



# informa Unione

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



## Camper sul territorio Unione più vicina agli associati



**Capac-Politecnico del Commercio  
Nuove cucine e presto il fotovoltaico**

**"La Lombardia per il lavoro" e "Rosa camuna":  
i premi della Regione**

(nella foto il vicepresidente vicario Unione Adalberto Corsi premiato dal Governatore Roberto Formigoni)



# 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



## Detassazione e incentivi per rilanciare i consumi

**A**nche quando si potrà considerare tecnicamente conclusa l'attuale fase di recessione permarranno, nello scenario globale, incertezze e rischi di ricaduta. Penso, in particolare, alle scorie dei titoli tossici ancora presenti nel sistema finanziario. La ripresa sarà dunque debole.

Debole, perché non vi sarà l'effetto doping dei consumi a debito; debole, perché la crisi ha fiaccato i fondamentali di molte economie; debole, perché lento e difficile sarà il riassorbimento della disoccupazione; debole, perché i debiti pubblici, cresciuti per la necessaria mobilitazione delle politiche di bilancio a contrasto della crisi, andranno progressivamente ridotti. Nel 2010 le previsioni di crescita si collocano, nell'ipotesi migliore, intorno ad un modesto mezzo punto percentuale.



Con una dinamica della crescita così contenuta, recuperare le pur non esaltanti posizioni di partenza non sarà facile e richiederà tempo.

Quanto ai consumi, il rischio è che occorra aspettare il 2011 per tornare al livello pro-capite del 2000.

Dunque, abbiamo di fronte uno scenario previsionale duro, severo rispetto al quale, però, sarebbe sbagliato reagire con il pessimismo. Dobbiamo, invece, fare molto, sapendo che possiamo fare molto. Sono deboli ma continui i segnali di ripresa che fanno registrare per il terzo mese consecutivo il segno più. Due sono le priorità per sostenere questi segnali: primo, una riduzione della pressione fiscale sui redditi da lavoro, sia attraverso misure di detassazione dei premi e del salario di secondo livello, sia attraverso la detassazione delle tredicesime, seppur in forma parziale e selettiva; secondo, l'estensione degli incentivi anche ai settori in crisi, così come si è fatto con l'auto.

L'obiettivo di queste proposte è quello di incidere positivamente e strutturalmente sul rafforzamento della produttività del sistema economico, mentre per la tredicesima si tratta di una misura dedicata alla domanda perché siamo di fronte ad una crisi che era ed è di domanda.

Non ci sono scorciatoie, infatti: più crescita e più reddito richiedono più produttività ed un minore carico fiscale.

Insomma, concentriamoci sui cantieri aperti e facciamo rapidamente avanzare i lavori in corso.

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

**3**  
**ATTUALITA'**  
IL CAMPER UNIONE:  
UNA STRUTTURA MOBILE  
PER ESSERE PIU' VICINI  
AGLI ASSOCIATI

**11**  
**FORMAZIONE**  
CAPAC POLITECNICO  
DEL COMMERCIO:  
NUOVE CUCINE  
IN VIALE MURILLO

**19**  
**TERRITORIO**  
SESTO SAN GIOVANNI:  
PRESENTATO IL PIANO  
PER IL "DISTRETTO DIFFUSO  
DEL COMMERCIO"

**Unioneinforma** è stato ultimato il 5 ottobre. (In copertina 2 foto di Massimo Garriboli)

**Il commercio "racconta" Milano**

**La storia del nostro territorio attraverso le imprese più antiche che hanno saputo rinnovarsi arrivando ad oggi senza perdere la propria identità**

**al centro del giornale**





**Unione**  
COMMERCIO TURISMO SERVIZI PROFESSIONI - MILANO



L'UNIONE a fianco degli imprenditori

**800 - 77.50.00**

**RISPONDIAMO  
INSIEME ALLA CRISI**

**Banche • Fisco • Rapporti con il Personale • Burocrazia**

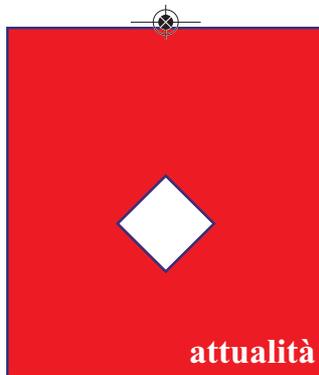
Il Numero verde dell'Unione ti mette in contatto con chi difende i tuoi diritti.

Nel giro di 24 ore sarete affiancati per trovare la soluzione ai vostri problemi più critici.

Chiamateci dal lunedì al venerdì dalle 9 alle 17.

**Più forti con l'UNIONE**

  
**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA



## L'Unione va dall'associato: con il camper

la Carta d'esercizio, adempimento che va effettuato entro la metà di dicembre. Avere il camper a fianco del proprio banco di mercato è molto comodo perché evita

necessarie. Ma la presenza del camper Unione significa in generale avere un contatto diretto con gli associati, ascoltare i problemi degli operatori. E' già programmato un fitto calendario di uscite del camper: pubblichiamo quelle fino al 23 novembre (vedi sotto).

**N**on è solo l'associato ad andare in Unione, ma è anche l'Unione che va dall'associato. Come? Con un camper che in questo periodo si può trovare nei pressi dei mercati su area pubblica di Milano.

Il camper Unione è un ufficio itinerante in piena regola: con addetti pronti ad informare su tutti i tipi di servizio, pc portatili, connessione a Internet e all'agnografe Unione. L'attività del camper è stata inaugurata - e sta proseguendo - con Apeca, l'Associazione del commercio ambulante. Con il camper gli operatori dei mercati possono infatti compilare

**Camper vero e proprio ufficio itinerante: ogni giorno, fino a metà dicembre, è nei mercati ambulanti (con Apeca per la Carta d'esercizio). Ma la presenza del camper Unione significa, in generale, poter avere un contatto molto più diretto con gli operatori**

all'operatore di doversi recare in centro - nella sede Unione, negli uffici di Apeca - per sbrigare le pratiche



Ecco i prossimi appuntamenti del camper Unione allargati a tutte le categorie di operatori: **il 27 ottobre** nell'area di mercato Garigliano/Borsieri/Lagosta/Volturno/Sebenico; **il 5 novembre** sui Navigli; **il 10** Eustachi/Plinio/ Hayez/Maiocchi; **il 13** VincenzoMonti/Ariosto,Tasso/Machiavelli; **il 23** Solferino/Brera/Dell'Orso.

*Il camper Unione sosterrà fino alle 19, anche dopo i mercati, per consentire incontri, contatti e iniziative di sviluppo associativo con tutti gli operatori del territorio interessato (negozi, pubblici esercizi ecc.): sarà disponibile materiale informativo dell'Unione e un questionario raccoglierà richieste, esigenze e proposte.*



**Unioneinforma**  
ottobre 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.

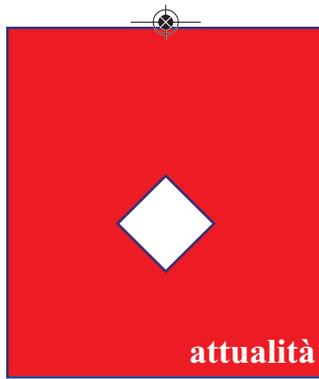
Contattaci per un preventivo gratuito.



[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.



## Al vicepresidente vicario Unione Adalberto Corsi il premio "La Lombardia per il lavoro"

**A**l vicepresidente vicario Unione (e presidente Fnaarc e Fiera Milano Expoct) Adalberto Corsi e al presidente dell'Associazione Il Salotto di Milano (gli operatori della Galleria) Rossana Galli, importanti ricono-

**E al presidente dell'Associazione Il salotto di Milano (Galleria) Rossana Galli, il premio "Rosa Camuna": "La Lombardia per il lavoro": riconoscimento anche al ristoratore Ezio Santin**

scimenti da parte della Regione Lombardia con il premio "Rosa Camuna" per la Galli e "La Lombardia per il lavoro" per Corsi. Premi istituiti nel 1996 per riconoscere il ruolo delle donne nella società (Rosa Camuna)



**Adalberto Corsi**



**Rossana Galli**

e il contributo allo sviluppo economico e sociale (La Lombardia per il lavoro). Assegnato il premio "Lombardia per il lavoro" anche al ristoratore Ezio Santin (Abbiategrasso).

*Impegno politico pubblico per il presidente Figisc e responsabile di Unione e Confindustria sui temi della sicurezza*

## Luca Squeri assessore al Bilancio della Provincia di Milano



Figisc (il sindacato dei gestori carburanti) e responsabile per

**L**uca Squeri, presidente milanese e nazionale di

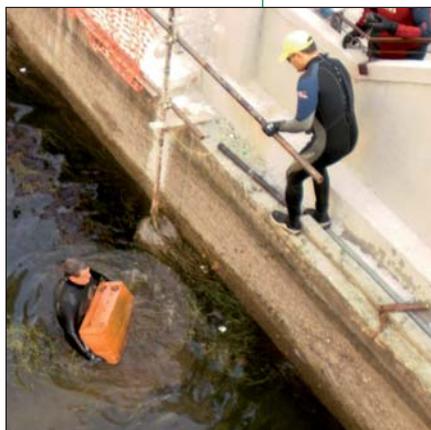
l'Unione di Milano e per Confindustria dei problemi della sicurezza, è entrato a far parte della Giunta della Provincia di Milano - il presidente della Provincia è Guido Podestà - come assessore al Bilancio, programmazione finanziaria, patrimonio e demanio. Due impegni, quello

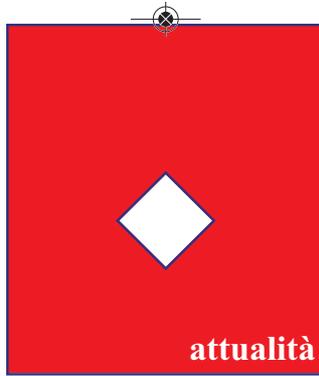
di pubblico amministratore e quello sindacale conciliabili, spiega "grazie al fatto che sia in Unione che in Provincia sono supportato da una squadra con collaboratori che rendono possibile lo svolgimento della mia attività in maniera efficace". Una responsabilità, quella pubblica di assessore

provinciale, per la quale Luca Squeri rivendica la sua appartenenza al mondo Unione "quest' appartenenza ha costituito un valore aggiunto. Devo dare merito al presidente Sangalli".

## Navigli puliti dai commercianti

Domenica 4 ottobre si è svolta l'iniziativa "Pulisci anche tu i Navigli con i commercianti" promossa dagli operatori delle Associazioni dei commercianti dei Navigli che aderiscono all'Unione. Presente Giorgio Montingelli, consigliere al territorio di Milano dell'Unione, all'iniziativa hanno preso parte anche i rappresentanti di Assomab-Solferino ed Asco San Siro. Con sacchi neri, guanti, spuntoni e scope forniti dall'Amsa è stata effettuata l'operazione-pulizia - raccolti 71 sacchi - e tre operatori, con la tuta da sub, hanno rimosso i rifiuti anche dall'acqua. L'iniziativa è stata promossa con il patrocinio del Comune - Assessorato all'Arredo, decoro urbano e verde (assessore Maurizio Cadeo).





*Ritorno a Venezia  
per il secondo Forum nazionale*

## Giovani Imprenditori Confcommercio Innovazione e servizi per rilanciare l'economia

Con il tema "Innovazione, crescita, consumi: per un'Italia più europea" si è svolta a Venezia, nella suggestiva sede di Ca' Corner (che si affaccia sul Canal Grande) la seconda edizione del Forum dei Giovani Imprenditori Confcommercio. Al Forum, con il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli e dei Giovani Imprenditori Confcommercio Paolo Galimberti, sono

interventuti, oltre a numerosi esponenti del mondo della cultura e dell'imprenditoria, i ministri Renato Brunetta, Andrea Ronchi e Giorgia Meloni, esponenti dell'opposizione come Massimo D'Alema e



**Paolo Galimberti, presidente dei Giovani Imprenditori Confcommercio e il ministro per la Pubblica Amministrazione e l'Innovazione Renato Brunetta**

l'ex ministro della Pubblica



**Giorgia Meloni,  
ministro per la Gioventù**

Istruzione Giuseppe Fioroni e il leader della Cisl Raffaele Bonanni.

