



# informa Unione

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

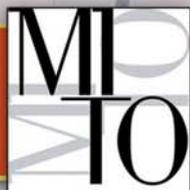
**Milano: da 1000 a 5000 euro  
per i negozi aperti in agosto**



**Incentivi del Comune per chi apre due settimane consecutive**  
PAG. 2



**Pmi e accesso al credito:  
in Unione il Roadshow Confcommercio  
Alle banche chiesto un "cambio di passo"**



**Torna a Milano il concorso vetrine  
con MITO 2009  
(Festival internazionale della musica)**





## **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:

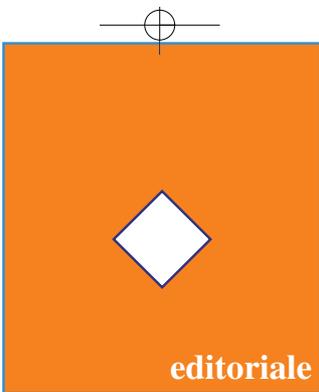
- **ASSISTENZA OSPEDALIERA**
- **ASSISTENZA SPECIALISTICA AMBULATORIALE**
- **ALTRI CONTRIBUTI**

**CHIAMACI.....!!**

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

Corso Venezia, 49 – 20121 Milano  
informazioni@entemuomilano.it - [www.entemuomilano.it](http://www.entemuomilano.it)

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



**ATTUALITA'** **2**  
 CON IL COMUNE  
 DA 1.000 A 5.000 EURO  
 PER I NEGOZI APERTI  
 AD AGOSTO DUE SETTIMANE  
 CONSECUTIVE

**Unioneinforma** è stato ultimato  
 il 6 giugno.

**Il ricordo di Francesco Colucci**



*Cordoglio del presidente Sangalli e dell'Unione ai familiari per la scomparsa di Francesco Colucci, già presidente dell'Unione di Milano (dal 1986 al 1995) e di Confcommercio (succedendo a Giuseppe Orlando). Colucci era nato a Cerignola (Foggia) nel 1923: ha svolto un'intensa attività per lo sviluppo del commercio e del turismo, in particolare per l'espansione degli scambi internazionali. Direttore dei servizi economici della Confederazione Generale Italiana del Commercio e del Turismo dal 1955 al 1963 ha fatto parte, in questo periodo, di commissioni e comitati per l'importazione e l'esportazione (presso il Ministero del commercio con l'estero e l'Istituto nazionale del commercio con l'estero). Colucci è stato segretario generale dell'Unione di Milano, dell'Unione regionale lombarda e presidente di Expo, l'ente delle manifestazioni fieristiche nel commercio e nel turismo (come Bit). Francesco Colucci è stato insignito dell'onorificenza di Grand'ufficiale dell'Ordine al merito della Repubblica Italiana e di una medaglia d'oro dal Comune di Milano.*

**Il commercio  
 "racconta" Milano**  
 al centro del giornale

**Expo 2015: occasione  
 per Milano  
 di un nuovo Rinascimento**

Con Expo 2015 mi viene in mente la parola: "vie". Le vie che Expo permette di aprire da e per Milano. Le vie, le strade, che le istituzioni devono percorrere per non perdere questa grande occasione. Vie, una parola di tre lettere, dove "V" sta per "visione". Per Expo 2015 occorre infatti la capacità, da parte delle istituzioni, di aver lo sguardo lungo, di immaginare la città di domani e di tradurre questa visione in interventi concreti.

Perché l'Expo non è solo l'esposizione temporanea, è un'occasione preziosa per un investimento di sviluppo nel lungo periodo. Nel secolo scorso le città creavano strutture fisiche come simbolo delle loro Esposizioni universali, come la Torre Eiffel a Parigi o la Fiera del 1906 a Milano.

Noi a questa Expo dobbiamo chiedere qualcosa in più: far vivere un nuovo Rinascimento a Milano.

Tante opere, molti progetti, ma un unico vero simbolo che è la città stessa, la città delle eccellenze e dei talenti. Una città che rappresenti un nuovo modello di sviluppo a 360 gradi. Dove economia, solidarietà, vivibilità e coesione sociale possano trovare il luogo per la crescita comune.

E' questo il tema dello sviluppo equilibrato, sollevato dal Cardinale Tettamanzi in un recente, acuto, intervento. Ed ha ragione Tettamanzi quando dice che l'Expo è la preziosa occasione "per fare sistema, dare piena espressione alle proprie potenzialità". Dobbiamo infatti lavorare insieme per creare i ponti nell'arcipelago delle eccellenze milanesi.

E contro il pericolo di "assenza di visione" lamentato dal nostro Cardinale, Expo ci offre, quindi, una scadenza a cui guardare nel medio periodo e un punto di partenza per il lungo periodo. Expo è dunque un'occasione unica, che non va sprecata. In primo luogo per le nostre imprese.

E la "i" di "vie" sta appunto per "imprese".

Le imprese si aspettano che Expo diventi un moltiplicatore di sviluppo e perciò chiedono informazione, coinvolgimento e supporto. Tutti, istituzioni e imprese, abbiamo vinto l'Expo su un progetto forte, su un'immagine della città già vincente, attiva, piena di eccellenze. Una capitale economica capace di proiettarsi nel mondo. Ecco perché, infine, la "e" delle "vie" di Expo, che significa "estero". Expo in fondo è un contenitore di tanti progetti di sviluppo per il mondo. Ed è un'occasione importante per l'Italia intera, grazie agli accordi di cooperazione siglati con altre città italiane e ai collegamenti dell'Alta velocità.

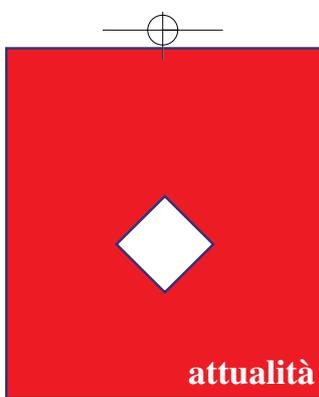
E' un'opportunità unica di attrarre sul nostro territorio non solo grande attenzione, ma anche importanti flussi di investimenti e persone.



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

**Unioneinforma**  
 giugno 2009





**Giovanni Terzi, assessore alle Attività produttive del Comune di Milano**



*Iniziativa del Comune illustrata in Unione dall'assessore alle Attività produttive Giovanni Terzi*

## Milano: fino a 5.000 euro per i negozi aperti in agosto per due settimane consecutive

**S**ubito (ma è un primo intervento) un milione di euro per gli esercizi commerciali milanesi che restano aperti per alme-

no due settimane consecutive in agosto. Lo ha deliberato la Giunta comunale milanese - verrà emesso un apposito bando - e in Unione l'assessore alle Attività produttive di Palazzo Marino Giovanni Terzi, ha incontrato operatori e rappresentanti delle associazioni di via e di categoria per illustrare il provvedimento.

**RICORDATI: BISOGNA ISCRIVERSI ENTRO LA FINE DI GIUGNO CONTATTA LA TUA ASSOCIAZIONE**

### Quanti soldi e per che cosa?

Per "Milano aperta ad agosto" 2009 sono previsti due tipi d'incentivo:

#### **5.000 euro**

Le imprese commerciali della periferia che rientrano nei quartieri e nelle vie indicate dalla legge 266 del 1997 rice-



cono

– con un investimento minimo di 10.000 euro per una gamma molto vasta di piccole opere di miglioria e manutenzione del punto vendita – un contributo di 5.000 euro (non superiore a questa cifra anche nel caso di investimenti con importi superiori ai 10.000 euro): metà a fondo perduto e metà da restituire in 24 mesi

a un interesse simbolico (0,5%);

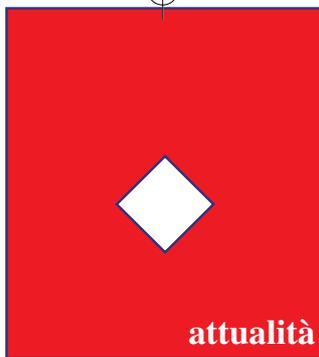
#### **1.000 euro**

Le imprese commerciali del centro città e della periferia semi-centrale possono ottenere – sempre per svariati interventi di manutenzione e miglioria del negozio - un voucher di 1.000 euro a fondo perduto. L'impiego di questi soldi va rendicontato entro 24 mesi.



### Cosa bisogna fare per ottenere i soldi?

*Bisogna, entro la fine di questo mese di giugno, iscriversi comunicandolo al Comune (attraverso l'Unione e il sistema associativo). L'iscrizione entro fine giugno (per punto vendita) è necessaria per essere inseriti nella guida sulla Milano d'agosto che il Comune spedisce a casa dei milanesi. Chi si iscrive e resterà aperto per due settimane consecutive in agosto potrà, poi, a settembre-ottobre, ottenere con rapidità e con una procedura molto semplificata, il contributo. Deciderà il commerciante quando spendere i soldi la cui quota parte di restituzione (per le imprese più periferiche che accedono alle provvidenze della legge 266) e rendicontazione, dovrà avvenire in 24 mesi.*



## A Milano, con i Giovani imprenditori, l'ottava tappa del Roadshow Confcommercio su "Credito e Pmi"

Una grande partecipazione ha contraddistinto, il 22 maggio in Unione, l'ottava tappa del Roadshow di Confcommercio dedicata a "Credito e Pmi". Alla manifestazione, che ripercorriamo in queste pagine soprattutto con le immagini, sono intervenuti - con il presidente di Confcommercio (e Unione) Carlo Sangalli - il ministro dell'Interno Roberto Maroni; il sottosegretario a Economia e Finanze Luigi Casero; il vicepresidente della Commissione bilancio della Camera Bruno Tabacchi; il presidente della Regione Lombardia Roberto Formigoni; il presidente di Abi (l'Associazione bancaria italiana) Corrado Faissola e Paolo Galimberti, presidente dei Giovani imprenditori di Confcommercio (la tappa milanese del Roadshow è stata promossa e realizzata con la collaborazione dei Giovani imprenditori della Confederazione e Galimberti ha illustrato un progetto per facilitare il dialogo fra le banche e i giovani che intendono avviare un'attività imprenditoriale). Gli interventi del Roadshow sono stati moderati da Giangiacomo Schiavi, vicedirettore del Corriere della Sera.



