



Union*informa*

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



IL LIBRO *la nostra storia*



ENTE MUTUO
Forme di assistenza (e tutte le informazioni)

**AL
CENTRO
DEL
GIORNALE**





CONFCOMMERCIO CARD.
ESSERE SOCI HA TANTI VANTAGGI. PORTALI SEMPRE CON TE.



Messaggio pubblicitario con finalità promozionali, per condizioni contrattuali fare riferimento ai fogli informativi disponibili in associazione.

CHIEDILA SUBITO ALLA TUA ASSOCIAZIONE.

Per informazioni: **02.7750362**
marketing@unione.milano.it - www.unionemilano.it

I PRIVILEGI DELLA TUA TESSERA SOCIO, LA COMODITÀ DI UNA CARTA DI CREDITO.

- Tessera Associativa e carta di credito in un'unica Card.
- Addebitabile su qualsiasi banca.
- Disponibilità flessibile a partire da 1.600 euro al mese.
- Addebito mensile dopo 35 giorni dall'invio della lettera di addebito con un risparmio medio di 50 giorni di valuta.
- Canone annuo di 20 euro, gratis al superamento di 1.000 euro di spesa annua.
- Zero commissioni per rifornimento carburante.
- Commissioni di prelievo contante dimezzate.
- Pacchetto assicurativo dedicato.
- Progettata con ABCapital, realizzata da Deutsche Bank, utilizzabile negli esercizi commerciali che espongono il marchio MasterCard: oltre 32 milioni in tutto il mondo.
- In esclusiva per le imprese associate.
- Valida per accedere a sconti e convenzioni del Sistema Confcommercio.



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Partner finanziari Confcommercio Card:





EDITORIALE

Milano e l'indotto della moda

La moda, si dice, è contaminazione: di stili, di culture, di generi diversi. E, singolarmente, anche gli economisti, per descrivere la capacità e l'effetto del settore moda sul sistema economico, mutuano un termine da un altro campo del sapere: la botanica. La chiamano "cross fertilization" e si riferisce alle potenzialità della moda di stimolare la creatività, lo scambio di idee e l'innovazione al suo interno e lungo l'intero tessuto economico, creando occasioni di trasferimento di conoscenze e stimolando lo sviluppo del capitale umano. La possibilità di "incrociare" trasformando e arricchendo nasce infatti dalla struttura stessa del sistema moda: fortemente orientata all'innovazione e allo scambio, esposta agli influssi internazionali e alle contaminazioni culturali, dotata di una filiera particolarmente lunga, articolata e trasversale, la moda ha una capacità vincente di creare legami tra comparti diversi. Così si crea quella "fertilizzazione incrociata" che rende più rigogliosa l'intera eco-

attrattività del territorio, è creatività diffusa, e si esprime con un ventaglio di possibilità che vanno da una straordinaria tradizione artigianale e commerciale fino a qualcosa come 1750 brevetti innovativi nel settore (1/4 del totale italiano). Ed è sulla base di queste considerazioni che un anno fa è nata l'idea di Milano Fashion City (promossa dalla Camera di commercio di Milano tramite la sua azienda speciale Promos). Facendo leva sulle potenzialità "connettive" e attrattive della moda milanese (che richiama 750mila visitatori nei giorni delle sfilate),

dedicati e messa a sistema di iniziative preesistenti - tra cui 12 manifestazioni fieristiche - quest'anno con un taglio fortemente internazionale, grazie ad un *roadshow* all'estero e ad un'iniziativa di attrazione di buyer stranieri. Milano, insomma, si è stretta intorno alla settimana della moda e ne ha fatto un progetto corale di economia e società nato dall'impegno di tutti. D'altra parte, Milano meritava un progetto che valorizzasse la sua "cross fertilization": non per far crescere le piante

nomia. E, in questo senso, anche la moda milanese è molto di più delle

sue, pur numerose, 14 mila e 500 aziende del settore: la moda è indotto (col design 13 miliardi all'anno a Milano), è

dal 7 al 30 settembre per la terza volta la settimana della moda è stata infatti inserita in un ampio programma di eventi

(anche se la *Vogue Fashion Night Out* aveva proprio come tema "adotta un albero"), ma l'intera economia.