Dal Forum dei Giovani di Confcommercio è stato lanciato un Programma Servizi 2015 per mettere sempre più al centro dell'economia il terziario. Un piano con pochi

punti concreti: supporto ai consumi con la parziale detassazione del reddito da lavoro dipendente; interventi sul credito alle imprese e l'innovazione, ed un punto specifico da dedicare ai giovani che fanno impresa. Paolo Galimberti ha annunciato il progetto, d'intesa con Abi (l'Associazione bancaria italiana), "Fiducia Giovani" con l'obiettivo - ha affermato - di dare credito non solo perché si forniscono



**Andrea Ronchi,  
ministro per le Politiche europee**

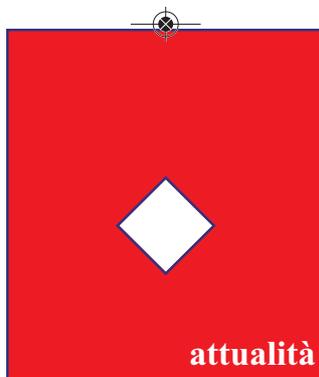
precise garanzie, ma anche perché si ha un piano di business o un'idea imprenditoriale meritevole di essere finanziata. Il presidente di Confcommercio (e dell'Unione) Carlo Sangalli ha sottolineato il

segue a pag. 8 ▶

**Carlo Sangalli,  
presidente  
Confcommercio:  
valore aggiunto  
dei servizi superiore  
al 71% del Pil.  
Paolo Galimberti,  
presidente Giovani  
Imprenditori  
Confcommercio:  
sul credito il progetto  
"Fiducia Giovani"**



**Il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli con Massimo D'Alema e il presidente dei Giovani Imprenditori Confcommercio Paolo Galimberti**



## Giovani Imprenditori... segue da pag. 7

Paese. Al Forum dei Giovani Imprenditori Confcommercio è stata presentata la ricerca "innovazione nei servizi" realizzata da Confcommercio in collaborazio-

ne con il Politecnico di Milano. Ricerca da cui, in sintesi, emergono alcune proposte: più formazione e sostegno mirato al settore dei servizi; la creazione di un percorso virtuoso da seguire (una sorta di "repertorio d'innovazione") a disposizione delle imprese.

momento difficile dell'economia e dei consumi e la necessità di dover fare molto "sapendo che possiamo fare molto. Con quell'unità di intenti e di azione tra le forze sociali, le forze politiche, le generazioni, che costituisce la parte migliore della nostra storia repubblicana". Sangalli ha ricordato il ruolo fondamentale dell'innovazione ed il valore aggiunto dei servizi, superiore al 71% del Prodotto interno lordo del nostro

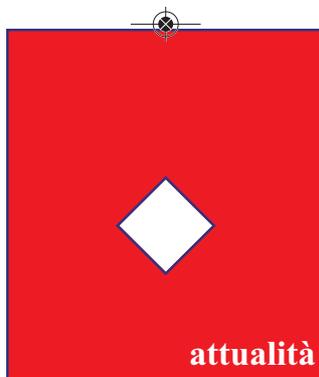


## Premio nazionale Giovani Imprenditori Confcommercio Si prepara la prima edizione: tutte le informazioni

E' indetta la prima edizione del "Premio Nazionale Giovani Imprenditori Confcommercio" finalizzata a dare un riconoscimento alle eccellenze dei settori del commercio, del turismo, dei servizi e delle professioni, che si siano particolarmente distinti per meriti economici, sociali, etici, associativi. Per partecipare al premio è necessario essere soci Confcommercio e in regola con il pagamento della quota associativa.

Il candidato deve essere proposto dalla Giunta o dal Consiglio del proprio Gruppo Giovani provinciale, di Federazione o regionale. Il modulo di candidatura va inoltrato entro il 31 ottobre agli uffici della Segreteria Nazionale dei Giovani Imprenditori di Roma, Piazza G.G. Belli 2, cap 00153. La trasmissione del modulo di candidatura (per informazioni rivolgersi al proprio Gruppo giovani di riferimento) dovrà avvenire attraverso l'inoltro di

una raccomandata a/r (per la quale farà fede il timbro postale) o una e-mail - a [giovanimpreditori@confcommercio.it](mailto:giovanimpreditori@confcommercio.it) - per la quale sarà presa in considerazione la data di invio. Il premio verrà assegnato dal Comitato di presidenza, su proposta della Commissione, a un massimo di tre candidati. Ai vincitori verrà riconosciuta una targa ricordo commemorativa della manifestazione e offerta la partecipazione "full credit" al Forum di Venezia 2010 dei Giovani Imprenditori Confcommercio.



*Claudio Rotti (Aice) su marchi e tutela del Made in Italy*

## “Made in”: meglio una norma europea

**L**e correzioni – con un nuovo decreto (ma si attendono anche i regolamenti attuativi) – agli elementi contraddittori e dannosi per le imprese nella disciplina sulla dicitura “Made in” entrata in vigore il 15 agosto con la legge 99/09, riconducono i casi di falsa e fallace indicazione della provenienza del prodotto a quelle situazioni dove viene riportato un mar-

chio che può trarre in inganno il consumatore, ma senza colpire indiscriminatamente qualsiasi dicitura riconducibile a un’azienda italiana. “Il nuovo testo, infatti – spiega Claudio Rotti, presidente di Aice, Associazione italiana commercio estero e della Consulta commercio estero di Confcommercio – definisce interamente realizzato in Italia il prodotto o la merce per il quale il disegno, la progettazione, la lavorazione ed il confezionamento sono compiuti esclusivamente sul territorio italiano”.

Le buone intenzioni di tutela del Made in Italy avevano causato un effetto boomerang sulla nostra economia: “la nostra Associazione – rileva Rotti – è da sempre convinta sostenitrice dell’obbligatorietà dell’introduzione dell’indicazione di origine sulle merci per combattere la contraffazione e per avere norme eque e condivise sui mercati internazionali, ma la materia ha la sua sede naturale in Europa. Legiferare a livello nazionale può creare situazioni di disparità fra le aziende italiane e quelle degli altri Paesi europei”.

## Incidenti stradali: semplicistico “criminalizzare” il bicchiere di vino

Un’affermazione “semplicistica” quella “che vuole il vino unico responsabile delle stragi del sabato sera. I fattori, come ci dicono tutti gli esperti, sono numerosi e tutti da combattere”: è un passaggio della risposta di Luca Zaia, ministro per le Politiche agricole, a Marcello Meregalli, amministratore delegato dell’azienda Meregalli, l’importante e storica azienda di Monza nel comparto della distribuzione vinicola. Ricordiamo (vedi *Unioneinforma* di maggio a pagina 21 n.d.r.) che Marcello Meregalli aveva indirizzato al ministro Zaia una lettera aperta dove, in sostanza, assieme ad una serie di proposte operative (fra cui una sul tasso alcolico consentito

per la guida) si invitava a non “criminalizzare” comportamenti normali come bere un buon bicchiere di vino. Zaia nella sua risposta a Meregalli sottolinea che “Il problema della sicurezza stradale è di enorme portata e richiede un’analisi lucida e approfondita proprio per evitare che conclusioni affrettate generino un capro espiatorio a discapito delle reali cause del fenomeno”. “E’ accertato – scrive – che solo il 2,9% degli incidenti stradali avviene in stato di ebbrezza”. Zaia invita perciò a “contrastare la moderna cultura dell’eccesso, diffusa soprattutto fra i giovani d’oggi, propo-

*Il ministro Luca Zaia risponde a Marcello Meregalli, amministratore delegato della storica azienda monzese nel comparto della distribuzione vinicola (che aveva indirizzato una lettera aperta al titolare del dicastero per le Politiche agricole): gli eccessi dei giovani si affrontano con un’operazione culturale e qualitativa.*



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

nendo come antidoto l’educazione alla moderazione, fatta di equilibrio e riscoperta dei reali valori della bevanda di bacco. Questo contrasto, però, può avere la sua efficacia non introducendo divieti e proibizionismi tout court, ma solo operando culturalmente, qualitativamente e dando reali informazioni capaci di cambiare veramente lo stile di vita a partire dai giovani”.



**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.**

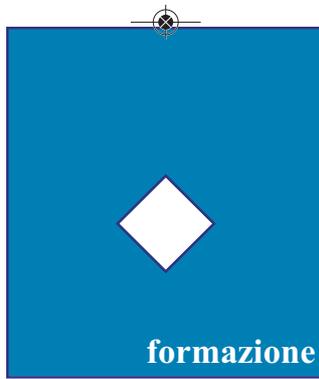
Contattaci per un preventivo gratuito.



[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.



*E sul tetto a breve saranno installati pannelli fotovoltaici*

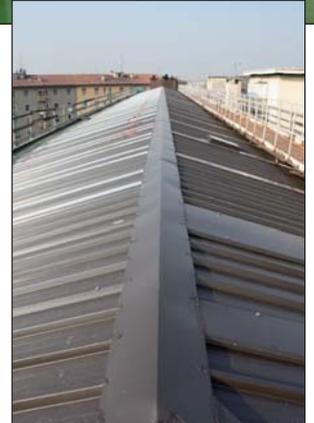
## Capac Politecnico del Commercio Ecco le nuove cucine per corsi sempre più qualificati

**E'** cominciato all'insegna delle novità il nuovo anno formativo del Capac - Politecnico del commercio di viale Murillo a Milano (02403051). Oltre a un tetto tutto rimesso a posto (*a breve saranno installati pannelli fotovoltaici per la produzione di energia pulita*) il Capac si è dotato di una cucina all'avanguardia (che ospita alcuni tra i più avanzati sistemi per la manipolazione, la cottura e la conservazione degli alimenti). Obiettivo della nuova struttura - riservata agli studenti del terzo anno del corso per operatori del settore alimentare

dei futuri datori di lavoro. Oltre ai piani di cottura tra-



forni in grado di preparare "fritture dietetiche", friggitori e piastre. Per completare l'aggiornamento e la proposta didattica, a breve saranno oggetto di ristrutturazione anche la cucina utilizzata



dizionali, la nuova cucina del Capac ospita infatti moderni piani di cottura in ceramica, frigoriferi e abbattitori di temperatura (per la preparazione di piatti "crudi"),



alberghiero e della ristorazione - è quello di ricreare, all'interno della scuola, una cucina capace di fornire ai corsi gli strumenti necessari per rispondere in modo adeguato alle richieste



dagli studenti dei primi due anni di corso e quella dedicata ai corsi serali. Una sostanziale modifica di strutture sarà presto apportata anche agli attuali laboratori del corso di orologeria.

**S.S.** (testo e foto)

**DIAMO UN LAVORO MODERNO AI NOSTRI GIOVANI**

# IL “VETRINISTA”

**UNA PROFESSIONE ALTAMENTE TECNOLOGICA,  
AFFASCINANTE E MODERNA.**



*Il Presidente A.N.V.I. Maestro Pier Polga*

**L' A.N.V.I.**

**Ass. Nazionale Vetrinisti d'Italia**

[www.vetrinisticaitaliana.it](http://www.vetrinisticaitaliana.it) - [info@vetrinisticaitaliana.it](mailto:info@vetrinisticaitaliana.it)

**organizza**

**Corsi di Formazione  
in Arte Vetrinistica,  
altamente professionali e  
legalmente riconosciuti.**

**Sono previsti a Milano ed in tutta Italia  
Corsi di Formazione in Arte Vetrinistica e Visual Merchandising  
con la docenza di Maestri altamente qualificati.**

## **I NOSTRI CORSI A MILANO:**

Con il Patrocinio dell' A.N.V.I., Associazione Nazionale Vetrinisti d'Italia,  
della Camera di Commercio di Milano, dell' U.D.O., Unione Mondiale Vetrinisti  
e della C.L.A.A.I., Confederazione Artigiani.