**In Unione il Roadshow Confcommercio su "Credito e Pmi": un momento dell'intervento del presidente Carlo Sangalli** (Le foto di queste pagine del Roadshow sono di Massimo Garriboli)



R  
o  
a  
d  
s  
h  
o  
w

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

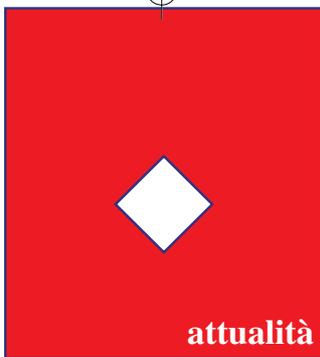
## Accesso al credito: le Pmi non devono pagare per tutti

In occasione del Roadshow svoltosi in Unione sono stati presentati i risultati di una ricerca nazionale a cura di Confcommercio e Format Ricerche di Mercato sulle

imprese e il credito (illustrata da Mariano Bella, responsabile del Centro studi di Confcommercio). Emerge,

segue a pag. 4

**Unioneinforma**  
giugno 2009



Roadshow



segue da pag. 3



giudicano soddisfacenti, ma vi è la necessità di migliorare alcune condizioni. In particolare: il tasso applicato (per il 48,5 degli imprenditori); i costi (per il 39,3%), le richieste di garanzie (per il 24,9%). Dall'indagine si rileva chiaramente il problema, emerso nel Roadshow, della maggiore difficoltà (soprattutto nel Sud Italia) di ottenere il credito dalle banche: sono sempre più numerose, infatti, le



**Luigi Casero, sottosegretario a Economia e Finanze**

scere la risposta della banca riguardo alla propria richiesta di finanziamento (dall'8,6% al 14,2%). "C'è bisogno di un

come quadro generale, una situazione, per il 53,5% degli imprenditori, di peggioramento dell'andamento economico nel primo trimestre di quest'anno con una previsione analoga, anche per il secondo trimestre, indicata dal 23,4% del campione. Per quanto riguarda i rapporti con le banche, tre imprese su quattro li



**Paolo Galimberti, presidente dei Giovani imprenditori di Confcommercio**

imprese che hanno ricevuto un ammontare inferiore a quello richiesto (dal 9,7% del quarto trimestre 2008 al 14,5% del primo trimestre 2009) e le imprese che sono ancora in attesa di ricono-



**Corrado Faissola, presidente di Abi (l'Associazione bancaria italiana)**



**Bruno Tabacci, vicepresidente della Commissione bilancio della Camera**

**Unioneinforma**  
giugno 2009



patto forte fra banche e imprese. – ha affermato il presidente di Confcommercio (e Unione) Carlo Sangalli - Non solo come risposta immediata alla crisi, ma per farsi trovare pronti quando tornerà la crescita. Al sistema bancario chiediamo di sostenere l'economia reale facendo fino in fondo la propria parte. E' innegabile che i cordoni della borsa si siano stretti per le imprese e l'accesso al credito è diventato più difficile. E' necessario recuperare il rapporto di prossimità fra banche e imprese; un rapporto che si è rivelato prezioso per lo sviluppo del territorio. Ciò vale soprattutto per le piccole e medie imprese che strutturalmente incontrano ostacoli maggiori rispetto alle imprese di più grandi dimensioni, nel diversificare le fonti di finanzia-



**Alle banche chiedo un "cambio di passo". Indagine Confcommercio-Format: cresce il numero di imprese che ricevono finanziamenti con un ammontare diverso da quello richiesto e che devono aspettare a lungo per avere una risposta**

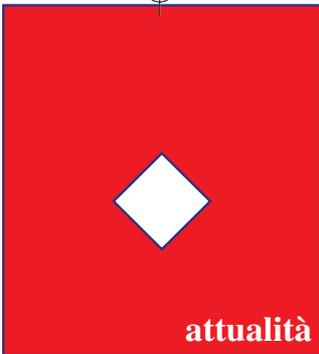
**Roberto Formigoni, presidente della Regione Lombardia**

mento esterno". La necessità di una maggiore attenzione, nell'accesso al credito, verso il sistema delle piccole e medie imprese è stata posta anche dal presidente dei Giovani imprenditori Confcommercio Paolo Galimberti. E' evidente – ha affermato – che nei confronti delle aziende di medie e piccole dimensioni vi sia un irrigidimento da parte delle banche: pur rappresentando il segmento economico più vasto e importante, ricevono infatti appena il 16% del credito erogato. Le piccole e medie imprese pagano, inoltre, per uno scoperto di conto circa il 90% in più dei costi sostenuti da aziende di grandi dimensioni. Alle banche Galimberti ha chiesto "un cambio di passo. Il miglioramento delle condizioni di



**Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio, con il ministro dell'Interno Roberto Maroni**

segue a pag. 6



Roadshow



segue da pag. 5



.....  
 accesso al credito è la condizione essenziale per garantire il superamento della crisi. Noi come Giovani imprenditori di Confcommercio abbiamo un progetto per facilitare il dialogo fra le banche e i giovani che intendano avviare un'attività imprenditoriale". Il pro-

getto ha l'obiettivo di rendere più facile l'ottenimento di un finanziamento attraverso: un business plan (predisposto in collaborazione con la società di consulenza Bain & Co.) sull'attività da avviare; una copertura fino al 70% della somma richiesta con la garanzia del sistema fidi; il trasferimento della contabilità presso l'Associazione territoriale Confcommercio di riferimento. "E' un progetto - ha concluso Galimberti - che, basandosi sulla validità ed affidabilità del piano imprenditoriale, sulla sicurezza della



**Il prefetto di Milano Gian Valerio Lombardi e il ministro dell'Interno Roberto Maroni (sono attivati presso le prefetture gli Osservatori territoriali sul credito)**



**Mariano Bella, responsabile del Centro studi di Confcommercio, ha illustrato i risultati dell'indagine della Confederazione con Format Ricerche di Mercato**

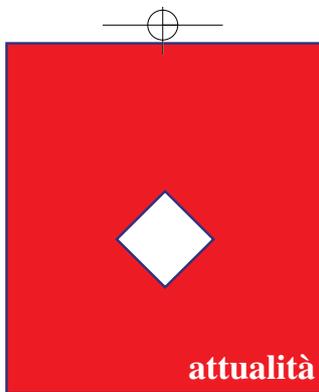


**Da destra: Giangiaco Schiavi (vicedirettore Corriere della Sera); Roberto Formigoni (presidente della Regione Lombardia) e Paolo Galimberti (presidente dei Giovani imprenditori Confcommercio)**

garanzia e sulla trasparenza nella gestione amministrativa dell'impresa, potrebbe consentire alle banche di erogare più facilmente un finanziamento favorendo così l'imprenditoria diffusa giovanile".



**In occasione del Roadshow Confcommercio a Milano su "Credito e Pmi" è stato realizzato un istant magazine poi distribuito negli esercizi commerciali**



## Unione: con Fidicomet prestiti garantiti fino al 70%

L'Unione di Milano – con Fidicomet, il Fondo di garanzia fidi ([www.fidicomet.it](http://www.fidicomet.it)) – dà alle imprese l'opportunità di accedere ad un check-up finanziario su misura ed a finanziamenti bancari a tasso agevolato garantiti fino al 70% e con durate fino a 60 mesi.

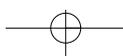
Alcuni esempi	Tasso	Esempio di finanziamento	Durata (in mesi)	Rate di rimborso mensile
Investimenti produttivi *	A partire dal 3%	50.000 euro	60	euro 898x60 + abbattimento tassi Cciaa (-2%) per 2.480 euro
Liquidità aziendale*	A partire dal 3%	25.000 euro	36	euro 730x36
Consolidamento*	A partire dal 3%	30.000 euro	60	euro 544x60

\* Tassi medi riferiti al mese di aprile 2009

Per informazioni contattare Fidicomet allo 027630021



**Unioneinforma**  
giugno 2009



**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

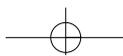
Panifici - Pasticcerie - Alimentari - Cartolerie - Abbigliamento

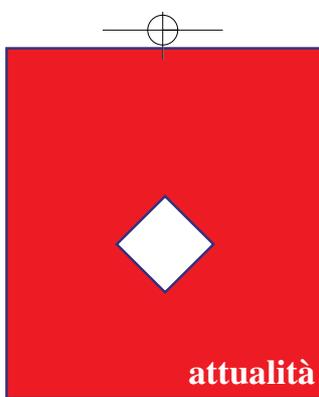
Articoli sportivi - Tabaccherie - Gelaterie - Bar - Ristoranti

## 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***





*Varato dalla Giunta, deve passare all'esame del Consiglio regionale*

## Ecco il "piano casa" lombardo

La Giunta regionale lombarda ha approvato il progetto di legge per il rilancio dell'edilizia, una norma straordinaria che deve ora passare all'esame del Consiglio regionale e che fa seguito all'intesa sul piano casa siglata tra Governo e Regioni il primo aprile in sede di conferenza Stato-Regioni.

L'insieme degli interventi potenziali è stimato dalla Regione tra i 5,8 e i 6,5 miliardi di euro, attivabili nell'arco dei prossimi 18 mesi (24 per quanto riguarda l'edilizia pubblica residenziale).

E' positiva la ricaduta stimata sull'indotto occupazionale con i nuovi interventi: 30.000 addetti per i due anni di applicazione della legge.

Sotto il profilo energetico, inoltre, il risparmio è valutabile in circa 44 milioni di euro annui. Quattro i punti cardine del provvedimento che va in deroga alla legge regionale 12 sull'urbanistica: il primo riguarda il recupero e il riutilizzo di volumetrie abbandonate o sottoutilizzate; il secondo un ampliamento fino al 20% (e comunque per non più di 300 metri cubi) del volume complessivo di edifici mono e bifamiliari o di edifici trifamiliari con volumetria non superiore a 1000 metri; il terzo la demolizione e la ricostruzione di edifici residenziali e produttivi con bonus volumetrico sino al 30% del volume preesistente, aumentabile del 35% in pre-

senza di adeguate dotazioni di verde, cioè una dotazione arborea che copra almeno il 25% del lotto; e il quarto la riqualificazione di quartieri di edilizia residenziale pubblica.

Il piano prevede anche il coinvolgimento diretto degli enti locali: i Comuni - infatti - hanno la possibilità, entro il 15 settembre, di decidere che una pic-



### E sulle novità per la casa in Unione il convegno di Fimaa Milano

Tutte le novità sulla casa: dagli immobili in edilizia economica popolare, al social housing, alle certificazioni energetiche, al piano casa. Su questi temi ha fatto il punto Fimaa Milano, il Collegio degli agenti d'affari in mediazione, in un convegno svoltosi in Unione.

Ai lavori sono intervenuti anche Gianni Verga, assessore alla Casa del Comune di Milano, e Davide Boni, assessore a Territorio e urbanistica della Regione Lombardia.

Al rogito diventa obbligatorio allegare la documentazione sulla certificazione energetica dell'unità immobiliare e Fimaa Milano ha stipulato un accordo con Qualitalia che prevede tariffe agevolate per i clienti nella compravendita. Inoltre Fimaa Milano, ha illustrato al convegno anche le novità con il Cimep (Consorzio intercomunale milanese per l'edilizia popolare) affinché l'edilizia convenzionata possa essere venduta a prezzi di libero mercato.

cola parte del loro territorio non risulti soggetta a questa legge.

La legge prevede, infine, anche la possibilità di abbattere un edificio fatiscente per

ricostruirlo: il piano permette di sostituire, con un incremento volumetrico fino al 30%, non solo gli edifici residenziali, ma anche quelli industriali e rurali.

**B.B.**

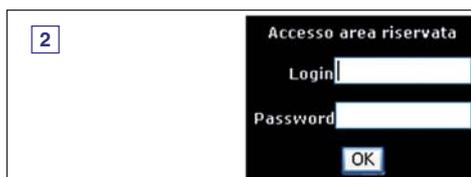
## Valore aggiunto per le imprese associate

# Sul sito Unione la rassegna stampa Istruzioni per l'uso

**P**er le imprese associate un'opportunità in più: l'accesso alla rassegna stampa attraverso il sito internet dell'Unione di Milano. La rassegna stampa Unione (realizzata con il supporto della società Selfpress) può costituire, infatti, uno strumento quotidiano utile per le imprese.

