro nuovi punti vendita. Una curiosità: si deve a Ilario Galimberti, agli

inizi degli anni 70, l'intuizione del frigorifero da incasso (da qui nacque un nuovo mercato in cui le aziende produttrici decisero di investire per realizzare specifici elettrodomestici adatti ad essere inseriti nei mobili).


Unioneinforma

febbraio 2009


 associazioni

Agenti e rappresentanti di commercio: molto critico il presidente di Fnaarc Adalberto Corsi

Carnet Ecopass non utilizzati: a Milano finale con beffa

Carnet Ecopass: un finale con beffa che non ci piace": è critico Adalberto Corsi, presidente milanese e nazionale di Fnaarc, la Federazione degli agenti e rappresentanti di commercio (e vicepresidente vicario dell'Unione di Milano). "Gli agenti e rappresentanti di commercio hanno nell'auto uno strumento di lavoro: diversi nostri operatori sono stati penalizzati per l'acquisto, nel 2008, di carnet per l'accesso multiplo alla zona Ecopass: carnet non utilizzati per intero entro il 31 dicembre. Il Comune di Milano - spiega Corsi - ha stabilito che i carnet acquistati prima del 1° ottobre 2008 non sono più utilizzabili, e quindi definitivamente perduti, mentre quelli acquistati dal 1° ottobre al 31 dicembre possono sì essere utilizzati, ma solo in parte e oltretutto a tariffa ordinaria, almeno il doppio di quella con la quale i carnet erano stati acquistati". Per gli agenti di commercio fra i temi d'attualità anche quello fiscale: dall'Irap agli studi di settore. "Supportati da Fnaarc - prosegue Corsi - gli

Studi di settore e agenti "non congrui". Fnaarc: ci sono fondati motivi che giustificano il mancato adeguamento

agenti di commercio hanno da tempo iniziato un contenzioso tributario per ottenere la restituzione dell'Irap pagata. Questo contenzioso interessa una larghissima parte della nostra categoria: vi sono, infatti, sentenze della Cassazione e delle Commissioni tributarie provinciali e regionali che ammettono il rimborso per quanti - titolari di partita Iva, e quindi anche gli agenti di commercio - operano senza utilizzare una 'autonomia organizzazione', vale a dire servendosi solamente dei beni assolutamente necessari per lo svolgimento dell'attività.



Nel caso degli agenti di commercio, questo vuol dire utilizzare solo l'autovettura, la telefonia ed il computer. "Gli studi di settore dovrebbero essere la 'fotografia fiscale' delle diverse attività economiche, ma nel caso degli agenti di commercio - rileva il presi-

dente Fnaarc - sono divenuti soltanto un puro strumento di accertamento automatico. Avviene infatti che gli agenti di commercio 'non congrui' (cioè con ricavi dichiarati inferiori a quelli determinati applicando gli studi di settore) ricevano da parte dell'Agenzia delle Entrate un avviso di accertamento. Quando si illustra all'Agenzia il perché della non congruità, le motivazioni degli agenti - il periodo di malattia, la perdita di un mandato, la fase di inizio o cessazione di rapporto con le case mandanti ed altro - non vengono accettate dall'Agenzia delle Entrate

che, al più, si limita a proporre uno 'sconto'. Noi riteniamo che tutto ciò non abbia fondamento: se vi sono fondati motivi che giustificano il mancato adeguamento, l'Agenzia deve semplicemente

annullare la richiesta di adeguamento stessa. Per riconoscere la specificità degli agenti di commercio Fnaarc ha dovuto più volte affrontare, come del resto con l'Ilor, un contenzioso: oggi come allora quasi sempre ci è stata data ragione".



Adalberto Corsi



imprese e lavoro

LA VALUTAZIONE DEI RISCHI:

Risk assessment



o Risk discovering?