- |  |                      |
|--|----------------------|
| ◆ <b>VETRINISTA (diurno al Lunedì e/o Domenica) - 60 ore</b>     | <b>Euro 1.200,00</b> |
| ◆ <b>VETRINISTA FULL IMMERSION (da lunedì a sabato) - 40 ore</b> | <b>Euro 950,00</b>   |
| ◆ <b>VETRINISTA DI SETTORE MERCEOLOGICO - 30 ore</b>             | <b>Euro 690,00</b>   |
| ◆ <b>ALLESTITORE FIERISTICO - 30 ore</b>                         | <b>Euro 690,00</b>   |
| ◆ <b>FORMAZIONE ALLA VENDITA - 30 ore</b>                        | <b>Euro 690,00</b>   |
| ◆ <b>ESPOSITORE D'INTERNI (Visual Merchandising) - 20 ore</b>    | <b>Euro 590,00</b>   |

Possibilità di pagamenti dilazionati

**Per informazioni: VETRINISTA S.r.l. - Viale Monte Ceneri 58  
20155 Milano - Tel. e fax 02.39216730 - Tel. 02.39216827**



*Intesa sottoscritta tra Confcommercio e Filcams Cgil, Fisascat Cisl, Uiltucs Uil*

## Apprendistato professionalizzante anche con formazione esclusivamente aziendale

**S**ottoscritta tra Confcommercio e Filcams Cgil, Fisascat Cisl, Uiltucs Uil l'intesa che individua i criteri per il ricorso alla formazione esclusivamente aziendale nell'ambito del contratto di apprendistato professionalizzante.

Per formazione esclusiva-

mente aziendale si intende quella formazione gestita integralmente dall'azienda, all'interno

e/o all'esterno della stessa, senza ricorso a finanziamenti



pubblici. L'accordo, il primo a livello nazionale, agevola e facilita le imprese che applicano integralmente il Contratto del terziario, permettendo di modulare il percorso formativo dell'apprendista alle esigenze aziendali.



**Formazione continua: con For.Te 90 milioni di euro**

*For.Te. - il Fondo nazionale per la formazione continua dei lavoratori del terziario promosso da Confcommercio, Confetra e Cgil, Cisl,*

*Uil - ha destinato in questo 2009 quasi 90 milioni di euro agli interventi formativi, prevedendo ulteriori iniziative destinate alle aziende in crisi o in difficoltà occupazionale*

*e un Avviso dedicato ai voucher formativi individuali. Da parte delle aziende del terziario For.Te. ha registrato nell'ultimo anno un aumento delle adesioni, pari al 16,4%.*

## E con Asseprim l'accordo per gli addetti alla revisione contabile

**C**ontemporaneamente è stato sottoscritto tra Asseprim (l'Associazione dei servizi professionali alle imprese), Confcommercio e le organizzazioni sindacali dei lavoratori il protocollo specifico per l'apprendistato degli ad-

detti alla revisione contabile che recepisce l'accordo sulla formazione esclusivamente aziendale (vedi sopra n.d.r.), adeguando il profilo formativo dei revisori alle competenze richieste per accedere allo specifico albo professionale.



**R**emo Ottolina è il presidente di Altoga, l'Associazione lombarda torrefattori (Ottolina è anche vicepresidente



*Intervista a Remo Ottolina,  
presidente di Altoga (torrefattori)*

## Host nel segno del caffè

nazionale della categoria).

**Presidente Ottolina, in questi giorni c'è Host, il Salone internazionale dell'ospitalità professionale (organizzato da Fiera Milano Expects) e il caffè è un grande protagonista...**

*"Certamente: il caffè è un prodotto trainante del Made in Italy perché nel nostro paese avviene la tostatura della materia prima che giunge da ogni parte del mondo. Quando si dice caffè espresso, si pensa all'Italia. A Host, nel 'Villaggio del caffè', è presente l'intera filiera del*

*caffè: da quello verde fino alla tostatura".*

**Per fare un buon caffè non si può improvvisare...**

*"Assolutamente. Con la Professional Coffee Academy, la prima Scuola di caffetteria a Milano, vengono formati gli operatori del settore dei pubblici esercizi. In questi ultimi tre anni abbiamo formato circa 3.500 operatori".*

**A Host Altoga promuove un convegno su caffè e salute.**

*"Con quest'appuntamento evidenziamo gli effetti benefici e protettivi del caffè sul nostro corpo".*

## Con Cisgem l'open day del gioiello

A Milano – con Cisgem (Centro informazioni e servizi gemmologici: società controllata dalla Camera di commercio in partnership con l'Associazione orafa lombarda) un open day del gioiello a Palazzo dei Giureconsulti.

Una giornata dedicata alla qualità delle pietre preziose con gioielli in mostra, lavorazione dal vivo dei preziosi, sfilata di moda orafa e certificazione gratuita dei gioielli. Ai partecipanti è stato consegnato un voucher che consentirà, previo appuntamento presso i laboratori di Cisgem (viale Achille Papa), di ottenere gratuitamente la certificazione dei propri gioielli. "Cisgem – ha dichiarato il presidente Dario Bossi – svolge un'importante funzione di controllo della qualità dei materiali gemmologici e dei metalli preziosi. Il suo laboratorio è dotato di

tecnologie avanzate (microsonda a laser Raman, microscopio elettronico, spettrofotometri e spettrometro, spettrometria di massa con associata ablazione laser per l'analisi chimica dei materiali) che insieme all'esperienza dei propri analisti, permettono di distinguere tutti i materiali in commercio e individuarne anche le più recenti sintesi e sofisticazioni".

Al convegno promosso in occasione dell'open day del gioiello, dal tema "Pietre sicuramente preziose. Conoscere ed apprezzare i gioielli: guida all'acquisto sicu-



**Dario Bossi,  
presidente Cisgem**



ro", con Dario Bossi hanno preso parte, fra gli altri, Umberto Bellini, consigliere della Camera di commercio di Milano; Luca Buccellati, presidente dell'Associazione orafa lombarda e Gaetano Cavalieri, presidente Cibjo (la Confederazione mondiale degli operatori dei gioielli e dei preziosi).



## Il commercio "racconta" Milano

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

# La Merceria Ripamonti a Groppello di Cassano d'Adda



Teodoro Ripamonti emigrato in Sudamerica mentre stira con un centimetro attorno al collo (1920 circa)



Ritratto di Teodoro Ripamonti ed Erminia Testa in occasione del loro matrimonio (1925)



La famiglia Ripamonti davanti al negozio addobbato per la festa di San Bartolomeo. Da sinistra: Enrico, Maria Franca, Teodoro ed Erminia (inizio anni '40)

**G**roppello è una piccola frazione di Cassano d'Adda che sorge sulle sponde del Naviglio della Martesana a pochi metri dalle rive dell'Adda. Nella via Calabiana, che congiunge la piazzetta del paese con il palazzo arcivescovile, troviamo le tre vetrine dello storico negozio di merceria e abbigliamento della famiglia Ripamonti.

Nel negozio, che occupa due luci, ci accoglie calorosamente l'attuale titolare Rachele con il marito Giuseppe Motta, la zia Maria Franca e il genero Michele Nava e vediamo esposta una varietà di articoli di merceria, intimo, maglieria, ombrelli, guanti, lenzuola e tovaglie. Per sederci ad ascoltare il racconto dei nostri testimoni facciamo pochi passi nella via ed entriamo dalla terza vetrina in un locale, non contiguo alla merceria, dove sono esposte decine di bellissimi presepi e centinaia di statuine. Una passione, quella dei coniugi Motta per i presepi, che da alcuni anni ha assunto anche una dimensione commerciale, facendo del negozio un punto di riferimento per gli appassionati presepisti ben oltre i confini di Cassano.

L'attività commerciale della famiglia Ripamonti a Groppello ha inizio con il nonno di Rachele Teodoro Ripamonti, nato nel 1891 come ultimo di cinque fratelli. Orfano alla nascita e con un'infanzia di stenti, inizia giovanissimo ad andare a bottega presso un sarto di Fara Gera d'Adda e, una volta appreso il mestiere, emigra in Sud America. A Rio de Janeiro incomincia l'attività in proprio di sarto e di barbiere e là resta fino al 1923 quando decide di

tornare a Groppello. Nel 1925 Teodoro conosce e sposa Erminia Testa e con lei decide di aprire un negozio dove lavorano insieme come sarti e dove alla sera lui esercita anche l'attività di barbiere.

Oltre ad offrire le loro creazioni sartoriali, Teodoro e Erminia vendono i tessuti per la confezione di abiti e ben presto estendono il commercio ai vari articoli di merceria. Alla sera, invece, è uso che la bottega del sarto venga liberata per far posto alle sedie dove ci si siede a farsi radere e a fumare il sigaro in compagnia. Anche se ci può apparire strana questa commistione, Rachele racconta come ciò fosse la normalità: "Era un'attività che comunque sempre nel contesto dei paesi, almeno di Groppello, viveva insieme. Cioè la sera, quando tornavano dai campi, si usava andare dal barbiere per sbarbarsi e durante la giornata il barbiere faceva il sarto". Ancora a metà degli anni '50, ci dice Rachele, nonno Teodoro radeva i propri clienti alla sera nei locali del negozio.

Nei primi anni di attività la famiglia abita lungo il Naviglio in via Fara, nei locali acquistati da Teodoro al momento del matrimonio e che ospitavano casa e bottega. Nel 1932 la famiglia, che intanto si è ampliata con la nascita di Enrico nel 1926 e Maria Franca nel 1930, si trasferisce in via Calabiana dove acquista i locali in cui ci troviamo e il piano superiore: al piano terreno vi è la zona giorno con il negozio e la cucina e di sopra la zona notte.

L'attività di sartoria prosegue come quella di barbiere fino agli anni '50 e il commercio di mercerie, tessuti e telerie, oltre a fungere da perfetto complemento alla sartoria, si afferma rapidamente come la principale fonte di reddito del negozio. La presenza di Teodoro ed Erminia è un riferimento per la piccola comunità che presso di loro trova risposta a diverse esigenze per la cura della persona e della casa. Nei difficili anni di guerra spesso i Ripamonti si trovano a vendere la propria mercanzia barattandola con forme di formaggio o farina, beni che in quei frangenti valgono ben più del denaro.

I figli Enrico e Maria Franca crescono nel negozio al fianco dei genitori, ma nessuno dei due prosegue l'attività di sarto: il maggiore studia da perito meccanico e trova impiego presso gli stabili-





Mariuccia Brambilla beve il caffè accanto ad un arcolaiolo nella cucina contigua al negozio. Sullo sfondo si intravede Maria Franca Ripamonti nel laboratorio di maglieria (anni '60).



Mariuccia Brambilla e il marito Enrico Ripamonti con la figlia Rachele a Perugia (metà anni '60)



Nelle foto Teodoro Ripamonti ed Erminia Testa nella cucina contigua al negozio (fine anni '60)



menti del Linificio e canapificio nazionale a Cassano mentre Maria Franca decide di imparare a produrre maglieria. Dopo essere stata qualche tempo in un maglificio per apprendere i metodi di lavorazione decide di mettersi in proprio come artigiana aprendo una ditta individuale e comincia installando una macchina per la maglieria nel retro del negozio. Il lavoro richiede un notevole impegno fisico, "Ma quanto lavoro... quanto lavoro!" ricorda oggi Maria Franca, che però si appassiona e passa le sue giornate realizzando maglie per la clientela.

A Cassano Enrico conosce Mariuccia Brambilla, anche lei impiegata presso il Linificio e canapificio nazionale e nel 1953 i due si sposano. Enrico mantiene il proprio impiego mentre Mariuccia lo lascia per entrare nell'orbita del negozio dove aiuta i suoceri in sartoria e la cognata nei lavori di maglieria. In occasione del loro matrimonio si decide di ristrutturare i piani superiori per ricavare un appartamento da destinare alla giovane coppia e nel 1954 la famiglia di Enrico e Mariuccia si completa con la nascita di Rachele.

Con il passare degli anni e il mutare delle abitudini si riduce sempre più l'attività sartoriale mentre in parallelo aumenta la vendita di abbigliamento: intimo, maglieria, articoli per l'infanzia.

Per Maria Franca l'integrazione nell'attività di famiglia è cosa naturale, vista la complementarità tra la produzione di maglieria e l'attività commerciale del negozio. Anche la vendita di filati da maglia viene introdotta in negozio da Maria Franca che si rifornisce presso le principali case produttrici italiane e ottiene un positivo riscontro in termini di vendite.

Anche Enrico, che pure ha il proprio lavoro in fabbrica a Cassano, ha un proprio ruolo nella conduzione dell'impresa: per andare a rifornirsi dai grossisti e dai fornitori è lui che guida l'automobile e porta la sorella o la madre a scegliere i prodotti per il negozio.