Consultare la rassegna stampa è semplice e i pochi

- 2) Appare una schermata con la richiesta di login e password: digitare, per entrambe le voci, "unione" (in minuscolo, senza virgolette)



Gli associati al sistema Unione interessati a consultare la rassegna stampa possono richiedere login e password alla propria associazione o telefonando allo 027750222

e cliccare su ok.

- 3) Si entra nell'indice della rassegna

FEDERAZIONI E ASSOCIAZIONI NAZIONALI				
<input type="checkbox"/>	Corsera	Ve 30/09/2005	10	Monza, scatta l'emergenza casa (Alloggi vuoti e presi in salb.
<input checked="" type="checkbox"/>	Corsera	Ve 30/09/2005	6	Patto Comune-privati, via al marchio Milano.
<input type="checkbox"/>	Il Giornale	Ve 30/09/2005	41	Marchio cercasi per Milano.
<input type="checkbox"/>	Il Mondo	Ve 07/10/2005	28	Giovani Confindustria. La prossima sfida Berlusconi-Casini? Nell'arena di Colaninno junior.
<input type="checkbox"/>	Il Mondo	Ve 07/10/2005	18	Giulio Secondo sotto la lente di Luca.
<input type="checkbox"/>	IlGiornoMilano	Ve 30/09/2005	4	Milano come New York. In arrivo il "marchio".
<input type="checkbox"/>	PrealpinaMilano	Ve 30/09/2005	13	Milano cerca il suo simbolo.
<input type="checkbox"/>	UnioneInforma	Ve 30/09/2005	28	Fimaa Milano: sulle nuove costruzioni tutelare il compratore ma senza "pesare" sul mercato immobiliare.
ASCOM				
<input type="checkbox"/>	IlGiornoLegnano	Ve 30/09/2005	11	L'affido cambia strada Insegnera' un mestiere.
SISTEMA CAMERALE				
<input type="checkbox"/>	Sole 24 Ore	Ve 30/09/2005	18	Unioncamere: per il caro-greggio inflazione al 2,5%.
COMMERCIO E DISTRIBUZIONE				
<input type="checkbox"/>	Sole 24 Ore	Ve 30/09/2005	21	Gnuttì apre in Puglia l'outlet della moda.

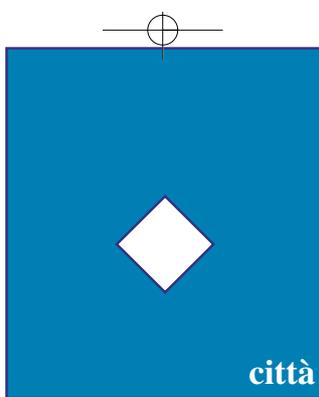
passaggi vengono spiegati in questa pagina attraverso le immagini.

- 1) Accedere al sito internet dell'Unione collegandosi alla pagina: [www.unione-milano.it/home](http://www.unione-milano.it/home). Cliccare, sulla destra (sotto: in evidenza) su: rassegna stampa.



stampa: in alto, in un apposito menu a tendina - qualora occorresse ricercare articoli di giornate precedenti - è possibile modificare la data. Nell'immagine si riporta l'esempio di un articolo selezionato. Cliccare sul titolo per accedere all'articolo.

- 4) L'articolo è visibile in formato pdf: si può stampare e salvare sul proprio pc.



*Indagine e dati della Camera di commercio presentati in occasione dell'incontro con il Corpo consolare*

## Milano vista dagli stranieri promossa con la sufficienza



La sede della Camera di commercio

**G**li stranieri promuovono Milano con la sufficienza: un 6 come voto complessivo alla città. Tra le eccellenze cultura, turismo, shopping e qualità della vita con voti intorno al 7. Senso civico, orari, prezzi e la Milano dei bambini sono invece da migliorare. E Milano diventa sempre più straniera: 25 mila gli imprenditori dall'estero, triplicati in nove anni. Primi egiziani e cinesi. Pesa la Milano internazionale anche sull'intero Paese col 12% dell'export italiano, pari a 44 miliardi. Ma anche col 41% delle multinazionali in Italia che scelgono Milano, quasi 3 mila imprese. Bene Milano per fare business. Vista dagli operatori stranieri la metropoli lombarda è al decimo posto in

Europa per localizzare un'attività economica e insegue Londra, Parigi e Francoforte ai primi tre posti. Questi dati emergono dal dossier "Milano internazionale" della Camera di commercio e da un'indagine dell'Ente camerale su trentuno interviste con opinion

**Voto complessivo: 6. Bene soprattutto cultura, turismo e shopping. E sono 25 mila gli imprenditori esteri, triplicati in un decennio. La metropoli lombarda ha il 10% dell'export e il 40% delle multinazionali italiane**

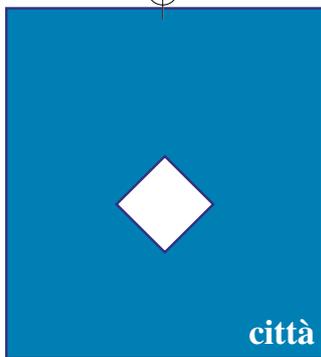


leader stranieri in occasione dell'incontro annuale con il Corpo consolare. "Milano conferma la sua vocazione di

unire e conciliare la dimensione locale e quella globale - ha dichiarato Carlo Sangalli, presidente della Camera di commercio di Milano (e dell'Unione) - Da un lato con la capacità di attrarre importanti realtà economiche internazionali. Dall'altro rafforzando

un tessuto economico e produttivo sempre più partecipato dagli stranieri che sono ormai tra i principali motori del mondo produttivo milanese. La dimensione internazionale di Milano è profonda e centrale, ma deve svilupparsi in un contesto di regole riconosciute e condivise. Oggi il futuro della città si gioca sempre più su importanti temi come Expo e Malpensa. Su questo occorre un impegno ed un coordinamento forte e condiviso delle istituzioni, del mondo delle associazioni e delle imprese".

**Unioneinforma**  
giugno 2009



*E il 5 settembre al Teatro degli Arcimboldi  
premiazione per le vetrine del concorso 2008*

## Torna il concorso per la migliore vetrina a tema musicale

Inviare la scheda  
per l'adesione



Il 5 settembre (ore 19), nel foyer del Teatro degli Arcimboldi, avrà luogo la premiazione del concorso per la migliore vetrina a tema musicale del 2008. Concorso indetto nell'ambito della collaborazione fra l'Unione del commercio e il Comune di Milano per MITO (Torino

Milano Festival Internazionale della Musica). Concorso che per la terza edizione di MITO, in programma dal 3 al 24 settembre, viene nuovamente indetto ed al quale sono invita-

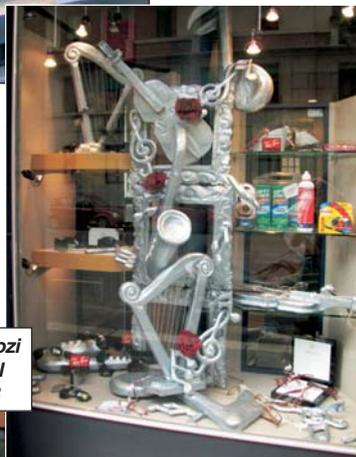
ti a partecipare tutti gli esercizi commerciali milanesi. Riportiamo la scheda di adesione alla nuova edizione del concorso vetrine a tema musicale. La scheda va compilata da

### MITO 2009

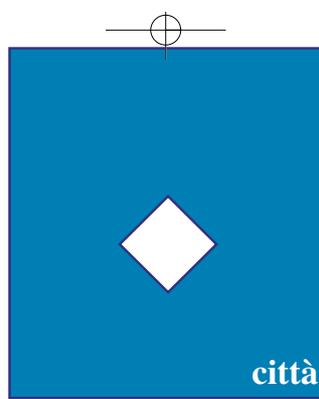
*Terza edizione quest'anno per MITO Settembre Musica, il Festival internazionale che dal 2007 unisce le città di Milano e Torino in un fitto calendario di appuntamenti musicali e culturali: dai tre ai cinque al giorno per oltre 200 eventi fra le due città con 79 location a Milano e in Lombardia. E prosegue anche quest'anno la collaborazione dell'Unione con MITO (avviata nel corso della seconda edizione del Festival). Oltre al concorso vetrine, la Galleria Vittorio Emanuele e alcune fra le maggiori vie si vestiranno con le bandiere del Festival MITO Settembre Musica, del Comune e dell'Unione. Inoltre - fra gli eventi paralleli al cartellone ufficiale - cinque concerti verranno ospitati in strade e piazze della periferia cittadina su palchi allestiti e personalizzati MITO-Unione del commercio di Milano. E negli alberghi aderenti all'iniziativa sarà possibile l'acquisto diretto dei biglietti del Festival.*



**Nelle foto vetrine di negozi che hanno partecipato al concorso per MITO 2008**



**Unioneinforma**  
giugno 2009



Modulo di adesione al concorso vetrine  
"MITO Festival Internazionale della Musica 2009"

Il sottoscritto \_\_\_\_\_

per conto dell'azienda \_\_\_\_\_

con insegna \_\_\_\_\_

con vetrina in via/piazza \_\_\_\_\_

aderisce al concorso vetrine "MITO Festival Internazionale della Musica 2009"

In fede \_\_\_\_\_

Milano \_\_\_\_\_



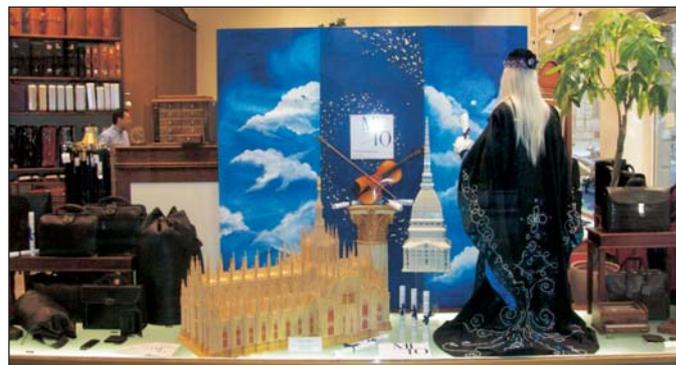
Inviare per fax allo 02-7750480

*Dichiaro di aver preso conoscenza dell'informativa comunicatami riguardo all'uso dei dati richiesti ed autorizzo il loro trattamento ai sensi del dlgs. 196/2003*

firma \_\_\_\_\_

chi è interessato a partecipare al concorso ed inviata via fax al numero indicato qui sopra. Si possono anche segnalare le adesioni - con i

dati richiesti nella scheda - all'e mail [valerio.moroni@unione.milano.it](mailto:valerio.moroni@unione.milano.it).



**Unioneinforma**  
giugno 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.

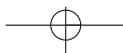
Contattaci per un preventivo gratuito.



[www.emvaonline.it](http://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

# Caffè Panzera in piazza Duca d'Aosta a Milano



Carta da lettera del «Premiato forno con pasticceria, confetteria e bottiglieria Ampelio Panzera». Quest'ultimo, nonno dei testimoni Silvana e Giancarlo, gestiva negli anni Venti del Novecento il bar-pasticceria in via Lecco

Cartoncino pubblicitario del Bar-Pasticceria di Ampelio Panzera in via Lecco (anni Venti del Novecento)



Invito all'inaugurazione del Bar-Pasticceria Panzera in Piazza Duca d'Aosta avvenuta l'anno dopo la sua apertura (ottobre 1932)



**S**ilvana Panzera Kammer e il fratello Giancarlo Panzera sono «nati» nei locali in cui parliamo. La casa dove hanno trascorso l'infanzia era dirimpetto all'ingresso del caffè, sull'altro lato di piazza Duca d'Aosta. Silvana è del 1936, Giancarlo del 1941. Lorenzo, figlio di Giancarlo e nostro terzo testimone, è del 1970.