Le drammatiche vicende degli ultimi anni hanno riportato all'attenzione di tutti gli imprenditori il grave problema degli infortuni sul lavoro (purtroppo, in qualche caso, anche mortali). Il Servizio Prevenzione e Sicurezza negli Ambienti di Lavoro dell'Asl Città di Milano ha promosso nel 2008, nell'ambito del suo programma di attività, una serie di seminari in collaborazione con Unione e Promo.Ter Unione-Club della Sicurezza. Questi incontri si sono rivolti ad aziende e organizzazioni imprenditoriali interessate a discutere ed a mettere in comune modelli organizzativi e buone pratiche gestionali finalizzati alla massima riduzione possibile del fenomeno infortunistico.

Gli incontri, tenutisi presso la sede dell'Unione, hanno permesso di conoscere il modello "Sbagliando s'impara", proposto dall'Asl di Milano

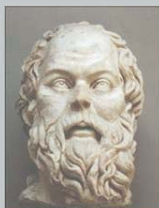
La collaborazione con l'Asl di Milano per il modello "Sbagliando s'impara"

Infortuni sul lavoro e valutazione dei rischi: più aggiornati con il Club della Sicurezza

come quadro teorico di riferimento per tutte le azioni di contrasto degli infortuni sul lavoro al fine di:

- migliorare la capacità delle aziende di monitorare la situazione infortunistica e di apportare le necessarie azioni correttive;
 - monitorare i miglioramenti apportati dalle aziende nelle loro strategie di controllo e di contrasto del fenomeno infortunistico.
- Le conoscenze condivise ed acquisite nel corso dei seminari hanno permesso un efficace aggiornamento dei

COS'E' UN INFORTUNIO E QUALI SONO GLI ELEMENTI ESSENZIALI CHE LO COSTITUISCONO



- migliorare la capacità delle aziende di valutare il rischio di infortuni sul lavoro;
- migliorare la capacità delle aziende di individuare ed attuare misure per la riduzione del rischio di infortuni;

UN ESEMPIO

Si immagini di valutare il rischio d'infortuni in un magazzino e di ipotizzare il seguente incidente: la possibile caduta di oggetti di peso fino a 15 Kg dai ripiani di una scaffalatura alta circa 3 metri.

SI TRATTA DI IDENTIFICARE:

- i fattori che possono provocare l'incidente
- i fattori che, in caso d'incidente, possono ridurre la probabilità del contatto o renderlo meno lesivo agendo a monte di esso
- i fattori che, in caso di contatto, possono renderlo meno lesivo, agendo a valle di esso.



3. VALUTAZIONE DELL'EFFICACIA DELLE MISURE DI PREVENZIONE E PROTEZIONE GIÀ IN ATTO

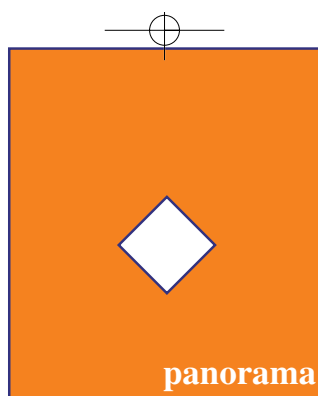
In ambito infortunistico le misure di prevenzione sono quelle che azzerano o riducono la probabilità di accadimento degli incidenti (col linguaggio di "Sbagliando s'impara": che eliminano o depotenziano i determinanti) mentre le misure di protezione si identificano coi modulatori positivi.



criteri adottati nelle valutazioni dei rischi (previste ai fini del decreto legislativo 81/08), elaborate dai consulenti per le aziende utenti dei servizi di Promo.Ter Unione - Club della Sicurezza, e di realizzare, nel rispetto dei rispettivi ruoli, sinergie sempre più efficaci con gli organi preposti alla vigilanza.