Nel 1967, durante una di queste trasferte per rifornire il magazzino, i due fratelli hanno un grave incidente d'auto nel corso del quale Enrico perde la vita e Maria Franca rimane gravemente ferita. La tragedia si abbatte sulla famiglia che, oltre al dolore e alla faticosa riabilitazione di Maria Franca, deve affrontare le difficoltà nella gestione del negozio. La produzione di maglieria grava esclusiva-

mente su Mariuccia, mentre i due anziani fondatori mandano avanti il negozio.

Nel racconto dei nostri testimoni questo periodo a cavallo tra la fine degli anni '60 e i primi '70 emerge come una fase difficile nella vita della famiglia e dell'impresa. Oltre alle conseguenze dell'incidente, infatti, viene a mancare la nonna Erminia nel 1971

e il nonno Teodoro nel 1976.

Fortunatamente Maria Franca si riabilita quasi completamente e può rientrare a dare il suo contributo in negozio. Non c'è più Enrico a condurla nei giri degli acquisti, ma, dopo alcuni anni in cui deve recarsi in taxi dai fornitori, è Rachele che prende la patente e inizia ad accompagnare la zia. Nel 1973 i Ripamonti procedono ad una ristrutturazione dei loro locali: al piano terra viene rimossa la cucina e di conseguenza è possibile raddoppiare lo spazio a disposizione del negozio.

In quegli anni a garantire la sopravvivenza dell'impresa sono l'impegno, la forza di volontà e la dedizione di Maria Franca che alla morte del padre eredita la proprietà del-





## Il commercio "racconta" Milano

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



La via Calabiana vista dal negozio dei Ripamonti. In fondo alla via il ponte sulla Martesana (anni '60)

l'esercizio commerciale.

La seconda metà degli anni '70 è un periodo di grandi e felici novità in famiglia, dopo i precedenti anni di difficoltà: nel '75 Rachele sposa Giuseppe Motta e dal loro matrimonio nascono Enrica nel '76 e Claudia nel '78. L'abitazione sopra il negozio non può ospitare la famiglia che si è allargata e così Giuseppe e Rachele si trasferiscono, pur restando a Gropello, poco distanti dai parenti.

Contemporaneamente, siamo nel 1976, Maria Franca alla morte del padre chiude l'iscrizione all'Albo artigiani e iscrive l'impresa all'Unione del commercio. Rachele fino ad allora non ha mai lavorato in negozio, se si eccettua la collaborazione che può dare un familiare nei momenti liberi, né ha seguito la strada auspicata dai genitori che l'avrebbero voluta segretaria d'azienda, ma ha intrapreso la professione di educatrice e lavora per venti anni presso l'asilo di Cassano. Alla fine degli anni '80 tuttavia il richiamo del commercio si fa sentire e, una volta maturata la pensione come maestra, Rachele decide di affiancare la zia Maria

Franca cui succede alcuni anni dopo alla guida del negozio.

Giuseppe Motta, classe 1951, anche lui di Gropello, ha fatto le scuole commerciali e in quegli anni lavora come responsabile del settore informatico in una grande impresa. Accanto all'impegno professionale, Giuseppe coltiva una grande passione per la creazione e la

costruzione dei presepi, passione che condivide con la moglie e che lo porta a interessare contatti e relazioni a livello nazionale. Nel 1991 Giuseppe è tra i fondatori della sezione di Gropello dell'Associazione Italiana Amici del Presepio e contribuisce attivamente all'allestimento di mostre e alla realizzazione di corsi specialistici. A Gropello viene organizzata annualmente, durante il periodo natalizio, una mostra di presepi che richiama fino a ventimila visitatori e che nel 2009 raggiungerà il traguardo della ventiduesima edizione.

Negli ultimi dieci anni il negozio della famiglia Motta-Ripamonti ha cominciato a mettere in vendita articoli religiosi e oggettistica per la realizzazione di presepi, dedicando all'esposizione di questi una parte dello spazio del negozio. Inoltre nel 2002 Giuseppe ha deciso di mettere a frutto le proprie competenze informatiche per valorizzare l'hobby di famiglia: con la collaborazione della moglie ha dato vita ad un sito internet [www.presepionline.com](http://www.presepionline.com) che in pochi anni è diventato un punto di riferimento per la comunità degli appassionati ben oltre la cerchia dei conoscenti. Oggi Giuseppe e Rachele, grazie alla loro competenza e a questo strumento di comunicazione, riescono a vendere oggetti per corrispondenza e a fornire consulenze specialistiche molto apprezzate per la realizzazione di presepi artistici.

Ecco come Giuseppe ricostruisce la nascita del sito: "Quando abbiamo pensato a un discorso del genere era molto limitativo legarci al luogo, a Gropello. Anche perché facendo noi i corsi [come Associazione], avevamo oltre 1.200 persone che li avevano frequentati. Bisognava divulgare questo discorso, farci conoscere. Questi 1.200

arrivavano da Lombardia, Piemonte, Liguria, le regioni limitrofe [...]. In effetti col discorso di internet attualmente spediamo in tutta Italia, però il bello è che riusciamo a costruire i presepi..., abbiamo aiutato telefonicamente suggerendo con l'esperienza a Napoli un presepe di 80 metri quadrati".

Nel 1989 il punto vendita viene ampliato con l'acquisto di un altro locale di 120 metri quadrati dotato di due vetrine lasciato libero da una macelleria. Questo secondo negozio dista pochi passi dal primo, ma i due non comunicano direttamente: per questo lo spazio di vendita ai clienti è stato portato nel locale più ampio mentre il negozio originario è diventato magazzino e luogo di esposizione di presepi e altri articoli religiosi.

Nel 1998 c'è stata l'ultima modifica nella titolarità dell'impresa che, mantenendo la natura di ditta individuale, è passata da Maria Franca a Rachele e in quel frangente è stata ampliata la merceologia trattata per includere gli articoli religiosi e natalizi.

Le due figlie di Giuseppe e Rachele, Enrica e Claudia, pur avendo seguito strade autonome, sono molto affezionate al negozio di famiglia dove passano spesso a trovare i

Locandina dell'ultima Mostra di presepi realizzata a Gropello in occasione del Natale 2008





### Presepi On Line

di Rachele Ripamonti  
Articoli natalizi e religiosi  
Aperto tutto l'anno

20062 Cassano d'Adda (Mi) - fraz. Gropello - Via Calabiana 5  
Tel. e Fax 0363 360277 - Cell. 328 2163264  
E-mail: [info@presepionline.com](mailto:info@presepionline.com) - [www.presepionline.com](http://www.presepionline.com)  
P.IVA 12781590158 - C.F. RPM RHL 54M59 C003B

Biglietto da visita di Presepi On Line

CCCLI





## Il commercio "racconta" Milano

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



Luminarie per presepi per simulare le diverse fasi del giorno (2009)

La via Calabiana con le tre vetrine attualmente occupate dal negozio di Rachele Ripamonti. La prima a sinistra venne acquisita nel 1932, le due più a destra nel 1989 (2009)



Statue per presepio esposte nel negozio (2009)

I nostri testimoni. Da sinistra: Franca Ripamonti, Giuseppe Motta, Rachele Ripamonti e Michele Nava (2009)



genitori. Enrica ha studiato ragioneria, ha proseguito gli studi laureandosi in economia e commercio all'Università Cattolica di Milano e attualmente lavora come responsabile amministrativa di una società. Claudia invece, compiuti gli stessi studi superiori della sorella, ha frequentato l'Isef conseguendo la laurea in scienze motorie e oggi esercita la professione di osteopata. Nel 2005 Claudia ha sposato Michele Nava, anch'egli laureato in scienze motorie, che lavora come specialista presso le scuole elementari della zona. Anche Michele ha il commercio nel sangue, cresciuto nel negozio di alimentari del nonno, e, poiché il lavoro nelle scuole gli lascia molte ore libere, può dedicare una parte del suo tempo ad aiutare i suoceri in negozio. Se da un lato questo gli ha richiesto

una particolare impegno per impraticarsi con la merceologia trattata, dall'altra gli ha consentito di lavorare continuativamente con Giuseppe sui presepi, per i quali anche Michele ha sviluppato una vera passione.

Oltre all'apertura del sito internet, l'impresa si è rinnovata con l'introduzione di sistemi informatici per la gestione del magazzino e delle scorte, mentre ha cercato di conservare la propria immagine nei confronti dei clienti mantenendo inalterata l'ampia scelta e la qualità nei capi di abbigliamento e negli articoli casalinghi. Una delle forze del negozio sta infatti nella capacità di soddisfare le diverse esigenze degli abitanti di Groppello dai 2 agli 80 anni e di selezionare per la propria clientela merce

di buona qualità a prezzi accessibili.

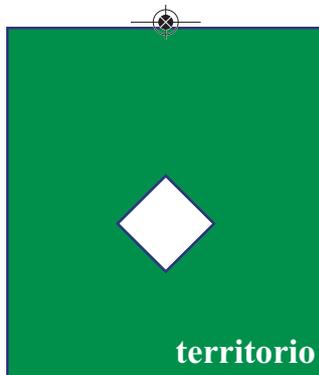
Il successo nel lungo periodo del negozio si deve in buona parte a questo ampio ventaglio di offerta, che intercetta i bisogni di diverse fasce generazionali. Il cliente che un giorno viene per acquistare delle lenzuola, può tornare un altro giorno per le calze e un altro ancora per fare un regalo al figlio o al nipotino.

Una delle politiche dell'impresa è quella di evitare l'acquisto di prodotti di scarsa qualità confezionati in alcuni paesi esteri, così come quella di non trattare le marche più alla moda, poiché spesso in questi casi il prezzo degli articoli è giustificato esclusivamente dal nome e non è supportato da una comprovata qualità. La scelta dei materiali e degli articoli da mettere in vendita è dunque una delle attività più importanti per la famiglia che utilizza diversi canali per rifornire il negozio. Per un paio di marche di intimo e calze è ancora utilizzato il rapporto con il rappresentante diretto, mentre è più frequente l'approvvigionamento presso i grossisti o direttamente presso i produttori. Gli acquisti alla fonte avvengono sia negli spazi

aziendali presso le singole fabbriche che nei centri tessili dove si trova concentrata la merce di diversi produttori. L'obiettivo che si pone Rachele con i suoi familiari è quello di "rispondere con amore alle richieste della clientela, accostandomi con rispetto ed interesse ad ogni singola persona, a prescindere dalla vendita stessa. E' veramente piacevole soddisfare l'esigenza del cliente, che trova l'articolo che richiede, viene capito, ascoltato e considerato. Se non fosse per il rispetto di questi valori finirebbe il piacere di vendere perché tutto si ridurrebbe alla merce". Ci permettiamo di aggiungere che proprio il rispetto di questi valori ha consentito all'impresa di arrivare con slancio al traguardo degli 80 anni di attività.

**Andrea Strambio De Castilia**  
(con la collaborazione di Maria Chiara Corazza)





## Sesto San Giovanni: presentato il piano per il "Distretto diffuso del commercio"

**S**ono complessivamente 270 i commercianti, a Sesto San Giovanni, i cui esercizi sono posti lungo la direttrice del "Distretto diffuso del commercio" il cui piano è stato elaborato dall'assessorato al Commercio e da quello alla Pianificazione attuativa, in stretta collaborazione con l'Ascom territoriale di Sesto. Il progetto è stato presentato dall'assessore al Commercio di Sesto San Giovanni Claudio Zucchi, dall'assessore alla Pianificazione attuativa Vincenzo Amato

Gli operatori commerciali posizionati sul percorso del distretto potranno presentare (e trenta di loro lo hanno già fatto) i progetti di ammodernamento e gli interventi conservativi e/o innovativi previsti o anche appena compiuti per i propri esercizi. Riceveranno il 50% della somma investita sotto forma di finanziamento regionale. "Il piccolo commercio - ha detto l'assessore alla Pianificazione Attuativa Vincenzo Amato - è per noi la

il bando, ha poi aggiunto l'assessore al Commercio Claudio Zucchi, "particolare attenzione verrà data alle sinergie e alle opzioni stilistiche per l'arredo della città: ad esempio, per quanto attiene alla nuova illuminazione, stiamo individuando due tipologie di fari e lampioni".