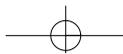
Già negli anni Venti il signor Ampelio, nonno di Silvana e Giancarlo, gestiva un locale in via Lecco - il «premiato forno con pasticceria confetteria e bottiglieria Ampelio Panzera» (servizi per nozze e battesimi) - aiutato dalla moglie Rosa e dai figli Cesarino, Fulvio e Federico. Questi

ultimi decisero, dopo la scomparsa dei genitori, di trasferire l'attività nella sede attuale (all'inizio degli anni Trenta). Nel frattempo Federico, padre dei nostri testimoni, aveva conosciuto Rosi Montini, sua futura moglie.

L'apertura del bar di piazza Duca D'Aosta è comunque molto precedente ai ricordi diretti degli intervistati: risale infatti al 1931, in concomitanza con la creazione della Stazione Centrale di Milano, la cui facciata è visibile dal locale, situato sul lato adiacente della piazza. Giancarlo, che andava a scuola al Gonzaga, rammenta che la mattina faceva colazione al bar, davanti al quale necessariamente passava. Eravamo intorno al 1950, quando il bar era gestito da due dei fratelli Panzera: Federico e Fulvio (mentre il più anziano, Cesarino, era uscito dall'attività negli anni Quaranta). Anche Silvana incontrava il bar durante il tragitto da casa alla scuola tedesca di via Boscovich; «ma la colazione la facevo a casa, altrimenti non riuscivo a svegliarmi. Come adesso, del resto!».

Una cesura significativa nella gestione del bar risale al 1953, quando i fratelli Fulvio e Federico si separarono. Il primo aveva infatti manifestato l'intenzione di proseguire l'attività senza il fratello, cogliendolo di sorpresa. Silvana, che allora era ragazza e

ormai frequentava il liceo, ricorda il confronto tra i genitori Federico e Rosi sul da farsi, e la ferma volontà della madre di tentare il possibile per non perdere il bar: «il motore della decisione di cercare finanziamenti è stata mia mamma che ci diceva che ci sarebbe costato dei sacrifici, ma che avremmo trovato i soldi». Giunse il momento di presentarsi al notaio con le offerte per rilevare il bar, e la cifra proposta da Federico si rivelò più alta di quella portata da Fulvio. I due fratelli si separarono: Fulvio aprì un bar in corso Buenos Aires, mentre Federico necessariamente coinvolse Rosi e Silvana nella gestione del Caffè Panzera. Le incombenze dell'attività di famiglia e l'esigenza di far fronte ai debiti costrinsero Silvana, a malincuore, a lasciare il liceo un anno prima della maturità, rinunciando di conseguenza all'università. Nel caffè lavoravano altri quattro o cinque dipendenti, dalle sei del mattino all'una di notte, cui





I piccoli Silvana e Giancarlo con i genitori Federico Panzera e Rosi Montini (metà anni Quaranta)



Giancarlo Panzera e Silvana Panzera Kammer (2007)



Lorenzo Panzera in occasione della premiazione per i 75 anni di attività del caffè (2007)

seguiva un'ulteriore mezz'ora di pulizie dei locali. A Silvana toccava il turno 6 – 13; poi riposo; poi dalle 19 all'una.

Questo a giorni alternati con la madre, per cui un giorno la nostra testimone seguiva quell'orario, e il seguente il pomeriggio. Il padre si occupava dell'amministrazione e degli approvvigionamenti.

A metà degli anni Cinquanta la Motta chiuse il suo esercizio di via Vittor Pisani, ma le insegne «Motta» e molti prodotti di quella casa finirono esposti nelle otto vetrine del bar Panzera: si realizzò così una forma assai precoce di franchising. L'importanza dei dolci Motta non va sottovalutata, dato che – come ricordano i nostri interlocutori – l'affermazione della grande distribuzione in Italia fu lenta; l'accostamento con un marchio forte dalla ricca gamma di prodotti contribuiva quindi a caratterizzare il bar Panzera, che d'altro canto non reclamizzava molto il cognome dei fondatori. Quindi il fatto che l'avventore di passaggio incontrasse in grande evidenza un marchio importante rendeva il locale riconoscibile («ci vediamo al caffè Motta») mentre il nome Panzera sostanzialmente non era esibito o risultava quasi invisibile.

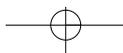
L'attività cominciò a funzionare, complice il grande transito della zona vicino alla stazione, e appena finito di pagare le cambiali Rosi decise di riammodernare i locali... ricominciando di conseguenza a far debiti, soprattutto per rinnovare le vetrine. Era uno spazio molto bello, in stile Novecento: «eravamo sulle migliori riviste di arredamento; una ragazza fece la tesi di laurea in architettura sui nostri locali».

All'inizio degli anni Sessanta entrò al caffè anche Giancarlo, subito dopo il diploma in ragioneria al Gonzaga e due esperienze professionali alla Siemens (come corrispondente commerciale) ed alla Cattaneo a vender automobili. Persino dentro al bar, Giancarlo sistemò un tavolino con l'insegna Cattaneo, contando sul grande passaggio di giornalisti garantito dalla vicinanza del Caffè Panzera al Palazzo della Stampa, dove avevano sede «La Notte», «La Patria», «L'Italia», «Il Guerin Sportivo». Entravano a bere il caffè giornalisti quali Crespi, Morabito, Nutrizio, Orsini e molti giovani redattori «che ogni sei mesi cambiavano la macchina». Ma ancora prima, Giancarlo

bambino portava nelle varie redazioni il caffè o il cappuccino, potendo disporre per questa via di visite gratuite «per vedere come si faceva il giornale».

Caffè Panzera, allora, significava bar, caffetteria, bottiglieria e pasticceria, con la visibile presenza dei prodotti Motta di cui si è detto. Il 1962 rappresenta per la nostra narrazione un «passaggio di testimone» tra gli interlocutori, perché Silvana si sposò, dedicandosi alla famiglia (ritornerà nel bar a fine anni ottanta - come vedremo - poco prima della scomparsa della madre nel 1992). Negli stessi anni, i primi Sessanta, si ammalò papà Federico, che morì nel 1973. Questi accadimenti coincisero con una maggiore responsabilizzazione di Giancarlo, segnata soprattutto dalla proposta di introdurre nel Caffè un ristorante-pizzeria. Inizialmente si era pensato ad un self-service, ma i locali non erano abbastanza grandi. Fu proprio la nuova spinta data dal ristorante a consentire di superare un momento di crisi causato, da un lato, dai lunghi lavori di ristrutturazione di piazza Duca d'Aosta (eravamo a metà anni Sessanta); e dall'altro dall'accresciuta concorrenza. In zona erano infatti sorte numerose paninoteche. Esisteva il «pronto-toast», un servizio di recapito di panini e pizette molto utilizzato. Giancarlo pensò che avrebbe potuto «internalizzare» questa funzione, preparando i panini in casa; da lì al ristorante, il passo non fu molto lungo. Naturalmente ciò non significa che l'innovazione non abbia richiesto sperimentazioni per prove ed errori: forni a legna, problemi con la canna fumaria, con l'impianto elettrico, con i cuochi...

Discutendo di trasformazioni e cesure nella storia dei Panzera, i nostri interlocutori collegano l'innovazione rappresentata dal ristorante a quella, molto più recente, del laboratorio artigianale di pasticceria, voluto da Lorenzo. Si tratta però di un ritorno alla tradizione, alla pasticceria del bisnonno di cui abbiamo scritto in apertura. Anche Lorenzo ha frequentato il Gonzaga, ripetendo la consuetudine del padre dei passaggi mattutini di fronte al Caffè. Peraltro nonna Rosi abitava nella stessa casa; al ritorno da scuola, il piccolo si recava al locale, dove lei aveva concluso il pranzo, e insieme rincasavano con la vecchia Seicento.



## Il commercio “racconta” Milano

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



Il locale al piano terra del caffè Panzera. A sinistra il banco pasticceria. Al centro, di fronte al banco bar, Lorenzo Panzera, figlio di Giancarlo (2007)

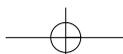


L'esercizio dei Panzera si affaccia direttamente su piazza Duca D'Aosta. I tendoni recano le scritte “bar”, “pasticceria”, “ristorante” (2008)



Il locale dedicato al ristorante, al secondo piano del Caffè Panzera, spesso sede di esposizioni temporanee (2007)

Dopo le superiori, Lorenzo si è laureato in ingegneria, praticando la professione per undici anni. Ma la passione per l'attività di famiglia, e la prospettiva – prossima ad avverarsi – di aprire un locale di duecento metri quadri all'interno della nuova Stazione Centrale (che è appena stata ristrutturata) hanno da poco spinto il nostro testimone a dedicarsi al Caffè Panzera a tempo pieno con l'idea di massima che il locale tradizionale appaia come il «padre» produttivo, e quello nuovo come il «figlio» con un'immagine e una vocazione commerciale. Quindi nell'ultimo anno e mezzo Lorenzo si è concentrato sull'introduzione della pasticceria artigianale. La logica sottostante è quella di tendere alla specializzazione, differenziandosi dai locali dei dintorni con un'offerta «fatta in casa», di qualità e controllo dell'ingrediente, in luogo delle canoniche brioche fatte realizzare fuori. I Panzera vorrebbero insomma imporsi come pasticceria, e ciò richiede di occuparsi di questo aspetto «al cento per cento», introducendo ad esempio i cesti di Natale e iniziative analoghe. Il grande pregio di un laboratorio interno non è solo il maggior controllo sulla qualità del prodotto, ma anche la rapidità con la quale si può decidere quantità e tipo di pasticcini da realizzare, valutando in ogni momento cosa manca. E sotto Natale si crea un forte rapporto con la clientela, che ordina grandi quantità di panettoni artigianali. Si è dunque costituita, per stratificazione di funzioni - bar, ristorante, pasticceria - una struttura articolata che occupa più di 400 mq. A questa fa da corollario un'analoga «stratificazione» della clientela. Data la collocazione del locale, ci sono persone che vengono a Milano due o tre volte l'anno (ad esempio in occasione delle fiere) e si fermano da Panzera; così come esistono gli estimatori del caffè mattutino o del ristorante, ma soprattutto gli habitués della pasticceria artigianale. E' quest'ultima, conferma Lorenzo, ad attrarre la clientela più assidua e «riconoscibile» in una zona così frequentata e di transito. Anche perché, invece, il ristorante non può certo funzionare secondo un modello tradizionale, essendo concepito per soddisfare clienti che hanno esigenza di un pasto veloce: «La domanda è: 'Ce la faccio a mangiare in mezz'ora?'», spiega Lorenzo. E Giancarlo aggiunge, per dare un ordine di grandezza al discorso: «Facciamo quarantamila ricevute fiscali l'anno». Un tavolo di solito «gira» due volte a sera, ma in realtà l'orario in cui si servono i pasti copre tutta la giornata: il ristorante apre alle 11:30 del mattino e chiude alle 22:30, offrendo un servizio permanente alla piazza e alla stazione. Peraltro, spiegano i nostri testimoni, c'è sempre «la brigata di cucina» presente, e quindi si fa tutto espresso. Negli anni, soprattutto per ciò che riguarda il ristorante, il problema più sentito è stato la selezione del personale, sempre svolta da Giancarlo (che in passato si occupava anche della compilazione delle buste paga, mentre l'accresciuta complessità delle incombenze e delle procedure lo ha in seguito spinto ad appoggiarsi a consulenti e commercialista). Alla questione del personale si lega spontaneamente quella del funzionamento quotidiano del servizio caffè-ristorante-pasticceria, dato che i Panzera si ritengono sicuri soltanto disponendo stabilmente di un surplus di persone che garantiscano la copertura dei numerosi «picchi» quotidiani o settimanali. La nostra intervista, ad esempio, si svolge di mercoledì, quando il locale a fianco è chiuso e mediamente entrano al caffè il trenta per cento in più degli avventori. «Oppure capita ci sia un congresso all'hotel