CARLO SANGALLI
Presidente di Confcommercio Milano



Unioneinforma - ottobre 2011 - n. 9 - anno 17 (questo numero è stato ultimato il 5 ottobre)

Unioneinforma - ottobre 2011





PANORAMA



*Presentato il libro di Sergio Mattana
(con la prefazione di Carlo Sangalli)*

“Il coraggio della quotidianità. Milano: storie di commercio”

“Il coraggio della quotidianità. Milano: storie di commercio”: è il libro di Sergio Mattana presentato a Milano a Palazzo Bovara

(Circolo del Commercio). Il libro - edito da Promo.Ter Unione (prezzo di copertina 12 euro) - è il primo della Collana della Biblioteca del Terziario ed ha una prefazione di Carlo



▲ L'autore del libro Sergio Mattana con il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli

Chi è l'autore

Sergio Mattana è stato per diversi anni segretario di Epam (l'Associazione milanese dei pubblici esercizi) e successivamente ha ricoperto l'incarico di direttore di Ebiter, l'Ente bilaterale milanese del terziario e dell'Ente bilaterale dei pubblici esercizi di Milano. Da tempo Mattana si dedica alla raccolta di memorie, documenti e testimonianze sulla storia del commercio.

Sangalli. Nel volume si racconta la complessa e poco conosciuta vicenda delle associazioni ed organizzazioni di rappresentanza del settore commerciale per arrivare a ciò

che è - oggi - Confcommercio Milano.

Mattana lo fa rivisitando documenti (anche inediti) della storia milanese degli ultimi 200 anni approfondendo, con la trama dell'impegno associativo, il ruolo svolto dal commercio dal punto di vista economico, politico, sociale. Un libro proprio sul "coraggio della quotidianità", che evidenzia come le attività commerciali e dei servizi abbiano garantito, nelle varie epoche, la tenuta sociale e lo sviluppo di Milano.



Alla serata di presentazione a Palazzo Bovara, con la Consulta della Cultura di Confcommercio Milano e il suo responsabile Maria Antonia Rossini, sono intervenuti, con l'autore del libro Sergio Mattana: Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio; Domenico Bodega, preside della Facoltà di Economia dell'Università Cattolica del Sacro Cuore; Elena Riva, docente di Storia Moderna e Contemporanea (Università Cattolica); Claudio Besana, docente di Storia Economica (Università Cattolica) e docente della Scuola Superiore. Ha moderato i lavori Marco Rizzi, presidente della Biblioteca Nazionale del Terziario. All'evento ha partecipato Franco D'Alfonso, assessore ad Attività produttive, Turismo, Marketing territoriale del Comune di Milano.

(Foto di Massimo Garriboli)



Nelle pagine successive alcune parti del libro
(dal primo capitolo)

Giunta di Confcommercio Milano Ridefiniti gli incarichi operativi

Ridefiniti gli incarichi operativi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza Brianza. Lo ha deciso il presidente Carlo Sangalli coadiuvato dall'Ufficio di presidenza. Con il riassetto degli incarichi affidato da Sangalli a componenti di Giunta della Confcommercio milanese, si modificano gli incarichi precedenti. Il cambiamento ha il significato di imprimere una svolta per seguire con sempre maggiore attenzione i problemi di settore, aggravati dalla crisi, ed i rapporti con le istituzioni. Relazioni istituzionali particolarmente importanti a Milano per le scelte di governo cittadino che influiranno sull'attività delle imprese e, più in generale, in un contesto economico che desta ancora profonde

preoccupazioni a livello locale e globale.

“Questo è un periodo cruciale – rileva il presidente Carlo Sangalli – nel quale occorre un forte impegno organizzativo e di coesione fra le categorie che rappresenta Confcommercio Milano

ed una sempre

più concreta collaborazione con chi amministra la nostra città. Insieme dobbiamo rispondere con misure efficaci alla crisi dell'economia e cogliere fin da subito quella che, nonostante le difficoltà, rimane una grande opportunità come Expo 2015”.

Rimangono in capo direttamente alla presidenza (con il coordinamento del vicepresidente vicario di Confcommercio io Milano Adalberto Corsi) gli interventi e le politiche relativi a: coesione sociale, mobilità, ambiente, territorio di

Milano città. Si intende inoltre valorizzare il ruolo di giovani esponenti sindacali che supporteranno i responsabili degli incarichi operativi nel loro compito.



- Umberto Bellini: formazione e passaggio generazionale;
- Luigi Bianchi: energia;
- Dario Bossi: sburocratizzazione e percorso di decentramento amministrativo;
- Giacomo Errico: qualità della vita;
- Lionella Maggi: Pgt (Piano di governo del territorio) e sviluppo urbanistico;
- Giorgio Montingelli: Expo 2015

Gli incarichi operativi affidati dal presidente Carlo Sangalli

- Carlo Alberto Panigo: rapporti con le associazioni territoriali nelle province di Milano, Lodi e Monza Brianza
- Giorgio Rapari: processo innovativo;
- Alberto Sangregorio: turismo e attrattività;
- Luca Squeri: sicurezza e legalità
- Lino Stoppani: occupazione e patto per i giovani

Confermati a Maria Antonia Rossini la presidenza della Commissione Cultura e a Claudio Rotti l'incarico per l'internazionalizzazione.