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

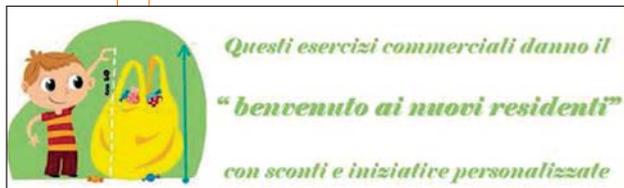
"L'obiettivo - conclude l'assessore Zucchi - è quello di una città più bella, ed anche insegne, tendoni e tavolini del commercio concorreranno, attraverso l'adozione di uno 'stile' riconoscibile e attraente". Il presidente dell'Ascom di Sesto Zeffirino Melzi ha sottolineato "l'importanza di fare del Distretto uno snodo di raccordo e proposizione di manifestazioni e iniziative", con ricadute virtuose sull'intera rete commerciale cittadina. "L'auspicio - ha detto ancora Melzi - è che il bando venga

approvato e possa poi essere ripresentato allo scadere dei tre anni dando vita ad un percorso il cui obiettivo finale sia quello della riqualificazione generale della città".

**F.R.**

### Gorgonzola dà il "benvenuto ai nuovi residenti" Sconti e promozioni negli esercizi commerciali

loro di ottenere sconti e promozioni in



30 esercizi commerciali (bar, ristoranti, negozi di abbigliamento, artigianato...) aderenti all'iniziativa. Lo scopo è quello di rendere partecipi i nuovi residenti

alla vita della città facendo conoscere le attività e le offerte fruibili; cercando di creare una relazione duratura e incentivare la visibilità e la valorizzazione della attività commerciali e dei servizi di Gorgonzola e garantendo una maggiore vivibilità, frequentazione e sicurezza dell'intera città.

**M.D.**

L'Ascom territoriale di Gorgonzola presenta in questi giorni l'iniziativa "Benvenuto ai nuovi residenti", realizzata con la collaborazione del Comune. Tutte le persone e le famiglie che nel 2009 hanno acquisito la residenza nel Comune di Gorgonzola, riceveranno una lettera di benvenuto contenente un blocchetto di coupon che permetterà

e dal presidente dell'Ascom di Sesto Zeffirino Melzi. L'obiettivo principe del "Distretto diffuso" di Sesto è quello di "potenziare la competitività dei negozi al dettaglio e degli esercizi pubblici.

spina dorsale e l'anima stessa della città. Al contributo dei commercianti si aggiungeranno i lavori di rinnovamento degli arredi urbani, dell'illuminazione e della cartellonistica previsti nel piano". Per vincere



## “Butchers for children”: in via Spallanzani raccolti oltre 18.000 euro

“Butchers for children” - con 150 maestri macellai provenienti da diverse regioni italiane ed anche dall'estero - è stata promossa da Ascospallanzani con il supporto dell'Unione di Milano (Promo.Ter Unione), il patrocinio e sostegno del Comune di Milano, Assessorato alle Attività Produttive, e la collaborazione di Amsa. Novità di quest'anno la partnership con l'Istituto dei Ciechi di Milano e l'Unione Italiana dei

Ciechi e degli Ipvovedenti (ad essi saranno interamente destinati i fondi raccolti): lungo la via Spallanzani è stato infatti allestito un “percorso al buio” dei gusti e dei sapori della nostra tradizione gastronomica. L'esperienza di via Spallanzani ha tratto origine dal “Dialogo nel buio” dell'Istituto dei Ciechi di Milano che dal dicembre 2005 ha finora avuto 230.000 visitatori. Presenti all'appuntamento di “Butchers for children” con i macellai dell'Associazione milanese, anche il Sindacato dettaglianti ortofrutta e l'Associazione panificatori. La degustazione dei vini è stata offerta dalle “Terre del Gattopardo”. Fra le altre iniziative, le esposizioni di auto (con Fiat e Seat) e la presenza di un gruppo di artigiani e produttori agricoli del consorzio “Finché avro le mani”.

**Il ricavato di assaggi e degustazioni destinato a Istituto dei Ciechi di Milano e Unione Italiana dei Ciechi e degli Ipvovedenti**

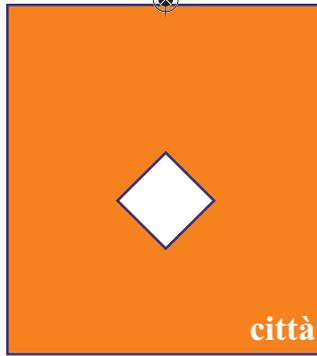
**O**ttimo successo di pubblico e di fondi raccolti con assaggi e degustazioni - 18.200 euro - per “Butchers for children”, il “Percorso dei macellai tra tradizione, artigianato e innovazione”, la manifestazione svoltasi a Milano in via Spallanzani e piazza Santa Francesca Romana.

*Via Spallanzani: taglio del nastro di “Butchers for children” 2009 ad opera dell'assessore alle Attività produttive del Comune di Milano Giovanni Terzi (a destra). Da sinistra, il presidente di Ascospallanzani Giorgio Pellegrini, il consigliere Unione al territorio di Milano Giorgio Montingelli, il commissario straordinario dell'Istituto dei Ciechi di Milano Rodolfo Masto, Giorgio Forattini. A destra, vicino a Terzi, il presidente del Sindacato dettaglianti ortofrutta Dino Abbascià*

**Unioneinforma**  
ottobre 2009



Con la collaborazione e il supporto di Ascomodamilano è stata promossa dall'assessorato regionale a Industria, pmi e cooperazione della Regione Lombardia una campagna pubblicitaria anticontraffazione con la diffusione di locandine e l'installazione di manichini in vie commerciali e punti nevralgici della città. E con slogan come "La contraffazione non è una montatura" e "Tu compri una borsa e loro ti fanno le scarpe". Obiettivo



Con il supporto di Ascomodamilano

## Regione: campagna pubblicitaria anticontraffazione

della campagna è stato quello di sensibilizzare l'opinione pubblica sulla necessità di contrastare un fenomeno

che, soltanto negli ultimi dieci anni, è aumentato del 1.600%. In occasione della presentazione della campagna (con - fra gli altri - l'assessore Romano La Russa e il vicepresidente vicario di Ascomodamilano Guido Orsi), il comandante del Gruppo della Guardia di Finanza di

Milano Roberto Fazio ha ricordato come dall'inizio del 2009, a Milano, siano stati sequestrati 6 milioni di prodotti contraffatti. (B.B.)

**Manichini anticontraffazione in piazza San Babila** (foto M.D.)  
**e corso Buenos Aires** (foto B.B.)

## Alcol, iniziativa per un consumo "consapevole"

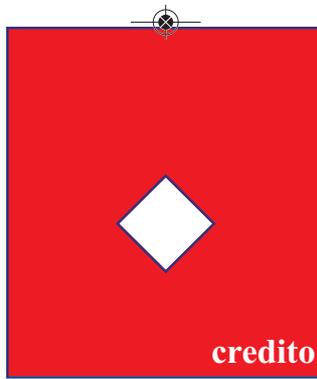
Entra nella fase operativa la campagna di sensibilizzazione sui danni provocati dall'abuso di alcol promossa dal Comune di Milano-Assessorato alla Salute (in collaborazione con l'Unione). Le associazioni del sistema Unione coinvolte (i pubblici esercizi con Epam e gli operatori interessati del dettaglio alimentare con Assofood, Associazione macellai, Sindacato dettaglianti ortofrutta e Apeca, l'associazione degli ambulanti) hanno diffuso i cartelli da esporre presso i punti vendita e i locali milanesi. Sono oltre 4.000 i cartelli (personalizzati anche con i loghi delle associazioni) per pubblici esercizi e negozi a Milano con il messaggio "Non sei tu

che abusi dell'alcol. E' lui che abusa di te". I cartelli della campagna di sensibilizzazione per prevenire l'abuso di alcol si possono trovare anche in punti vendita della grande distribuzione (in collaborazione con Federdistribuzione). L'accordo tra Comune e Unione ha come obiettivo proprio quello di promuovere una serie di iniziative che favoriscano un consumo consapevole dei prodotti alcolici - diffondendo una cultura del bere di qualità e responsabile - a partire dai minorenni con età fra i 16 e 18 anni (non direttamente coinvolti, quindi, dagli effetti dell'ordinanza comunale del 20 luglio che

vieta il consumo di bevande alcoliche



per i minori di 16 anni).



*Per il capoluogo lombardo  
3 milioni di euro complessivi*

## Finanziamenti alle imprese danneggiate dai cantieri A Milano sportello Fidicomet per il bando del Comune

**R**icordiamo che fino al 30 è ancora possibile presentare la domanda di agevolazione per accedere alle risorse previste dal bando destinato alle imprese commerciali danneggiate dai cantieri pubblici. L'intesa tra Regione e Comune di Milano ha messo in campo, per il capoluogo lombardo, 3 milioni di euro (due da parte del Comune ed uno dalla Regione) e l'Unione ha messo a disposizione dell'Amministrazione comunale milanese l'attività del proprio Fondo di garanzia fidi, Fidicomet, per supportare l'operatività del Fondo rotativo previsto per i finanziamenti alle imprese. Il bando prevede la concessione di finanziamenti bancari a tasso agevolato, fino a un massimo di 20.000 euro e per una durata massima di 60 mesi (di cui 12 mesi di preammortamento) garantiti per il 75% da Fidicomet (Misura A) e contributi in abbattimento tassi fino a 3 punti percentuali dell'ammontare attualizzato degli interessi sul finanziamento bancario (Misura B). Fidicomet (via Serbelloni

2, fermata MM Palestro) ha attivato un apposito sportello per le imprese interessate. Telefonare allo 02/76300250, oppure inviare un'e-mail a: sportello@fidicomet.it.



## Voucher per i filtri antiparticolato

**Con Assomobilità e Fidicomet  
possibilità di accesso ai finanziamenti agevolati regionali**

*Da metà mese è esteso il fermo della circolazione agli autoveicoli Euro 2 diesel (nelle giornate dal lunedì al venerdì, escluse quelle festive infrasettimanali, dalle 7,30 alle 19,30, fino al 15 aprile 2010). Risultano ancora disponibili risorse per installare i filtri anti particolato, con un contributo regionale al 50% a fondo perduto attraverso la richiesta di voucher.*

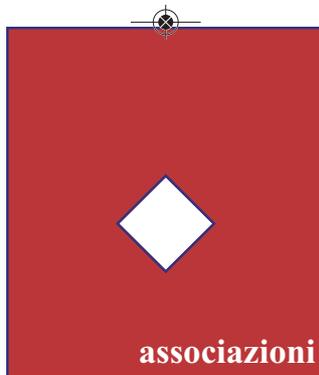
*In considerazione anche del difficile periodo congiunturale, Assomobilità ha avviato a Milano, a sostegno degli operatori interessati ad installare il Fap (che permetterebbe ai veicoli commerciali di passare da Euro 0, 1, 2 a Euro 3 e, in molti casi, da Euro 2 a Euro 4/5) un'iniziativa con Fidicomet, il Fondo di garanzia fidi Unione L'iniziativa è destinata sia a coloro i quali - residenti in Zona A1 - possono beneficiare del contributo regionale, sia a coloro i quali - residenti al di fuori della Zona A1 - intendono acquistare il filtro con un finanziamento di 6.000 euro restituibili in 24 mesi e di 10.000 euro restituibili in 36 mesi a tasso convenzionato.*

*I voucher della Regione che coprono il costo di installazione del Fap riguardano un contributo che è stabilito in misura fissa pari a: 2.000 euro a filtro, per i veicoli N1; 2.500 euro a filtro, per i veicoli N2; 3.000 euro a filtro, per i veicoli N3.*

Per informazioni contattare Fidicomet (027630021) e Assomobilità (027750288).



**Unioneinforma**  
ottobre 2009



Margherita Del Castillo

*Intervista al presidente Margherita Del Castillo*

## Guide turistiche (Gitec): diamo ai visitatori una Milano più accogliente

**G**itec: cioè "Guide Italiane Turismo e Cultura". E' la nuova associazione (aderisce all'Unione di Milano), costituita nel luglio di quest'anno. Il 50% degli operatori associati a Gitec è in Lombardia, il restante nelle altre regioni del centro-nord. Le guide turistiche rappresentate da Gitec si contraddistinguono per l'alto livello di formazione: prevalentemente laureate e con conoscenze territoriali e culturali fortemente radicate.