## Il commercio "racconta" Milano

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



Giancarlo Panzera (al centro) riceve il premio dell'Unione del Commercio per i 75 anni di attività del bar caffè (2007)



I Panzera con i loro collaboratori più stretti: da sinistra Lorenzo Panzera, la direttrice del ristorante Gabriele Baldy, la commessa della pasticceria Olga Sette, Giancarlo Panzera e il direttore del bar Giorgio Aprile (2008)



Silvana Panzera Kammer ritratta vicino al punto bar (2008)

Michelangelo ed arrivano improvvisamente cento clienti da servire», spiega Lorenzo. Complessivamente l'attività chiude 30 giorni l'anno, ma ad agosto il Caffè è sempre aperto, così come a Natale. L'organico attuale consta dunque di quindici dipendenti, cui vanno aggiunti tre apprendisti e altre due a tempo determinato. In ogni settore dell'attività c'è una persona «trainante», con notevole anzianità di servizio. Come Giorgio Aprile, direttore del bar, al Caffè Panzera da trentacinque anni; o la responsabile del ristorante, Gabriele Baldy. E alcuni dipendenti ricordano Lorenzo Panzera bambino giocare nei locali di famiglia: «Ero molto vivace, saltavo giù dalle scale, mi infilavo sotto il banco, loro con il seltz mi cercavano e mi bagnavano; io scappavo via da tutte le parti per non farmi prendere. Non potevo andare in cucina perché c'era la lavapiatti che mi tirava su per le guance!».

Riflettendo sui dintorni, i nostri testimoni descrivono anzitutto quanto piazza Duca d'Aosta sia oggi diversa dal ricordo: le giostre dei bambini, il «benzinaio Franco», le palme. Ma soprattutto rimpiangono la prossimità del droghiere, del calzolaio... in una parola la vita di quartiere. Da questo punto di vista il tessuto circostante è certamente mutato. La socialità «esterna» trovava riscontro anche nell'organizzazione degli spazi nei locali del caffè. Il luogo dove parliamo, al primo piano dello stabile, ospita ora i tavolini del ristorante e l'allestimento preparatorio per un vernissage. In passato qui c'era il biliardo - la sala giochi - e, ci dice Giancarlo, la prima televisione che sia stata sistemata in un bar di Milano: «L'abbiamo fatta venire dall'America apposta, tramite il commendator Malugani, che era presidente della "Cooperativa portabagagli" della Stazione Centrale e nostro cliente; ci ha fatto avere questo televisore d'importazione, grande quanto un armadio. La gente portava le sedie da casa, perché qui non ne avevamo abbastanza!». Un'altra «primogenitura» milanese del Caffè Panzera è il Circolo del bridge, aperto in questi locali dal commendator Ghedina (lo stesso Giancarlo nel 1981 ha partecipato alle Olimpiadi di bridge). Silvana ritornò al Caffè Panzera negli anni Ottanta. Mamma Rosi cominciava ad essere affaticata, dovendosi anche dividere tra Milano e Firenze (dove risiedeva il secondo marito) e con lungimiranza capiva che presto, probabilmente, la figlia sarebbe rientrata al lavoro. Silvana, del resto, sentiva il bar come «suo», avendolo conosciuto fin da piccola e praticato da ragazza - come abbiamo ricordato - in una fase fondamentale della vita di Caffè Panzera. I figli erano ormai grandi e Silvana decise di tornare gradualmente nei locali di piazza Duca d'Aosta. Ora è socia accomandante (Caffè Panzera è stata una Società in nome collettivo fino al 1978, quando divenne Società in accomandita semplice), mentre Giancarlo è socio accomandatario e Lorenzo è dipendente. La speranza dichiarata dei Panzera, oltre ovviamente alla riuscita dei progetti in corso, è che i figli di Lorenzo - ancora bambini - da grandi facciano propria la passione che ha mosso loro finora. Del resto, ci dice proprio Lorenzo, «Mi ricordo quando, nel Novanta, dissi a nonna Rosi che mi sarebbe piaciuto un sacco andare avanti col lavoro. Non voglio dire che fosse una promessa, però era un auspicio...».

**Francesco Samorè**

(con la collaborazione di Andrea Strambio de Castillia)



**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.**

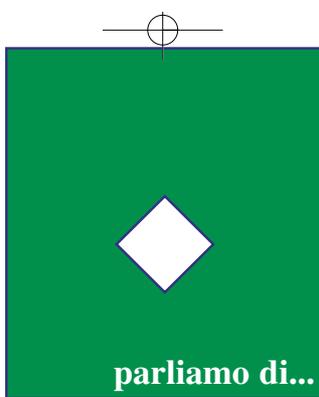
Contattaci per un preventivo gratuito.



[www.emvaonline.it](http://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.



*Iniziativa di Assintel ed Avis  
(con il supporto Unione)*

## Donazione di sangue Il progetto B2blood

**P**resentato da Assintel (l'Associazione nazionale delle imprese Ict) e da Avis, in collaborazione con l'Unione di Milano, B2Blood, uno fra i primi progetti di responsabilità sociale da parte di un'associazione di categoria.

Donare il sangue - rileva Assintel - è sia un impegno civico di tutti i cittadini, sia un fatto di cultura.

L'incremento del fabbisogno di sangue ed emocomponenti, unitamente ad un progressivo invecchiamento della popolazione e a modificazioni delle abitudini socio-economiche, fanno sì che sempre più frequentemente, soprattutto nelle aree metropolitane, il numero di donatori di sangue risulti inadeguato rispetto alle necessità.

Nel caso di Milano la situazione delle trasfusioni non è positiva: la presenza di una forte concentrazione di ospedali rende le donazioni di sangue milanesi insufficienti a coprirne il fabbisogno. In questi giorni, parcheggiata davanti all'ingresso principale dell'Unione

in corso Venezia, un'unità mobile di Avis Milano, appositamente attrezzata, ha raccolto le donazioni di sangue. Avis Milano inserirà tutti i donatori nel programma "Prevenzione e dia-

gnosi precoce", che interesserà cardiovascolarità, oncologia, dermatologia, dietologia, e allergologia. Il monitoraggio costante dei donatori di sangue permetterà in questo modo di rilevare tempestivamente eventuali insorgenti

stati di sofferenza nei valori degli organi vitali e di indagarne le cause, attivando le cure del caso. Il programma prevede anche diversi studi per favorire la ricerca (genoma) e lo studio dell'incidenza di alcuni indicatori relativi a fegato, prostata, cuore, pancreas, ecc.

Ma non è tutto. Avis Milano riserva specifiche attenzioni sanitarie al familiare del donatore e, in particolare, ai figli in età pediatrica (fino ai 13 anni). Infine, ogni donatore è inserito in un circuito di benefit "primari" (assicurazioni, salute, tempo libero...) e si può richiedere "Aviscard", una carta di credito Visa.



**informa**  
**Unione**

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

**PROPRIETÀ:**  
Unione del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni della Provincia di Milano  
[www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it)

**DIRETTORE RESPONSABILE**  
Gianroberto Costa

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

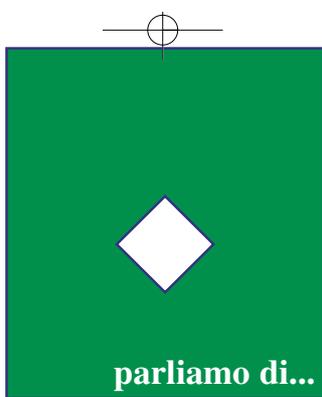
**REDAZIONE**  
Federico Sozzani  
corso Venezia 47/49  
20121 Milano

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

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

**PUBBLICITÀ**  
Area sviluppo associativo Unione  
corso Venezia 49  
20121 Milano  
tel. 027750372  
e-mail:  
[marketing@unione.milano.it](mailto:marketing@unione.milano.it)

**Unioneinforma**  
giugno 2009



*Come comunicano le aziende nell'Information communication technology: i risultati della ricerca di Assintel con Insintesi*

## Per il 47% delle imprese Ict un 2009 difficile

Un 2009 peggiore del 2008 per il 47% delle aziende Ict (Information communication technology): la crisi economica trova riscontro anche nei risultati della ricerca "Come comunicano le aziende Ict", realizzata da Assintel con Insintesi.

La congiuntura impatta sulle disponibilità economiche, ma è anche vero che le aziende utenti non sembrano riconoscere l'importanza dell'innovazione come fattore strategico per il proprio business: innovare è inutile e non se ne comprende il ritorno sull'investimento. Questo il campanello d'allarme che emerge dalla ricerca e che va a confermare i dati Istat sulla difficoltà ad innovare delle imprese italiane. Se questi sono gli ostacoli all'innovazione, comunicare diventa per le aziende Ict il fattore chiave per affrontare il mercato in modo efficace.

"Centrati sui nostri prodotti e i nostri servizi, sulle tecnologie e sul 'tecnichese', noi aziende dell'Ict rischiamo di cadere nell'autoreferenzialità e nella lontananza dal linguaggio del nostro target" commenta Giorgio Rapari, presidente di Assintel.

"Se, da un lato, l'offerta sta cominciando a comprendere

quanto la comunicazione è strategica, dall'altro gli obiettivi della comunicazione sono soprattutto tattici", aggiunge Massimo Pizzo, managing partner di Insintesi: il 63% del budget di comunicazione è infatti investito per generare contatti commerciali, e poco rimane per tutta quell'attività preparatoria di informazione al mercato che è invece essenziale.

Il dato è comunque allineato con un significativo terzo posto riservato alla mancanza di informazioni sul proprio target da parte delle aziende rispondenti. Forse è

**I voti sugli strumenti di comunicazione:**  
**7- agli eventi,**  
**6 e mezzo al web marketing e 6+ alle media relation.**  
**Insufficienza al direct marketing (5 e mezzo) e alle fiere (5), matita blu per la pubblicità tradizionale (4 e mezzo)**



**Giorgio Rapari,**  
**presidente Assintel**

questa la ragione per la quale le aziende Ict sono focalizzate su contenuti che non sono prioritari per le aziende utenti: l'81% del campione comunica i propri prodotti, il 57% notizie istituzionali; solo il 54% del campione utilizza le case study e il 52% dichiara di utilizzare le opinioni degli utenti per comunicare. Le opinioni di leader, le ricerche e le analisi di mercato, utili ad inquadrare le problematiche, sono utilizzate da un'estrema



minoranza del campione. Di contro, i dati relativi alle aziende utenti dimostrano che sono proprio queste ultime le forme di comunicazione alle quali esse prestano maggiore attenzione.