Unioneinforma

febbraio 2009



Medaglia d'oro all'amministratore Unione Simonpaolo Buongiardino, allo chef Davide Oldani e attestati di civica benemerenzia a "Pellux" ed all'Associazione amici dell'arte della carne

"Ambrogini": riconoscimenti al terziario milanese

Nelle recenti civiche benemerenzie assegnate dal Comune di Milano – i tradizionali "ambrogini" – riconoscimenti sono stati assegnati a operatori che fanno riferimento al mondo del terziario che l'Unione, e il sistema di associazioni che ad essa fa riferimento, esprime e rappresenta. Per il suo impegno e la lunga esperienza in campo associativo è stato insignito della medaglia d'oro Simonpaolo Buongiardino,

amministratore Unione e presidente di Assomobilità. Medaglia d'oro anche a Davide Oldani, giovane ed affermato chef, fra i punti di riferimento della ristorazione milanese. Inoltre, sono stati conferiti attestati di civica benemerenzia a Pellux, il negozio di pelletteria di Maurizio Dio Rienzo, vicepresidente di Ascomodamilano e all'Associazione amici dell'arte della carne per il costante impegno nel valorizzare il



Premiazione degli "Ambrogini": da sinistra Simonpaolo Buongiardino, amministratore Unione e presidente Assomobilità, il presidente del Consiglio comunale Manfredi Palmeri e il sindaco di Milano Letizia Moratti

patrimonio di tradizione dei macellai milanesi.



SINCERT
SISTEMA INTEGRATO
CERTIFICAZIONE QUALITÀ



Promo.Ter
ENTE PER LA PROMOZIONE E LO SVILUPPO
DEL COMMERCIO DEL TURISMO DEI SERVIZI
E DELLE PROFESSIONI



Unione
COMMERCIO TURISMO SERVIZI PROFESSIONI - MILANO

**LA SICUREZZA E' UN VALORE IMPORTANTE PER L'AZIENDA
ED I SUOI COLLABORATORI
..... NOI VI AIUTIAMO A NON DIMENTICARLO MAI !**

CLUB DELLA SICUREZZA

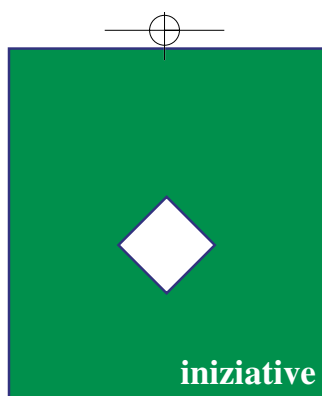
DIVISIONE SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO (D.Lgs. 81/08 Testo Unico) Tel. 02-76.02.80.42/15 club.626@unione.milano.it	DIVISIONE IGIENE DEGLI ALIMENTI (H.A.C.C.P. D.Lgs 193/07) Tel. 02-7750.590/591 club.haccp@unione.milano.it	DIVISIONE PRIVACY (Trattamento dati D.Lgs. 196/03) Tel. 02-76.02.80.42/15 club.privacy@unione.milano.it
---	--	---

CLUB SERVIZI INNOVATIVI

DIVISIONE QUALITA' (Sistemi gestione qualità aziendali) Tel. 02-76.02.80.42/15 club.qualita@unione.milano.it	DIVISIONE ENERGIA & AMBIENTE (Risparmio Energetico- Servizi Ambientali) Tel. 02-76.02.80.42/15 club.energia@unione.milano.it	SERVIZI PER BASILEA 2 Tel. 02-76.02.80.42/15 club.basilea2@unione.milano.it
--	--	---

I nostri uffici: Via Marina, 10 - 20121 Milano - Fax 02-76.01.76.77

Unioneinforma
febbraio 2009



Il 2009 di...

sapere®

IL SAPORE DEL SAPERE

incontri di gusto a milano e dintorni



27 marzo

"I rimedi vengono da Madre Natura. Come curare e disintossicare il nostro organismo"

Palazzo Castiglioni (sede Unione), corso Venezia 49. Dalle 14 alle 18.30.

16 ottobre

"Medicina naturale a difesa dell'Uomo V. Naturopatia ed erboristeria"

Palazzo Castiglioni (sede Unione), corso Venezia 49. Dalle 14 alle 18.30.

Con una serie di appuntamenti il venerdì pomeriggio che hanno come tema di fondo il

benessere e la salute, prosegue anche nel 2009 il progetto di "Sapere Il Sapore del Sapere" (Ideato da Rossella De Focatiis ed organizzato da Erredieffe): sino a fine novembre sono in programma cinque convegni (partecipazione libera, ma con prenotazione ai numeri 0266114397 o 0266115408 oppure e

mail info@saporedelsapere.it). Due di essi si svolgono a Palazzo Castiglioni presso la sede dell'Unione di Milano, in corso Venezia 49.