L'Associazione è organizzata in sei commissioni, ognuna coordinata da un consigliere responsabile: commissione territorio, legislativa, marketing e pro-



getti, regolamento, comunicazione e formazione.

Presidente di Gitec è Margherita Del Castillo. A lei chiediamo innanzitutto chi può aderire all'associazione: "Le guide turistiche abilitate. Per diventare guida turistica bisogna aderire al bando della provincia di per-

### La nuova Associazione punta a uno sviluppo territoriale nelle varie Ascom

tenza ed i requisiti sono, oltre ad un diploma di scuola superiore ed alla conoscenza di una lingua, la conoscenza del territorio dal punto di vista artistico, culturale, dei trasporti".

#### Gli obiettivi di Gitec?

"Puntiamo al miglioramento delle condizioni di lavoro della professione di guida turistica accrescendo la qualità formativa: vogliamo, ad esempio, dare l'opportunità alle guide associate di fruire di corsi di formazione in ambito linguistico, in collaborazione con il Capac Politecnico del Commercio. Inoltre le guide turistiche potrebbero essere formate non solo in ambito prettamente

architettonico e monumentale, ma anche nel settore moda. Basti pensare alla recentissima esperienza di Enjoy Milan, in cui le guide turistiche sono state coinvolte con visite ai negozi del Quadrilatero della moda. Dal punto di vista più strettamente associativo Gitec si deve ampliare e far conoscere sul territorio lombardo e nazionale coinvolgendo le Ascom".

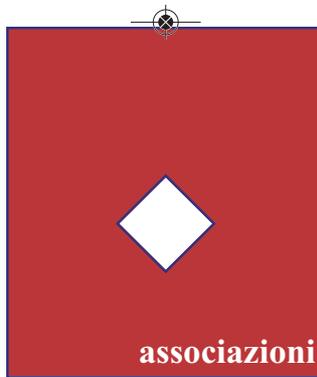
#### E i maggiori problemi del settore?

"La presenza di guide turistiche non abilitate. Un obiettivo di Gitec è proprio la lotta all'abusivismo contro queste figure che, in altri Paesi come in Francia, per esempio, possono praticare la loro professione senza

l'abilitazione. Qui in Italia è fondamentale aver superato un esame. Bisognerà inoltre lavorare molto sul miglioramento dei servizi di accoglienza del turista. Servizi che, se trascurati, possono minare il rapporto fra guida e cliente/turista".

#### Quali servizi di accoglienza dovrebbero essere migliorati?

"A Milano (ma anche in altre città, seppur in minor misura) le zone di sosta e parcheggio. Andrebbero ampliate alcune aree di sosta, come piazza Castello, per permettere ai pullman di sostare almeno mezz'ora e concedere ai turisti qualche minuto di sosta per poter spiegare loro il programma e farli scendere dal pullman. Bisogna tener presente che il turista tipo che visita Milano ha un'età media elevata, escluse le scolaresche. E in alcuni casi non mancano problemi di deambulazione. E' impensabile mettere troppa fretta. Anche i servizi igienici a Milano sono carenti. (Con la collaborazione di S.M.)



*Il 18 novembre in Unione  
seminario con MGM Digital Communication*

## Internet: con Asseprim alla scoperta dei social media

Il web 2.0 sta cambiando lo scenario della comunicazione. Asseprim, l'Associazione dei servizi professionali alle imprese, promuove il 18 novembre in Unione (corso Venezia 47/49, sala Colucci dalle ore 9) un training, relativo ai nuovi media, sviluppato da MGM Digital Communication, che integra moduli di formazione, teoria, tecnica ed esempi pratici dell'utilizzo dei canali social media.

Il seminario (con un costo per le imprese non associate) viene costruito su misura per

rispondere alle specifiche esigenze di chi vuole entrare nell'utilizzo degli strumenti oggi disponibili in rete per gestire la reputazione aziendale. La durata del seminario è di sei ore ed è articolato in 2 sessioni di 3 ore ciascuna. Il seminario si concentra sulla parte teorica dei nuovi media, illustrandoli in dettaglio ed evidenziando le particolarità del singolo canale in riferimento ai target aziendali. La seconda sessione approfondisce ulteriormente la parte teorica fornendo esempi pratici di programmi di comunicazione

realizzati con il supporto dei social media con l'obiettivo di conoscere i modi in cui possono essere messe in pratica le funzionalità dei diversi canali.



**Umberto Bellini**  
presidente di Asseprim

### I contenuti del seminario

#### Introduzione allo scenario dei media oggi

- Il Web 2.0
- Tool 2.0
- Cosa sono i nuovi media o social media
- Il prisma della conversazione
- Strumenti e obiettivi
- Strumenti di condivisione dei contenuti / Content Communities (slideshare, YouTube, Vimeo, Livestream, Flickr, ...)
- La comunità dei social network (Facebook, Ning, MySpace, Second Life, LinkedIn, Xing, Friendster, Orkut, Netlog)
- Blog (piattaforme e casi Cory Doctorow e Boing Boing, ecc.)
- Wiki (piattaforme e casi)
- Microblogging (Twitter ecc.)
- Forum
- Altri strumenti pratici (social media release e monitoraggio dei nuovi media)

#### Costruire un programma per i Social Media

- Planning
  - Engagement
  - Optimization
- Casi di studio**  
Nel corso delle sessioni verranno presentati alcuni esempi di nuovi media ed illustrate in pratica alcune applicazioni fra le più diffuse. La seconda parte del training sarà dedicata prevalentemente allo studio di casi aziendali utili per una conoscenza più dettagliata delle dinamiche dei social media. Nel corso della sessione sarà inoltre possibile prendere visione degli strumenti di monitoraggio, apprendere come realizzare un blog a tema, come gestire una pagina Facebook dedicata a uno specifico evento, come utilizzare Twitter e altri nuovi media utili a una maggiore efficacia delle attività di gestione della reputazione aziendale.

Per informazioni: Asseprim tel. 027750426

www.faini.it

**VALUTAZIONE gratuita del Vostro immobile**

**COMPRAVENDITA E AFFITTO di Immobili Residenziali**

**CONSULENZA specializzata da professionisti della vendita**

**faini = CASA**

www.faini.it

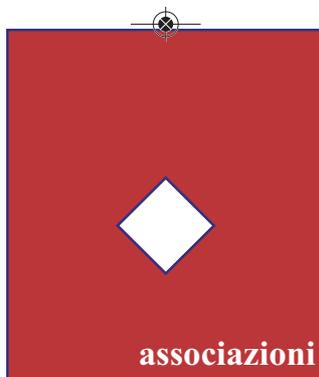
**MATEMATICO!**

**Per Vendere, Affittare e Amministrare la TUA CASA**

PER RISOLVERE QUALSIASI ESIGENZA IMMOBILIARE

**Filiali: Melzo, Milano, Peschiera Borromeo, Cernusco s/n**  
**Direzione: Melzo, Via Verdi 1 tel: 0295739809**

**Unioneinforma**  
ottobre 2009



*Intervista al presidente Michele Giordano*

## “Italiaprofessioni”: con l’Unione punto di riferimento per i professionisti



**C**inque milioni di professionisti, quasi 200 fra associazioni accreditate al Cnel (Consiglio nazionale dell’economia e del lavoro) o in via di accreditamento. Due categorie: gli operatori, 2 milioni, la cui attività è regolata dagli ordini professionali e tutti gli altri (3 milioni). E’ l’arcipelago frastagliatissimo del mondo delle professioni: il “quinto stato”. Michele Giordano è il presidente di “Italiaprofessioni – Associazione dei Professionisti” aderente all’Unione (vedi *Unioneinforma* di settembre a pagina 25 n.d.r.).

### **Giordano, “Italiaprofessioni” chi intende rappresentare?**

“Soprattutto i professionisti la cui attività non è regolata dagli ordini professionali. Abbiamo scelto di nascere all’interno di Unione proprio perché è un’organizzazione strutturata per supportare concretamente le istanze della piccola imprenditoria e il professionista è l’imprenditore di se stesso. Con l’Unione siamo in grado di fornire un valore aggiunto con tutta una serie di servizi. E sarà molto importante arrivare anche a dare anche un sostegno creditizio al professionista. L’Unione ha Fidicomet, il fondo di garanzia fidi”.

### **Ma i professionisti, oggi, riescono ad essere rappresentati?**

“No, c’è troppa frammenta-

zione. Se pensiamo che risale al 1983 il primo progetto di legge sulla regolamentazione delle professioni e che, in sostanza, siamo ancora a quel punto. In ordine sparso non c’è rappresentatività e, conseguentemente, autorevolezza. “Italiaprofessioni” con l’Unione, con Concommercio, vuole diventare un autorevole punto di riferimento. Ed abbiamo già cominciato ad intensificare i contatti con strutturate realtà di professionisti”.

### **Il professionista, oggi, di cosa ha bisogno?**

“Di opportunità di mercato certamente, ma anche di

tutela. Oggi, in un panorama di economia in crisi, troviamo chi – il quarantenne, il cinquantenne – è stato espulso dal sistema produttivo e punta alla libera professione per ‘reinventarsi’ facendo tesoro dell’esperienza acquisita. Ma troviamo anche il giovane che vuole partire come imprenditore di se stesso. Per entrambi il welfare è fondamentale: per il giovane con meno assillo, ma anch’egli deve cominciare da subito a pianificare il futuro”.

## recensioni



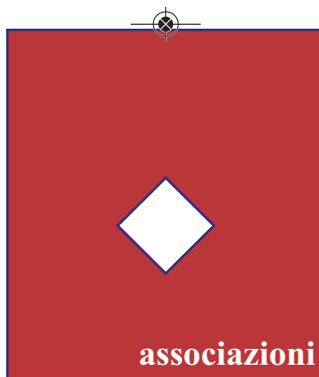
### Le professioni per l’impresa (a cura di Claudio Antonelli)

Presentato in Unione “Le professioni per l’impresa”, a cura di Claudio Antonelli (consulente di organizzazione e direzione, partner di Mast; presidente di Più, Professioni intellettuali unite, e past president di Apco, l’Associazione italiana dei consulenti di organizzazione e direzione). Il libro – Franco Angeli management, 24 euro – affronta in tutti i suoi aspetti l’universo dei “lavoratori della conoscenza”. “La tesi di fondo di questo lavoro – spiega nell’introduzione Claudio Antonelli – è che sia necessario conoscere il mondo delle professioni e i suoi caratteri distintivi, per progettare e svi-

luppare nuove forme efficaci di organizzazione dell’impresa”.

Destinatari del testo – con riflessioni e testimonianze di Roberto Bellini, Angelo Deiana, Bruno Lodi, Giovanbattista Marini, Sergio Meacci, Carlo Notari, Walter Giorgio Scott, Gian Luigi Vecchi – sono professionisti, manager, imprenditori.

**Unioneinforma**  
ottobre 2009



## I cani del "Parco canile rifugio" per il corso di toelettatura Acad

**A**cad (l'Associazione milanese dei commercianti di animali domestici e dei toelettatori) ha raggiunto un accordo con Gianluca Comazzi, Garante per la tutela degli animali del Comune di Milano per l'impiego e la toelettatura di cani - da prelevarsi presso il "Parco Canile Rifugio" (in via privata Aquila) - nell'ambito del corso professionale di toelettatura che Acad organizza

**Accordo con il Garante per la tutela degli animali del Comune di Milano**

ogni anno presso il Capac-Politecnico del Commercio di viale Murillo. Il corso sta per iniziare e si concluderà ad aprile; avrà una durata di 100 ore ed è rivolto ad operatori del settore (e a chi è interessato ad avviare quest'attività). I cani forniti dal canile "Parco Canile Rifugio" verranno impiegati dagli allievi del corso per imparare le nuove tecniche di toelettatura. L'Acad ha inoltre proposto al



Ulteriori informazioni possono essere richieste ad Acad tel. 02/7750.216-248, e-mail: [acad@unione.milano.it](mailto:acad@unione.milano.it)

Comune di Milano un futuro corso di toelettatura (con docenti della Scuola professionale di toelettatura dell'Associazione) riservato ai detenuti che prestano la loro opera presso il canile municipale. (S.M.)