Le leve di comunicazione che hanno soddisfatto maggiormente il campione sono gli eventi, utilizzati dal 77% del campione con una soddisfazione media paragonabile ad un quasi 7 scolastico; al secondo posto sono posizionate le attività di web marketing, utilizzate dal 68% del campione con una soddisfazione vicina al 6,5; infine, tra le note positive, ci sono le media relation, utilizzate dal 48% con un voto che è pari a 6+.

Il telemarketing e il mailing, utilizzate dal 71%, le fiere (56%) e la pubblicità tradizionale (49%) non raggiungono la sufficienza, con voti pari rispettivamente a 5 e mezzo, 5 e 4 e mezzo.

Di contro, le aziende utenti dichiarano di preferire di gran lunga gli eventi indipendenti, confermando quanto Assintel sta sperimentando ormai da molti anni: il ruolo strategico dell'associazione di categoria quale punto di riferimento per il mercato, sia per la promozione di una cultura dell'innovazione tecnologica a livello socio-economico, sia come elemento aggregante e di sostegno per le aziende del settore Ict.



*Costituita la Consulta della cultura coordinata da Maria Antonia Rossini*

**In Unione una serata speciale con il concerto dei Cameristi della Scala**

**La Fondazione Monzino e il progetto "Salva la musica"**

In occasione della serata in Unione con lo splendido concerto dei Cameristi della Scala per il progetto "Salva la musica" promosso dalla Fondazione Monzino (vedi Unio-



nelnforma di aprile alle pagine 2 e 3 n.d.r.) nel suo intervento introduttivo il presidente Carlo Sangalli ha ricordato

che la tradizione dell'Unione nel promuovere attività culturali ha radici antiche. Sangalli ha citato le parole pronunciate, nel 1982, dal presidente Giuseppe Orlando: "la tradizione dell'Unione, tesa a tutelare i legittimi interessi delle categorie, si inserisce in una città come Milano, fra le più ricettive e attente ad ogni evento e novità culturale, ove arte, avventure del pensiero e dello spirito sono il seme di un infinito itinerario, che rende la metropoli lombarda centro fra i più fecondi e creativi dell'intera Europa".

Una vocazione che l'Unione rinnova con la Consulta della cultura che, con la responsabilità del presidente del Gruppo Terziario Donna Unione Maria Antonia Rossini, opererà nella convinzione che la cultura costituisce un valore aggiunto per le imprese oltre, naturalmente, a migliorare le persone e, quindi, la società tutta.

I "Cameristi della Scala", (9 violini, 3 viole, 3 violoncelli, un

**fainicase** [www.faini.it](http://www.faini.it)

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

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

Direzione: Melzo (Mi) Via Verdi 1 - 02.95739809

**Unioneinforma**  
giugno 2009



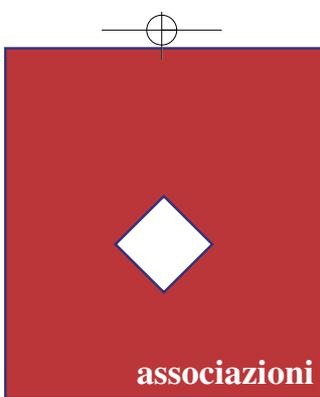
contrabbasso, un cembalo e il solista Francesco Manara) hanno interpretato nella cornice della Sala Orlando, affrescata all'inizio degli Anni Settanta dal pittore Blasco Mentor, le Quattro Stagioni di Antonio Vivaldi e di Astor Piazzolla. Un concerto eseguito nel 2007 in piazza del Duomo a Milano, davanti a diecimila persone, e replicato nella sala dell'Unesco a Parigi, nel teatro dell'Opera di Varsavia, a Saragozza per l'Expo 2008, in Svezia, Norvegia, Danimarca, sempre con grande successo, e che viene riproposto quest'estate a Cracovia, Vilnius, Riga e Mosca. E in autunno saranno pronti i cd con l'esecuzione dell'11 maggio in Unione (e la cui distribuzione potrà contribuire a sostenere il progetto "Salva la musica" il cui obiettivo è, lo ricordiamo, costruire nuove aule di musica per le scuole lombarde in aree disagiate). Apprezzata fra i bis l'esibizione di Francesco Manara



quando ha suonato un prezioso violino "piccolo", costruito dal liutaio milanese Carlo Antonio Testore nel 1759, appartenente alla collezione della Fondazione Monzino e restaurato per l'occasione. (Con la collaborazione di S.L.).

**Sopra, il solista dei Cameristi della Scala Francesco Manara e, qui a fianco, Antonio Monzino, presidente della Fondazione Monzino, con il violino "piccolo" costruito nel 1759 dal liutaio milanese Carlo Antonio Testore**  
(foto di Massimo Garriboli) ▶





## Assomobilità: Buongiardino confermato presidente

Conferma di Simonpaolo Buongiardino alla presidenza di Assomobilità. Il Direttivo dell'Associazione, aderente all'Unione di Milano, che riunisce gli operatori dei vari settori della mobilità (auto, moto, ciclo), è completato da Domenico Costi, Pietro Cozzi, Sergio Di Sante, Marcello Doniselli, Vittorio Ghizzoni,



Simonpaolo Buongiardino

Saul Mariani, Bruna Somaschini, Andrea Spotti. Nel Collegio dei probiviri eletti Mariano Barbieri, Marco Funaro, Gerolamo Malvestiti, Nino Odorici, Giuseppe Villa.

## Moda & Sport: le cariche sociali

Elette le cariche sociali di Moda &

**Giulio Di Sabato**  
presidente e **Maurizio Governatore** vicario

zoletti, Maria Luisa Pausotto, Ornella Pietro-

paolo, Giuseppe Ravalli, Andrea Rossi, Roberto Vanazzi. Il Collegio dei probiviri è composto da Gianluigi Caprotti, Roberto Manoelli e Riccardo Pagani. Moda & Sport aderisce a Fnaarc (la Federazione degli agenti e rappresentanti di commercio) ed all'Unione di Milano. La nuova Associazione parte con circa 200 associati, ma l'obiettivo è quello di duplicare la base associativa nei prossimi due anni.



Giulio Di Sabato

## Import-export e dogane: in Unione il 25

“**T**ariffa doganale, nomenclatura combinata ed informazione tariffaria vincolante (Itv); regole generali interpretative e strumenti a disposizione degli operatori”: è il convegno – in programma il 25 in Unione dalle 8.30 (corso Venezia 49 - sala Orlando) – promosso dalla Direzione commercio estero Unione e da Aice, Associazione italiana commercio estero in collaborazione con l'Agenzia delle Dogane.



Michele Branca, direttore regionale per la Lombardia dell'Agenzia delle Dogane

Aprono i lavori il presidente di Aice Claudio Rotti e Michele Branca, direttore regionale per la

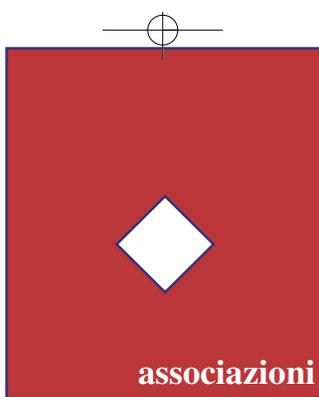
Lombardia dell'Agenzia delle Dogane e l'introduzione è a cura di Oliver Simon (Schenker Italiana spa). I relatori sono

esperti dell'Agenzia delle Dogane (Area centrale gestione tributi e rapporti con gli utenti, e Direzione lombarda): Paola Paliano, Luca Paternò, Teresa Currò. L'incontro del 25, molto operativo, punta a chiarire il corretto inquadramento di una merce secondo il codice di nomenclatura combinata, in base al quale si determinano, all'atto dell'importazione, dazi, tributi applicabili e

**Convegno promosso dalla Direzione commercio estero Unione e da Aice, Associazione italiana commercio estero, in collaborazione con l'Agenzia delle Dogane**

certificati richiesti. O, nel caso di esportazione, le eventuali restrizioni. Con il convegno si prende in esame anche l'informazione

tariffaria vincolante, strumento previsto dal Codice doganale comunitario in materia di classificazione tariffaria. L'Itv è un certificato che attesta la classificazione doganale di una determinata merce ed è valido in tutto il territorio comunitario. Per una maggiore semplificazione si può informare l'autorità doganale di essere in possesso di un Itv per le merci da sdoganare.



Convegno in Unione su "Crisi: punto di svolta?"

## Ascomodamilano-Federazione Moda Italia: meno fisco per rilanciare i consumi

**R**enato Borghi (presidente Federazione Moda Italia ed Ascomodamilano); Luigi Taranto (segretario generale Confcommercio); Oscar Giannino (giornalista economico) ed Enrico Finzi, sociologo e presidente di Astra Ricerche, intervenuti al convegno organizzato in Unione da Ascomodamilano e Federazione Moda Italia incentrato su "Crisi: punto di svolta? Origini, analisi e prospettive", seppur da angolazioni diverse, hanno convenuto sul fatto che l'unica possibilità di ripresa è legata ad una forte politica di sostegno del potere d'acquisto delle famiglie. Perché la contrazione dei consumi

è legata al calo del reddito netto degli italiani. Occorrono perciò dal Governo rapidi interventi a sostegno della domanda interna e del reddito delle famiglie attraverso sgravi fiscali (come aveva ad esempio chiesto Confcommercio con la detassazione delle tredicesime). Interventi che possano valorizzare quel dato positivo e in controtendenza - emerso al convegno - di un aumento del 10%, rispetto agli ultimi due mesi, del cosiddetto "sentiment", cioè la fiducia. Dato a cui non corrisponde anco-



Convegno in Unione su "Crisi: punto di svolta?": da sinistra Guido Orsi (vicepresidente vicario Ascomodamilano); Enrico Finzi (presidente Astra Ricerche); Renato Borghi (presidente Federazione Moda Italia, Ascomodamilano e vicepresidente Unione); il giornalista economico Oscar Giannino e il segretario generale di Confcommercio Luigi Taranto (foto di Massimo Garriboli)

ra una ripresa dei consumi: "La reazione internazionale - ha rilevato Borghi - ha retto l'urto della crisi economica. Ora si tratta di ridare slancio all'economia reale sostenendo la domanda interna e il reddito delle famiglie".

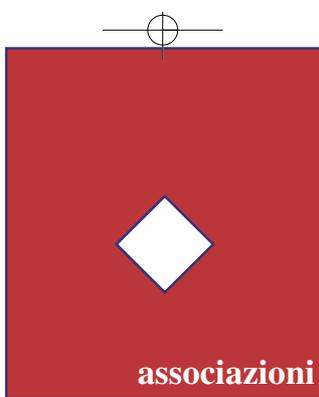
**B.B.**



### Ascomodamilano cambia nome e sede Si chiamerà Federmodamilano In autunno nuovi uffici in via Durini 14

Un cambio di nome per Ascomodamilano: si chiamerà Federmodamilano. Lo ha deciso l'assemblea dell'Associazione svoltasi in Unione dopo il convegno su "Crisi: punto di svolta?". Un cambio del nome, come ha spiegato il presidente Renato Borghi, per dare un'immagine di maggiore continuità territoriale con la federazione nazionale: Federazione Moda Italia. Ed Ascomodamilano cambia anche sede: da corso Venezia 26 si trasferirà - in autunno - in via Durini 14 (foto).