17 aprile

"Ogm: a favore o contro?"

Palazzo Turati (sede della Camera di commercio di Milano), via Meravigli 9/b. Dalle 14 alle 18.30.

27 novembre

"Alimentazione e PNEI: relazioni tra psiche, cervello e corpo"

Palazzo Turati (sede della Camera di commercio di Milano), via Meravigli 9/b. Dalle 14 alle 18.30.

25 settembre

"Alimentazione e obesità: il cuore e il controllo metabolico del peso"

Palazzo Turati (sede della Camera di commercio di Milano), via Meravigli 9/b. Dalle 14 alle 18.30.

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

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

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

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

Unioneinforma
febbraio 2009

iniziative

“La Coloniale” di corso Genova sede della “Compagnia teatrale meneghina”

Teatro dialettale milanese? Se ne discute in enoteca

Presente in diverse zone di Milano da più di quarant'anni, “La Coloniale” di Danilo Pogliani, consigliere di Assofood Milano, è fra i punti di riferimento dei cultori del vino e degli appassionati di enogastronomia. Nell'enoteca di corso Genova 19, a settembre del 2008 si contavano, ad esempio, più di 1900 etichette. E gli happy hour sono speciali perché ogni sera, dalle 18 alle 20, ci si dà appuntamento per discutere di teatro. Da circa un anno, infatti, “La Coloniale” è diventata anche la sede della “Compagnia Teatrale Meneghina”, la più antica delle compagnie dialettali ancora esistenti, fondata nel 1924. L'idea è nata grazie



alla grande amicizia tra Danilo Pogliani e i componenti della compagnia teatrale. E' da



alla cultura teatrale tipica meneghina. La compagnia teatrale, il cui direttore artistico è Gianni Ferri, è impegnata (proprio in questi giorni nel momento in cui si scrive) in uno spettacolo - a Ronco Brigantino, presso il cineteatro Pio XII - intitolato “La par ona storia”; una



Danilo Pogliani titolare de “La Coloniale” (e consigliere di Assofood Milano)



questo legame che la tradizione e la cultura del “bere bene” si affiancano

commedia ambientata nei primi anni '50, durante la ricostruzione della Milano industriale e commerciale in cui si consolida una storia stravagante, in bilico tra il serio e il comico.

M.D.

fiere expo cts

Una "strada" dello stile per MilanoVendeModa

L'imminente edizione di MilanoVendeModa, salone del prêt-à-porter femminile organizzato da Fiera Milano Expo-cts e in programma a Fieramilanocity dal 27 febbraio al 2 marzo si svolge per la prima volta all'interno di un unico calendario di soli quindici giorni che comprende tutte le manifestazioni del sistema moda presenti sul territorio lombardo.

MilanoVendeModa prosegue quel percorso di cambiamento già avviato a settembre: si resta sempre nel cuore della città, ma per la prima volta la manifestazione si svolge al Portello (pad. 3, accesso da Porta Colleoni); in prossimità dell'ingresso di Milano Moda Donna.

E' stata imboccata la direzione di fare sistema con le altre rassegne. Nell'arco di 15 giorni il capoluogo lombardo ospita MilanoVendeModa, Milano Moda Donna, Micam, Mipel, Mifur e Mido. Un grande vantaggio - rilevano gli organizzatori - per gli operatori, che hanno la possibilità di vedere in anteprima - e praticamente in contemporanea - il meglio delle proposte internazionali.

Completamente rinnovato anche il layout contenutistico con due sole

Dal 27 febbraio al 2 marzo. Cambiano format espositivo e location

macroaree, Place du Charme e la glamour Trend Square in cui confluiscono le sezioni LT,

Accessories, Trend, Luxury e PluSize.

Più omogenea l'esposizione, pur nel rispetto delle varie tipologie merceologiche; più lineare e agevole il percorso di visita per i buyer, che avranno la possibilità di dedicare maggior tempo alla visita negli stand e all'approfondimento delle collezioni.