## informa Unione

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

**PROPRIETA'**  
Unione del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni della Provincia di Milano  
[www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it)  
**DIRETTORE RESPONSABILE**  
Gianroberto Costa

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

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

**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**  
Imagina sas  
Corso di Porta Romana 128  
20122 Milano  
Tel. 0258320509 fax 0258319824  
e-mail: [imagiuno@tin.it](mailto:imagiuno@tin.it)  
[www.imaginapubblicita.com](http://www.imaginapubblicita.com)

### segnaliamo che ...



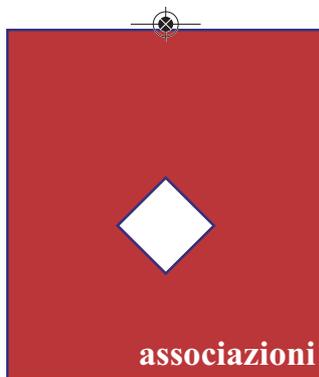
**Milano:  
mercato ittico  
all'ingrosso  
Bando SogeMi  
per l'assegnazione  
di un punto vendita**

SogeMi Spa - la società che gestisce i Mercati generali all'ingrosso di Milano - bandisce un concorso per l'assegnazione di un punto vendita libero nel Mercato ittico all'ingrosso di Milano.

Il punto vendita è composto di plateatico aperto e magazzino retrostante chiuso, con sovrastante spazio da destinare ad ufficio. Le caratteristiche dimensionali sono: plateatico di mq 198 e ufficio di mq 74.

Il testo del bando integrale, la documentazione e le altre informazioni possono essere richiesti sino al 09 novembre, presso la Direzione dei Mercati al 1° piano del Palazzo SogeMi a Milano - via Cesare Lombroso 54, telefonando al n. 02.55005313/ 55005481.

Il termine per la presentazione delle domande di partecipazione è fissato inderogabilmente per le ore 12 di lunedì 16 novembre, presso l'Ufficio Protocollo Generale di SogeMi, 9° piano del palazzo SogeMi, via Cesare Lombroso n. 54 - 20137 Milano.



In Unione l'assemblea dei dettaglianti alimentari

## Assofood: nuovi servizi e iniziative

In Unione assemblea di Assofood (il polo dei dettaglianti alimentari Unione) contraddistinta da un'ampia partecipazione e da un intenso dibattito sui temi d'attualità per la categoria (dal carico scarico merci ai buoni pasto). L'Associazione ha illustrato nuove iniziative e servizi e conferito i premi per la storicità delle aziende e la fedeltà associativa.

**Ritiro dei buoni pasto.** Assofood ha stipulato un accordo con R.B.P. (Raccolta Buoni Pasto); in collaborazione con Promo.Ter Unione, le imprese possono fruire del ritiro, della verifica e della relativa emissione fattura, con consegna alle ditte emettrici, dei buoni pasto. Costo: 30 euro all'anno come canone+ Iva ed una percentuale dello 0,6% a carico del sottoscrittore del servizio (da calcolarsi sul valore facciate dei buoni pasto fatturati). Le condizioni economiche stabilite da R.B.P. con Assofood sono più favorevoli rispetto a quelle normalmente praticate e l'impresa ha un vantaggio nella gestione aziendale (che si traduce in minori costi) perché non deve

**Adempimenti semplificati con il servizio R.B.P. per il ritiro dei buoni pasto. Galantina di vitello: "percorso" promozionale con degustazioni nelle gastronomie e una classifica finale. Nuovo sito internet: [www.assofood.it](http://www.assofood.it). Storicità e fedeltà associativa: le aziende premiate**

occuparsi più degli adempimenti pratici relativi ai buoni pasto. **Nuovo sito internet.** E' [www.assofood.it](http://www.assofood.it). L'obiettivo è quello di farlo diventare un grande portale dell'Associazione. Non mancherà in futuro uno spazio vetrina per gli associati (accedono all'area riservata ai soci gli



**Donne premiate all'assemblea Assofood: con il presidente Iliano Maldini, Maria Carmela Battimelli (qui sopra) e Diana Buo (in alto)** - Le foto della pagina sono di Massimo Gariboldi

operatori in regola con il pagamento della quota associativa).

**Promozione della Galantina di vitello.** Annunciato in assem-



blea quest'evento - durerà dai 10 ai 15 giorni - che coinvolgerà i salumieri gastronomi per valorizzare un piatto della nostra tradizione. I partecipanti all'iniziativa, nell'arco dei giorni fissati, decideranno in piena autonomia quando approntare le degustazioni e il cliente, conoscendo il percorso e i giorni, potrà scegliere il salumiere gastronomo presso il quale recarsi. I consumatori esprimeranno anche un voto

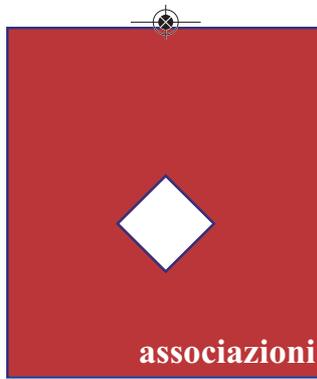
### Le imprese premiate

**Premi speciali.** Carlo Alberto Tranchida (premio per l'onorificenza di commendatore dell'Ordine al merito della Repubblica); Maria Carmela Battimelli (azienda storica); Enoteca Maggiolini (azienda storica); Pescheria Spadari (azienda storica); Ernesto Stancari (50 anni d'attività); Gelateria Marghera (30 anni d'attività); Salumeria Zoppi & Gallotti (25 anni d'attività).

**Fedeltà associativa.** Pescheria Ace; Antico Pastificio Moscova; Enoteca Berti; Diana Buo; Pietro Cantoro; Teodoro De Benedittis; Drogheria Fratelli Izzi; Drogheria Ferri Market; Formangerie Fratelli Dago; Lorenzo Foscati; Enrico Liberatore; Palmira Mameli; Anna Moszynska; Panetteria Baiardi; Pescheria Corvetto; Giuseppina Sartori; Berenice Anna Serafini; Vincenzo Tartaglione; Silvio Tosetti; Angela Zaina; Gelateria Solferino.

alla migliore Galantina e la somma dei voti darà una prima classifica. Una giuria sceglierà la migliore Galantina di vitello fra i 5 migliori classificati.

**Unioneinforma**  
ottobre 2009



**P**resso la sede Unione si è svolta l'assemblea generale dell'Associazione panificatori di Milano con la consegna delle tradizionali "michette d'argento". Il presidente dell'Associazione panificatori Antonio Marinoni ha premiato con le "michette d'argento" - oltre al diploma di benemerenzza per tutti gli alunni dei corsi dell'Accade-



mia Europea di Panificazione, di Lucia Castellano (direttrice del carcere di Bollate, che ha permesso ai detenuti di apprendere i segreti dell'antica arte bianca) e per il Ciofs (Centro italiano opere femminili salesiane), che quest'anno compie 30 anni di attività - quelli che ha definito gli

vendere, per tutto il mese di dicembre, i prodotti tipici dei commercianti abruzzesi all'interno della "Casa del Pane" di Porta Venezia.

Inoltre, in occasione dell'assemblea, è stato annunciato il progetto "Bread for peace": l'idea, cioè, di costruire, da

qui al 2015, almeno un panificio all'anno nei paesi del Terzo Mondo. All'interno del comitato, ha ricordato Marinoni, anche Lucio Stanca, ad di Expo 2015; Giuseppe Sala, direttore generale del Comune di Milano; Ferruccio De Bortoli, direttore del Corriere della Sera; Bruno Ermolli, presidente di Promos e don Antonio Mazzi.

Presenti fra gli altri in assemblea, con il vicepresidente vicario dell'Unione di Milano Adalberto Corsi, il vicesindaco di Milano Riccardo De Corato; l'assessore al Bilancio della Provincia di Milano Luca Squeri; l'assessore alla Salute di Palazzo Marino Giampaolo Landi di Chiavenna; l'assesso-



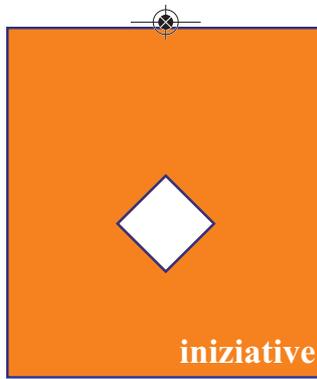
**Assemblea dell'Associazione panificatori: il presidente Antonio Marinoni (a destra) con l'assessore regionale Davide Boni**

re al Territorio e Urbanistica della Regione Lombardia Davide Boni e l'europarlamentare Cristiana Muscardini.

## Assemblea e premiazioni in Unione

### Panificatori milanesi Le "michette d'argento" della solidarietà

"umili" dell'Abruzzo colpito dal terremoto: il sindaco di Acciano Americo Di Benedetto (che ha continuato a esercitare la professione nonostante fosse scaduto il suo mandato) e l'Associazione "L'Aquila siamo noi" (che si sta impegnando per la creazione di nuovi posti di lavoro e per la riapertura delle attività commerciali e artigianali). Grazie alla collaborazione dei panificatori milanesi e della Provincia di Milano, l'Associazione "L'Aquila siamo noi" potrà

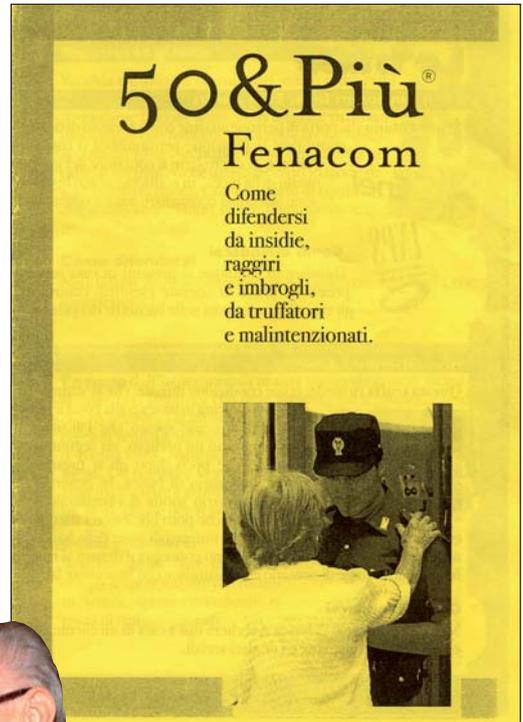


*Incontro al Circolo del Commercio  
promosso da Fenacom 50& Più  
con un esperto della Questura di Milano*

## Terza età più sicura Consigli per "difendersi" dai criminali

**A**l convegno sulla sicurezza organizzato al Circolo del Commercio di Milano da Fenacom 50&Più, sono intervenuti Giorgio Re, presidente milanese e nazionale di Fenacom 50&Più (con il vicepresidente vicario di Fenacom Milano Maria Antonia Rossini); Luca Squeri, responsabile della sicurezza dell'Unione di Milano e di Confcommercio, ed Emanuele Fattori, dell'Ufficio prevenzione generale della Questura di Milano. Come difendere la terza età da insidie, raggiri e imbrogli, da truffatori e malintenzionati? Luca Squeri ha sintetizzato bene la questione con una semplice, ma non tanto ovvia, considerazione: se uno ha paura, non esce più di casa e questo comporta innegabilmente una limitazione della libertà. Questo è il vero problema cui occorre dare risposta. Le paure più diffuse, come riportato anche in un volume pubblicato dalla Provincia di Milano, sono legate agli scippi, ai furti in casa, ai danneggiamenti. Queste paure hanno una stretta connessione con il timore per la presenza di zingari ed extracomunitari e permane la percezione di forze dell'ordine "non visibili" sul territorio. I cittadini restano infatti convinti che l'attuale presenza di divise a presidio delle nostre stra-

de non sia sufficiente, e soprattutto - come ha rilevato Giorgio Re - resta il problema della certezza della pena con i malviventi che troppo spesso vengono subito rilasciati. Infine Squeri, fatta la diagnosi, ha anche proposto la cura: una partnership tra cittadini e forze dell'ordine per affrontare con sicurezza le insidie di tutti i giorni. E' stato poi compito di Emanuele Fattori entrare più nel dettaglio, portando esempi di atti criminosi più diffusi (come i falsi funzionari di enti pubblici o altri; il riconteggio dei soldi; macchiare la giacca, il debito di un figlio che l'anziano dovrebbe saldare ecc.) ed i conseguenti consigli per difendersi. Tra i tanti suggerimenti dati, infine, anche alcuni appelli: per i figli, non lasciare soli gli anziani perché, anche se non lo richiedono, hanno bisogno di noi; per i vicini di casa, parlare con i vicini anziani, specie se soli, ed esortarli a chiedere la nostra presenza quando sono



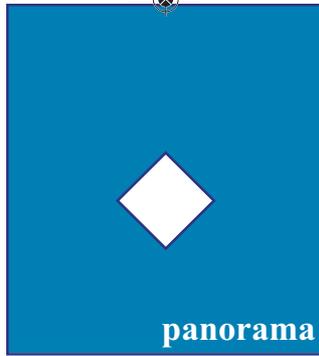
**Giorgio Re, presidente di Fenacom 50&Più e la copertina di un opuscolo - realizzato dall'Associazione - con i suggerimenti per prevenire le azioni criminose che più colpiscono la terza età**



degli sconosciuti a bussare alla loro porta; per gli impiegati

di posta o banca, fare più attenzione alle richieste degli anziani, specie se insolite (come gli improvvisi e cospicui prelievi denaro). Insomma basterebbero un po' più di attenzione e riguardo reciproci per evitare quell'indifferenza che è causa della solitudine, terreno fertile per ogni tipo di paura.