**Unioneinforma**  
giugno 2009



## Con Acad a Melegnano il quarto stage nazionale di toelettatura

commercianti di animali riale di Melegnano. Alla manifestazione, che ha avuto il

patrocinio del Comune di Melegnano, hanno preso parte – segnala Acad - importanti toelettatori (Giovanni Cenci, Roberto Salvatore e Sonia Enrico) e nel pomeriggio si è avuta la dimostrazione del vicepresidente A-

**In collaborazione con Apt (Associazione professionisti toelettatori) e l'Ascom territoriale. E con il patrocinio del Comune**

**P**resso l'Oratorio Femminile di Melegnano, con un'ampia partecipazione di pubblico, si è svolta la quarta edizione dello Stage nazionale di toelettatura promosso da Acad (l'Associazione milanese dei

domestici e toelettatori)

in collaborazione con Apt (Associazione professionisti toelettatori) e l'Ascom territo-

riale di Melegnano. Alla manifestazione, che ha avuto il patrocinio del Comune di Melegnano, hanno preso parte – segnala Acad - importanti toelettatori (Giovanni Cenci, Roberto Salvatore e Sonia Enrico) e nel pomeriggio si è avuta la dimostrazione del vicepresidente A-

*A Milano, Melzo e Monza*

## Acad denuncia: blitz degli animalisti con scritte e manifesti sui negozi

Acad, l'Associazione commercianti animali domestici e toelettatori, ha denunciato che più di un operatore associato – a Milano, Melzo e Monza - ha subito, nella notte fra il 6 e 7 maggio, un "blitz" da parte attivisti di Centopercento Animalisti (la documentazione di quest'azione è stata riportata sul sito [www.centopercentoanimalisti.com](http://www.centopercentoanimalisti.com)) affiggendo cartelli e lenzuola sui negozi con slogan come "Gli animali non sono oggetti", "No alla vendita di esseri viventi", "Animali liberi!!". Affissi anche manifesti con i riferimenti di Centopercento animalisti e scritte come "Liberazione animale. Noi ci crediamo!!!". "Rispettiamo le opinioni di tutti – ha affermato Mario Riboldi, presidente Acad (il suo stesso negozio ha subito l'incursione degli attivisti di Centopercento Animalisti) – ma non possia-

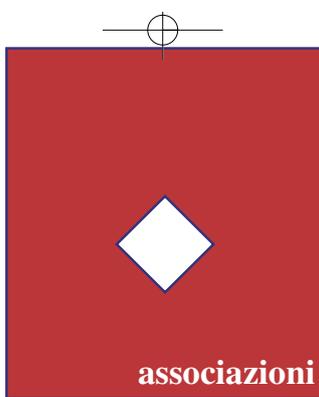
**Mario Riboldi (presidente Acad): comportamento inaccettabile nei confronti di chi ha cura degli animali e rispetta le regole**

mo accettare questo comportamento che crea disagio e preoccupazione presso i nostri operatori. E come singoli operatori abbiamo sporto denuncia. Rivendichiamo il nostro buon diritto a svolgere un'attività professionale che avviene nel pieno rispetto delle norme in vigore, a cominciare dalla legge regionale del 2006 sulla lotta al randagismo e la tutela degli animali d'affezione". "Nei negozi degli operatori associati ad Acad – prosegue Riboldi – non vengono importati cani dall'Est europeo se non in presenza di transazioni

certificate e con il rispetto di tutte le norme; vengono osservate le condizioni igienico-sanitarie a tutela degli animali; non vengono esposti cuccioli in vetrina e non vengono commercializzati cuccioli inferiori ai due mesi di vita". "Non ci stiamo perciò – conclude il presidente di Acad Riboldi – ad essere ingiustamente criminalizzati. Io commerciante di animali, che al cliente chiedo anche documento identità e codice fiscale prima di vendere un cane, non sono il nemico da indicare all'opinione pubblica per sensibilizzare sulle condizioni dei tanti cani che si trovano nei canili".



**Mario Riboldi**



*In Unione convegno di Asseprim*

## Ispezione fiscale? Organizzati e consapevoli dei propri diritti

Conoscere i propri diritti e dotarsi di una buona organizzazione: è con questo spirito che Asseprim, l'Associazione professionale dei servizi alle imprese, ha promosso il seminario, svoltosi in Unione, dedicato a "Buone regole e buoni consigli in caso di ispezione fiscale". Il colonnello Renzo Nisi della Guardia di Finanza, comandante del Gruppo tutela entrate del Nucleo di Polizia tributaria di Milano, ha esposto ai numerosi intervenuti i contenuti della circolare 1/2008 emanata lo scorso dicembre dalla Guardia di Finanza ed ha risposto a domande e chiarimenti. "Da sempre le ispezioni degli organi di controllo fanno sen-

tire le imprese in una situazione di disagio, anche quando non ce ne sarebbe motivo. Asseprim - ha spiegato il presidente Umberto Bellini - ha voluto questo incontro proprio per rendere consapevoli le imprese dei diritti che si possono esercitare in occasione dei controlli, ma anche per far conoscere le modalità con le quali avvengono i controlli stessi". Coordinati da Cristina Bartelli di Italia Oggi, i relatori dello Studio Bernoni hanno illustrato la normativa vigente e le fasi successive alla verifica tributaria, compresa la gestione dell'eventuale contenzioso.



"Proporremo altri incontri con la collaborazione della Guardia di Finanza, all'insegna della trasparenza amministrativa che tanto sta a cuore alle nostre imprese" ha concluso Bellini.

*Con Federcomated in Unione il meeting di Ufemat. Sponsor Mapei*

### Rivenditori materiali edili A Milano il congresso internazionale

Congresso di Ufemat (l'Unione europea delle federazioni nazionali dei commercianti in materiali da costruzione edile) il 19 e 20 in Unione a cura di Federcomated, la Federazione italiana di settore. Presenti oltre 40 delegati da più di 15 Paesi. Apre il congresso il presidente di Federcomated Giuseppe Freri. Sponsor del meeting è Mapei (ai lavori interviene anche il presidente di Mapei Giorgio Squinzi).

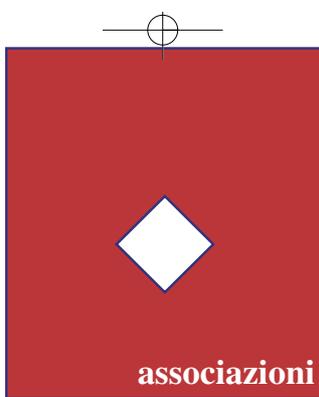


**Giuseppe Freri, presidente Federcomated**

### Campagna scolastica: dall'Associazione cartolibrari stop a promozioni basate sullo sconto

Prossima campagna scolastica: l'Associazione cartolibrari milanesi non effettuerà iniziative promozionali legate a qualsiasi forma di sconto. I risultati fin qui ottenuti sono stati infatti giudicati poco interessanti. Vi saranno eventualmente adesioni - da parte degli operatori - a promozioni mirate dei propri distributori. E' quanto ha stabilito il Consiglio direttivo dell'Associazione che, in vista dell'attività commerciale per il nuovo anno scolastico, ritiene si debba puntare più sulla professionalità e la valenza di servizio delle cartolerie associate.





*Registrazione e autorizzazione delle sostanze chimiche: una Guida e quaderni tecnici sugli adempimenti del regolamento comunitario*

## Con AssICC il Reach è senza segreti

L'Unione Europea aveva stimato 180 mila pre-registrazioni: ne sono state fatte circa 2.700.000 (143.000 sostanze registrate contro le previste 30.000) e l'Italia, con 118.442 pre-registrazioni e 4.642 imprese coinvolte, è il sesto Paese nella top ten continentale (dominata dalla Germania con 818.000 pre-registrazioni e 4.000 imprese in più). Sono i numeri del Reach, il regolamento comunitario che ha rivoluzionato registrazione ed autorizzazione per l'uso, nei vari prodotti, delle sostanze chimiche. E per le imprese interessate ora è disponibile la "Guida al regolamento Reach", diffusa in 3.000 copie e presentata e distribuita a Milano in un incontro al Circolo del Commercio: guida realizzata da AssICC, Associazione italiana commercio chimico, in collaborazione con la Camera di commercio di Milano e l'Unione (con Promo.Ter). Presentati anche Abstract sui più importanti "Reach Implementation Projects": quaderni tecnici che saranno presto resi disponibili per le imprese. Sia la Guida sia gli Abstract sono, per i soci, scaricabili dal

**Iniziativa in collaborazione con la Camera di Commercio e l'Unione (con Promo.Ter)**

sito internet di AssICC ([www.assicconline.it](http://www.assicconline.it)). Per le imprese, dopo l'adempimento della pre-registrazione dello scorso

anno, le prossime tappe sono il 1° dicembre del 2010 con la registrazione delle sostanze importate o prodotte per quantitativi uguali o superiori a 1.000 tonnellate all'anno; il giugno del 2013 (da 100 a 1.000 tonnellate all'anno) e il giugno 2018 (da 1 a 100 tonnellate all'anno). AssICC - a cui aderiscono 300 aziende che rappresentano, in termini di fatturato, circa l'80% del totale della distribuzione chimica italiana - ha da tempo avviato un "Progetto



Reach" per assistere le imprese in tutti gli adempimenti necessari, e la Guida e gli Abstract sono parte di questo progetto. Nel Nostro Paese vengono distribuite all'incirca 4 milioni di tonnellate all'anno di prodotti chimici con un monte-giornaliero di 5.200 spedizioni.

"L'applicazione del Reach - rileva Giorgio Bonetti, presidente di AssICC - pone in particolare problemi organizzativi e di costo alle aziende distributive, molte medio-piccole, per l'alto numero di prodotti trattati e di clienti".



*Assemblea AssICC (anticipazione)*

### Indagine sulla distribuzione chimica e premi "Augusta Baggi"

In questi giorni (servizio nel prossimo numero) si svolge l'assemblea di AssICC con la presentazione dell'indagine sulla "Comparazione della struttura del mercato della distribuzione chimica in Francia, Italia e Spagna". L'indagine è stata realizzata da Marc Fermont (DistriConsult) ed AssICC ha collaborato per quanto riguarda il mercato italiano.

Per il terzo anno consecutivo, inoltre, vengono assegnati i premi "Augusta Baggi" per i ragazzi, iscritti ad istituti tecnici della chimica, che si sono distinti per i risultati ottenuti nello studio.