Confermata la sezione "The Street", "zona" della nuova città dedicata agli emergenti che per la prima volta presentano collezioni in Italia. Tra gli stilisti che saranno presenti all'edizione di febbraio figura anche il giapponese Kito Jun-ko, che partecipa alla manifestazione grazie al programma di scambio messo in atto con la fiera Terroir di Tokyo.

Questa "strada" collegherà i due fulcri della manifestazione come farebbe il corso principale in un'immaginaria città della moda e l'ingresso dall'alto da Porta Colleoni offrirà



agli operatori in visita il vantaggio di avere un'eccellente visione d'insieme prima di iniziare a passeggiare per le "vie cittadine".

Anche l'allestimento segue ovviamente il cambio di look: il tutto viene giocato sull'abbinamento dei colori bianco e nero che, attraverso l'alternanza dei contrasti, ricrea una scacchiera illuminata da giochi di luce studiati ad hoc per esaltarne il carattere scenografico.

Un primo assaggio del restyling della manifestazione si può già provare visitando il sito www.milanovendemoda.it rinnovato nei contenuti e nell'aspetto che richiama la biografia del nuovo allestimento della manifestazione.

La rassegna prevede le giornate dedicate alle sfilate,

momento tipico di qualsiasi evento di moda, ambientato nel contesto più appropriato in un'apposita sala, con scenografia e colonna sonora, per dare maggior rilievo alle singole collezioni degli espositori.



Unioneinforma

febbraio 2009

AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE



Promo.Ter ^{Unione}
Servizio
Paghe SERVIZIO DI ASSISTENZA
PER L'AMMINISTRAZIONE
DEL PERSONALE

Promo.Ter offre un servizio **“chiavi in mano”**:

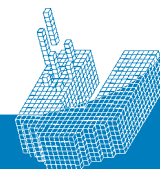
- assistenza per la corretta predisposizione e la completa elaborazione dei dati delle retribuzioni, dei compensi e dei relativi oneri sociali;
- assistenza e consulenza, attraverso l'**UNIONE DEL COMMERCIO DEL TURISMO DEI SERVIZI E DELLE PROFESSIONI DELLA PROVINCIA DI MILANO**, per la costituzione, lo svolgimento e la cessazione dei rapporti di lavoro;
- assistenza nei rapporti con gli Enti: INPS, INAIL, ESATRI, DIREZIONE PROVINCIALE DEL LAVORO, CENTRI PER L'IMPIEGO.

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

SALARI E STIPENDI
COMPENSI COLLABORATORI COORDINATI E CONTINUATIVI
TABULATI VARI 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)

Per ulteriori informazioni:

Promo.Ter - SERVIZIO AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE
Via Marina P.T. - 20121 Milano - Tel. 02/7750.298-300-214-252-299-301 - Fax 02/7750461
e-mail: libri.paga@unione.milano.it





ENTE MUTUO **LA TUA ASSISTENZA SANITARIA DEDICATA**

Ente Mutuo, per le sue caratteristiche, è la soluzione ottimale per tutti gli operatori del Commercio, Turismo, Servizi e Professioni regolarmente iscritti all'**UNIONE**, che desiderano accedere ad un'assistenza sanitaria integrativa e/o sostitutiva.

Ente Mutuo è

- *Esclusivo*
- *Affidabile*
- *Su misura*
- *Presenta vantaggi fiscali*

Prestazioni sanitarie erogate presso strutture altamente qualificate e di primaria importanza in Milano e Provincia:

- **ASSISTENZA OSPEDALIERA**
- **ASSISTENZA SPECIALISTICA AMBULATORIALE**
- **ALTRI CONTRIBUTI**

CHIAMACI.....!!

***E' a tua disposizione l'Ufficio Relazioni Esterne ai numeri
02 7750.359/474/405***

Corso Venezia, 49 – 20121 Milano
informazioni@entemutuomilano.it - www.entemutuomilano.it

Ente Mutuo, si preoccupa della tua salute da oltre 50 anni