**B.B.**



panorama

**Accordo per comunicazione unica e banche dati comuni firmato a Milano dal segretario generale della Camera di Commercio e dai direttori generali di Inps ed Inail**

Il segretario generale della Camera di commercio di Milano, Pier Andrea Chevallard, il direttore regionale Inps, Sergio Saltalamacchia e il direttore regionale Inail, Francesco Barola, hanno firmato a Milano l'accordo per dare avvio a una comunicazione unica ed a banche dati comuni come previsto dalla legge 40 del 2007 (legge Bersani). Obiettivo è favorire l'avvio operativo della comunicazione unica telematica per le imprese e l'accesso per le

amministrazioni alle reciproche banche dati. E' previsto anche lo scambio di personale tra le tre istituzioni, finalizzato alla conoscenza delle attività reciproche e per la gestione delle reciproche

pratiche. Inoltre vi saranno corsi di formazione per decine di addetti sulle attività fra le amministrazioni. La durata dell'accordo è di tre anni e l'avvio è previsto per il 1° aprile 2010 (S.M.).

## L'impresa "in rete" dal 2010

**Franchising & Trade Area per "Mettersi in proprio"**

Al via dal 23 al 26, a Fieramilano Rho, di Franchising & Trade, la rassegna dedicata al franchising organizzata da Fiera Milano Expects. Un'intera area (oltre 500 metri quadrati) sarà dedicata al progetto "Mettersi in proprio": un percorso attraverso tutti i passaggi necessari all'avvio di una nuova attività imprenditoriale. L'area è promossa dalla Camera di commercio di Milano e dalla sua azienda speciale Formaper. Nell'area vi saranno anche sportelli informativi, in grado di offrire consulenza su tutti i principali aspetti legati all'avvio di una nuova attività imprenditoriale, mentre grande spazio sarà destinato ai doctor: Doctor "Shop" e Doctor "Me&Myself". Con Doctor Shop si analizzeranno il processo di vendita e la relazione con il cliente. Doctor Me&Myself offrirà invece un percorso di autovalutazione (B.B.).

**SINCERT**  
SISTEMI INTEGRATI  
CERTIFICAZIONE

**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**

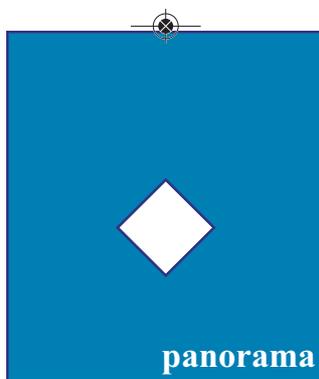
<p><b>DIVISIONE</b> <b>SALUTE E SICUREZZA</b> <b>NEI LUOGHI DI LAVORO</b> (D.Lgs. 81/08 Testo Unico) Tel. 02-76.02.80.42/15 club.626@unione.milano.it</p>	<p><b>DIVISIONE</b> <b>IGIENE DEGLI ALIMENTI</b> (H.A.C.C.P. D.Lgs 193/07) Tel. 02-7750.590/591 club.haccp@unione.milano.it</p>	<p><b>DIVISIONE</b> <b>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</b> <b>QUALITA'</b> (Sistemi gestione qualità aziendali) Tel. 02-76.02.80.42/15 club.qualita@unione.milano.it</p>	<p><b>DIVISIONE</b> <b>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</b> <b>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**  
ottobre 2009



Iniziativa rivolta a chi risiede nelle zone 1,3,4 e 5 di Milano

## Teatro Franco Parenti Tesserina per lo sconto del 50%

Opportunità per tutte le persone interessate che a Milano risiedono nelle zone 1,3,4,5. Il Teatro Franco Parenti (già convenzionato con l'Unione di Milano) promuove l'iniziativa "Imparentatevi": una tessera, del costo di 25 euro, che dà diritto ad uno sconto del 50% sul biglietto intero per

tutti gli spettacoli della stagione 2009/2010 ed altri vantaggi (un numero privilegiato per le prenotazioni e le informazioni, agevolazioni con imprese convenzionate, posti riservati o agevolazioni per gli eventi e gli incontri fuori programma). Per informarsi telefonare allo 0259995203-252

### news

**IMMOBILIARE E' DONNA** - Beatrice Zanolini, segretario di Fimaa Milano, il Collegio degli agenti d'affari e d'intermediazione, ha ottenuto il premio "RE Innovation Lady" 2009 nella categoria manager. Il premio "RE Innovation Lady", giunto alla seconda edizione è promosso da Arel (Associazione Real Estate Ladies) e Scenari Immobiliari, Istituto indipendente di studi e ricerche.

**ASCOM ALLE SAGRE DI CORSICO E CESANO** - A Corsico e Cesano Boscone si sono svolte le sagre cittadine promosse dalle rispettive amministrazioni comunali in collaborazione con parrocchie, associazioni e commercianti.

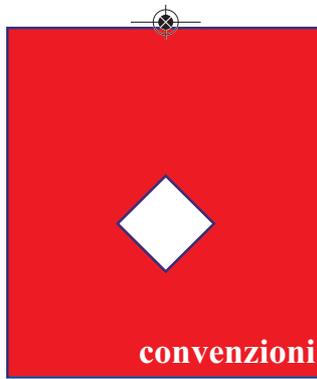
### Bollettini per inserzioni a pagamento Prestare sempre attenzione

Recentemente sono stati diffusi a numerose aziende alcuni bollettini, contenenti l'indicazione "Proposta di inclusione nell'Elenco delle ditte italiane operanti in Europa in ambito commercio, industria, agricoltura ed artigianato". I citati bollettini contengono la richiesta di controllare la dicitura del testo e di comunicare eventuali errori e/o cambiamenti che possano venire inclusi nell'Elenco

stesso, redatto e gestito da "ELIME di Giuliana Columbano, CP 74 snc 4, 07100 Sassari" (inserzione con un costo di 398,23 euro Iva inclusa). L'inclusione in quest'elenco è assolutamente facoltativa e la proposta - segnala il servizio legale Unione - non proviene da alcun ente pubblico o amministrazione, quali, ad esempio, il Registro delle imprese presso la Camera di commercio.

*I due comuni sono stati animati da decine di iniziative che hanno coinvolto, con appuntamenti culturali sportivi e gastronomici, tutti: dagli adulti ai bambini. Sagre caratterizzate da momenti diversi intrecciati con tanti protagonisti che hanno reso sempre ricco di contenuti uno degli appuntamenti più*

*attesi dai corsichesi e dai cesanesi. Le feste di paese, infatti, offrono sempre un'opportunità per ritrovarsi, per vivere intensamente la città. L'Ascom territoriale di Corsico ha partecipato ad entrambe le sagre con un suo stand per presentare e pubblicizzare le attività dell'Associazione.*



## Nuove opportunità per gli associati Unione

zionale, dalla gestione vendite, punti vendita remoti all'e-commerce e Crm (gestione dei clienti). Agli associati Unione è riservato uno sconto del 20% sulla licenza d'uso monoutente e del 30% sulla licenza d'uso multiutente.

zioni temporanee, giri città e itinerari culturali fuori porta.



**D**all'Unione di Milano nuove opportunità per le imprese associate, in questa pagina segnaliamo gli ultimi aggiornamenti delle convenzioni.

**Black Panther Travel Agency** è un'agenzia di viaggio che offre al cliente un servizio su



misura anche per una semplice prenotazione alberghiera. L'agenzia offre servizi sia per privati (dalla biglietteria aerea e marittima al viaggio di nozze) sia per l'impresa (dalle prenotazioni alberghiere al Travel policy management e incentivi aziendali).

**Infoware** è una società che offre soluzioni software nell'ambito della gestione amministrativa, della gestione produttiva e commerciale. Soluzioni che spaziano dalla contabilità ordinaria e semplificata alla contabilità dire-



zionali. I testi completi delle convenzioni sono consultabili sul sito dell'Unione [www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it) nella sezione dedicata

*I testi completi delle convenzioni sono consultabili sul sito dell'Unione [www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it) nella sezione dedicata*

**Tre Italia** propone agli associati al sistema Confcommercio sconti dal 4% al 33% in base al volume di traffico generato e, in particolare, per i soci dell'Unione di Milano, oltre all'offerta summenzionata, due tipi di abbonamento:



- business (con uno sconto di due canoni dopo il pagamento della prima fattura);
- consumer (sottoscrivendo un abbonamento 3Power c'è l'omaggio di una chiavetta dati con sim ricaricabile compresa, oppure uno sconto di 50 euro sull'acquisto dell'iPhone, dopo il pagamento della prima fattura).

**Neiade Immaginare Arte**, società che offre servizi per promuovere la conoscenza dei beni artistici e culturali delle realtà museali del territorio milanese e lombardo in particolare e di tutto il territorio nazionale, offre agli associati

Unione uno sconto del 10% su visite guidate alle esposi-

**Spazio Oro** offre soluzioni per risolvere i problemi nella gestione della casa e dell'impresa: dalle ristrutturazioni, automazioni e imbiancature fino ai traslochi. Per i soci Unione gli sconti variano dal 10% al 20%.



**Teatri e concerti** (stagione 2009/2010): *Teatro Franco Parenti, Teatro Nuovo, Ueco (Fondazione United Europe Chamber Orchestra), La Verdi, Palasharp, Teatro San Babila e Teatro*



*Allianz* propongono ai soci Unione sconti e riduzioni presentando la tessera associativa.

Ulteriori informazioni possono essere richieste all'Unità sviluppo associativo dell'Unione, 02/7750.372, e mail: [convenzioni.impresa@unionemilano.it](mailto:convenzioni.impresa@unionemilano.it)

S.M.

**Unioneinforma**  
ottobre 2009



## **CONTRIBUTI 2010**

# **FATTI, NON PAROLE!**

Il nuovo Consiglio di Amministrazione Ente Mutuo, interpretando le aspettative dei SOCI e visto il periodo economicamente complesso che il Paese sta attraversando ha deliberato  
**per il 2010**

## **DI MANTENERE INVARIATI**

# **I CONTRIBUTI ANNUALI DI ISCRIZIONE,**

**per tutte le forme di assistenza e per tutte le fasce d'età**

**e**  
**per un risparmio sui contributi,**  
**di continuare la promozione del 30% di sconto**  
**per chi presenta un nuovo socio**

## **REGOLAMENTO ENTE MUTUO 2010**

### **Novità di rilievo**

### **INDENNITÀ/CONTRIBUTO ECONOMICO/DIFFERENZA ALBERGHIERA PER PASSAGGIO DI CLASSE - INCREMENTO**

Ricovero ordinario o day hospital o day surgery presso strutture sanitarie pubbliche o strutture sanitarie private accreditate con il Servizio Sanitario Nazionale. L'indennità giornaliera riconosciuta viene così aumentata:

**Forme C, D da € 130,00 a € 160,00 al giorno**

**Forma Dplus da € 160,00 a € 200,00 al giorno**



# 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)**