**Unioneinforma**  
giugno 2009



Dal 23 al 27 ottobre a Fieramilano Rho-Pero

## Host 2009: l'ospitalità professionale si dà appuntamento a Milano

**T**orna al quartiere Fieramilano di Rho-Pero da venerdì 23 a martedì 27 ottobre Host, il Salone internazionale dell'ospitalità professionale organizzato da Fiera Milano Expocts. Caratterizzato da un concept espositivo che integra filiere complementari nella logica del "fare sistema", Host si presenta all'appuntamento biennale forte dei risultati dell'edizione 2007: 1.865 espositori (+3,61% rispetto al 2005) di cui 350 esteri, con 135mila visitatori professionali da 134 Paesi. Sette le aree tematiche di Host 2009, che coprono tutte le tre grandi macroaree del settore ospitalità-ristorazione: Ristorazione professionale (attrezzature, impianti e accessori) e Mippp (Milano - Salone Pane Pizza Pasta); Bar (macchine da caffè e attrezzature per bar), Gelateria & Pasticceria (macchine, attrezzature, arredamenti, accessori e prodotti per gelateria e pasticceria) e Sic (Salone Internazionale del Caffè); Hotel Emotion (Salone del-

### Contemporaneità e sinergia con Franchising & Trade e Wellness Spa & Beauty Exhibition

l'industria alberghiera) e Shop Project (Salone internazionale di progettazione e arredo per punti vendita). La novità di quest'anno è la completa integrazione di Shop Project in Host. Shop Project è il salone specializzato in cui i produttori di allestimenti per negozi, i professionisti del visual merchandising e i progettisti di



punti vendita presentano la propria offerta. Host 2009 si svolgerà in contemporanea e in sinergia con Franchising & Trade e con Wellness Spa & Beauty Exhibition (anch'esse organizzate da Fiera Milano Expocts), beneficiando così di tutte le potenzialità che un salone come Host può offrire e dando luogo a numerosi eventi informativi e promozionali che permetteranno al pubblico di operatori di ottimizzare ulteriormente la visita. Per informazioni aggiornate sulla manifestazione: [www.host.fieramilanoexpocts.it](http://www.host.fieramilanoexpocts.it). E per chi si preregistra sul sito pianificando la propria visita, i prezzi sono scontati: un giorno a 8 euro anziché 15; due giorni a 15 euro anziché 26; tre giorni a 21 euro anziché 35.

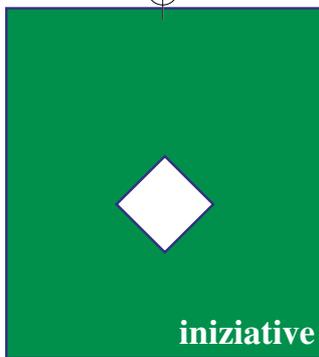
### Ma le scelte su Malpensa danneggiano il turismo

La presentazione di Host è stata l'occasione per sottolineare la preoccupazione del tessuto imprenditoriale milanese e lombardo per il depotenziamento di Malpensa: "La recente istituzione del Ministero del Turismo è finalmente un chiaro segnale - penso sia bene sottolinearlo proprio parlando di Host, manifestazione di riferimento del comparto dell'ospitalità professionale - di come il Governo abbia compreso il ruolo fondamentale del settore turistico che produce l'8% del Pil nazionale. Non è comprensibile, dunque, la decisione di Cai di depotenziare il sistema aeroportuale milanese, infrastruttura fondamentale per lo sviluppo economico non solo di Milano, ma di tutta la Lombardia. Regione che, in modo inconfutabile, è già stata definita da molti la locomotiva d'Italia" ha affermato Adalberto Corsi, presidente di Fiera Milano Expocts e vicepresidente vicario dell'Unione di Milano.



**Adalberto Corsi, presidente Fiera Milano Expocts (e vicepresidente vicario Unione)**

**Unioneinforma**  
giugno 2009



## Testo unico sicurezza e salute sul lavoro In Unione convegno di Ebiter Milano

Sul Testo unico (decreto legislativo 81/08) per la salute e sicurezza nei luoghi di lavoro si è incentrato il convegno, promosso in Unione, da Ebiter Milano (l'Ente bilaterale, a disposizione delle aziende e dei loro dipendenti in regola con il Contratto del Terziario, creato dall'Unione con Filcams Cgil, Fisascat Cisl, Uiltucs Uil.), con il presidente Giovanni Gazzo e il vicepresidente Umberto Bellini



(Giunta Unione e presidente Asseprim).

"Il decreto legislativo 81/2008 - ha ricordato Bellini - ha introdotto importanti novità, ponendo al centro la persona": un passo in avanti nella direzione della qualità del lavoro intesa come miglioramento

delle condizioni ambientali. "In pratica - ha detto Bellini - di tutto ciò che determina lo 'stare bene' in azienda". "La tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori - ha proseguito l'esperto Unione - rappresenta per l'azienda un passo importante verso l'incremento della propria competitività e della propria produttività sul mercato. Si tratta di esercitare un ruolo di responsabilità attiva che l'Ente Bilaterale è assolutamente propenso a sostenere e promuovere, in tutte le forme ed iniziative possibili incentrate sulla formazione e sull'informazione."



**SINCERT**



**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**

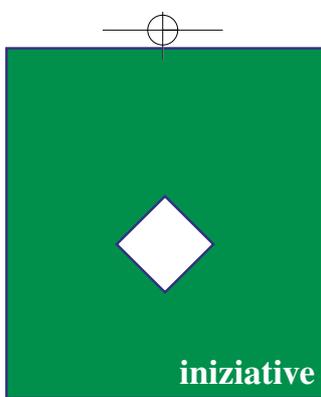
<p><b>DIVISIONE SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO</b> (D.Lgs. 81/08 Testo Unico) Tel. 02-76.02.80.42/15 club.626@unione.milano.it</p>	<p><b>DIVISIONE IGIENE DEGLI ALIMENTI</b> (H.A.C.C.P. D.Lgs 193/07) Tel. 02-7750.590/591 club.haccp@unione.milano.it</p>	<p><b>DIVISIONE PRIVACY</b> (Trattamento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

**CLUB SERVIZI INNOVATIVI**

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

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

**Unioneinforma**  
giugno 2009



## Prevenzione sanitaria con Fondo Est

Con Fondo Est un'Unità mobile (foto) si è collocata in piazza del Liberty a Milano per la "Settimana di prevenzione della Sindrome metabolica". L'iniziativa è stata inaugurata da Simonpaolo Buongiardino (amministratore Unione), presidente di Fondo Est, e dall'assessore alla Salute del Comune di Milano Giampaolo Landi di Chiavenna.

La Sindrome metabolica colpisce il 25% della popolazione europea causando moltissimi infarti ogni anno; la difesa migliore per prevenire questa condizione rimane sempre la prevenzione. Per questo Fondo Est (il Fondo di assiten-

za sanitaria integrativa nato in attuazione del contratto nazionale di lavoro



(foto M. D.)

**In piazza del Liberty a Milano un'unità mobile e screening gratuiti per la "Settimana di prevenzione della Sindrome metabolica"**

del terziario sottoscritto da Confcommercio e sindacati dei lavoratori), in collaborazione con l'Unione di Milano, ha promosso l'iniziativa in piazza del Liberty: "mettendo a disposizione - ha spiegato Buongiardino - un'Unità mobile presso la quale è stato possibile sottoporsi gratuitamente ad uno screening effettuato da personale medico specia-

lizzato". Screening che è consistito nell'esecuzione di esami ematochimici, nella misurazione del BMI (Body Mass Index) e della pressione arteriosa. È stata anche consegnata una valutazione complessiva dei risultati dello screening e si sono suggerite le eventuali conseguenti prescrizioni sanitarie da adottare. "Sono lieto - ha affermato l'assessore comunale Giampaolo Landi di Chiavenna - di aver inaugurato quest'iniziativa organizzata da Fondo Est che si compendia con le altre iniziative di informazione, formazione e prevenzione che l'Assessorato sta organizzando nell'ambito dell'Anno della Salute".

### Assonidi e il progetto Social Polis

Presenza anche quest'anno di Assonidi (l'Associazione degli asili nido privati) alla conferenza internazionale del progetto Social Polis (svoltasi a Vienna). In Italia il progetto - finanziato dalla Comunità Europea e il cui obiettivo è quello di svolgere ricerche per fornire indicazioni sulla coesione sociale - è coordinato dalla facoltà di Sociologia dell'Università di Milano Bicocca ed Assonidi vi partecipa come rappresentante della società civile per quanto riguarda i servizi sociali e il welfare locale. A Vienna è stato illustrato il lavoro sui bambini migranti nei nidi e nelle scuole d'infanzia, commissionato ad Assonidi (appena pronto verrà distribuito). Nell'ambito di Social Polis nei mesi precedenti si era svolto anche un workshop con rappresentanti delle istituzioni locali (Provincia di Milano e Regione Lombardia).

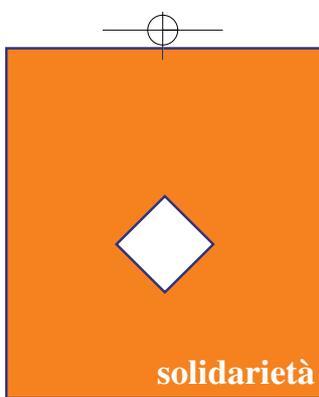


### SEGNALIAMO CHE...

#### Turchia: in Unione delegazione della Camera di commercio di Konya

*In Unione - con un breve saluto anche del presidente Carlo Sangalli e del vicepresidente vicario Adalberto Corsi - visita di una delegazione turca della Camera di commercio di Konya con un confronto sulle attività svolte nei due Paesi nell'ambito della formazione e dello sviluppo associativo. Maria Antonia Rossini, presidente del Gruppo Terziario Donna Unione e della Scuola Superiore, ha rimarcato l'importanza dell'imprenditoria femminile ed illustrato in generale le iniziative associative di supporto alle imprese nonché l'attività formativa realizzata dalla Scuola (M.D.).*

**Unioneinforma**  
giugno 2009



## Le istituzioni a sostegno delle terre abruzzesi colpite dal terremoto

### “Milano per l’Abruzzo”

Il Comune di Milano, con la Camera di commercio ed i sindacati dei lavoratori, ha presentato “Milano per l’Abruzzo”, un intervento straordinario di solidarietà con tre milioni di euro (uno dal Comune, uno dalla Camera di commercio ed uno dai privati) e la possibilità, da parte dei cittadini, di contribuire con un versamento su un conto corrente intestato a “Milano per l’Abruzzo” Iban IT68A0306901783100000000036.

### Imprese: canale privilegiato fra Milano e Abruzzo

E la Camera di commercio di Milano, in accordo con la Camera di commercio dell’Aquila, ha istituito un

canale privilegiato per rispondere in via prioritaria alle richieste di informazione e documentazione (visure, bilanci, elenchi soci, iscrizioni, autorizzazioni...) formulate dalle aziende localizzate nel territorio colpito dal sisma e che hanno unità locali o filiali nella provincia di Milano. Canale a disposizione anche delle imprese di Milano e provincia che hanno unità locali o filiali in Abruzzo.

### “Lombardia per l’Abruzzo”

Iniziativa di solidarietà per l’Abruzzo colpito dal terremoto anche da parte della Regione Lombardia con “La Lombardia per l’Abruzzo”: i fondi raccolti contribuiranno alla realizzazione di una residenza per studenti universitari (l’obiettivo è di mettere a disposizione quest’opera già per l’inizio del nuovo anno accademico).

I versamenti vanno fatti sul conto corrente n. 10000005363 “La Lombardia per il popolo dell’Abruzzo”, filiale Intesaspaulo di via Pirelli 16/A; Iban IT651030690954810000005363 (per i bonifici bancari nazionali) e Iban IT651030690954810000005363 BCITITMM (per i bonifici provenienti dall’estero).



**Unioneinforma**  
giugno 2009

# AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE



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



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

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

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

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

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

# Fondo Est compie 2 anni

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

## Nessuno è come Fondo Est



## Fondo Est

assistenza sanitaria integrativa  
commercio turismo servizi e settori affini

**visita subito il sito [www.fondoest.it](http://www.fondoest.it)**