“Il coraggio della quotidianità”: allora come oggi

Dal libro di Sergio Mattana “Il coraggio della quotidianità. Milano: storie di commercio” riportiamo un’ampia parte del primo capitolo con la storia del commercio a Milano dopo la nascita dell’Italia e le vicende delle prime associazioni dei commercianti a Milano. Corrediamo questo racconto con immagini – tratte anche dal volume (Civico Archivio Fotografico di Milano) – che hanno accompagnato la serata di presentazione del libro al Circolo del Commercio (vedi le pagine precedenti).

Il commercio a Milano dopo l’unità d’Italia

Nella seconda metà dell’Ottocento Milano conobbe uno sviluppo senza pari rispetto a tutte le altre città italiane. Nel 1859, al momento del passaggio della Lombardia sotto il Regno Sabauda, la città contava circa 185 mila abitanti; diventarono 261 mila nel 1871, 321 mila nel 1881 e 424 mila nel 1891. L’aumento della popolazione fu in parte dovuto all’assorbimento dei comuni limitrofi, ma anche causato dai flussi migratori dei lavoratori dalle campagne della pianura padana e dalle altre regioni del Centro e del Sud Italia. L’amministrazione comunale dal ‘61 e per tutti gli anni ‘70, si fece carico di promuovere e realizzare quelle riforme urbane che costituirono le premesse della trasformazione di Milano in città moderna. Immediatamente fu avviata la ristrutturazione del centro, con il riassetto di Piazza Duomo, e furono messi in cantiere la costruzione del Cimitero monumentale, la costruzione del nuovo macello, la Stazione Centrale, la Stazione di Porta Genova, ecc.¹⁷.

Sino alla prima metà dell’Ottocento l’economia milanese si basava prevalentemente sulla commercializzazione dei prodotti agricoli (cereali, riso, latte e formaggi), e di merci come i filati di seta, lino e canapa e di altri manufatti (cuoio, pellami, ecc) prodotti in loco. Subito dopo l’unificazione al Piemonte e la proclamazione del Regno d’Italia, invece, la città cambiò completamente aspetto sia sotto il profilo urbano sia sotto il profilo produttivo: da realtà a carattere agricolo - commerciale si trasformò in un’altra di tipo industriale - commerciale – finanziario¹⁸.

Una nuova borghesia imprenditoriale cominciò ad affermarsi sia sul piano economico che sul piano sociale e politico. I banchieri privati, i ricchi commercianti e i nobili possidenti, che rappresentavano l’«asse portante della finanza milanese», venivano esortati a prendere nuove iniziative e sul «Sole», il giornale economico fondato nel 1865 che diventò quasi subito l’organo ufficiale della Camera di Commercio di Milano, si leggeva:

«È tempo che ci scuotiamo, noi uomini del commercio; è tempo che il capitale, il quale in gran parte o sta sepolto negli scrigni, o pauroso mette fuori la testa per dare la caccia a qualche cartella del debito pubblico, esca di là e si getti nel campo dell’azione e dell’operosità. È tempo che miri a rialzare la nazione nell’industria, nelle arti meccaniche, nelle scienze»¹⁹.

Milano era il centro principale per quasi tutti i traffici di macchinari, di beni e strumenti durevoli, ma anche di materie prime (come carbone, rottami di ferro, ecc.), di prodotti chimici, di prodotti tessili. Particolarmente apprezzati erano i prodotti dell’industria mobiliare della Brianza e di manufatti in genere. Tuttavia Milano rimaneva anche il principale mercato di tutti i prodotti agricoli (allora era il più grande mercato ortofrutticolo d’Italia) e di allevamento di gran parte della campagna padana.

A Milano si svolgeva un commercio al minuto estremamente vivace, con un ampio numero e una grande varietà di botteghe. Una curiosa descrizione dei mercati di Milano in quel periodo fu inserita nella raccolta di cronache di alcuni scrittori dell’epoca:

«I mercati di commestibili a Milano sono parecchi. Ma io mi limito al classico Verziere. Il Verziere ha tre grandi centri: il corso di porta Vittoria, il Verziere propriamente detto e la piazza di Santo Stefano. Sul corso di porta Vittoria si scarica, si sciorina e si fa lo spaccio all’ingrosso delle verdure più che della frutta. Sulla piazza della colonna si vende frutta e verdura al dettaglio. In





 LA NOSTRA STORIA

quella di Santo Stefano c'è lo spaccio delle carni, della selvaggina, quadrupedi e bipedi... Poi si vendono i pesci di acqua dolce e di acqua salsa, frutti di mare, le ostriche, i tartufi e i funghi»²⁰.

Molti traffici si svolgevano ancora nei mercati all'aria aperta ad opera di ambulanti ed altri venditori improvvisati, che offrivano ogni genere di merce²¹. Questo commercio improvvisato e marginale, nonostante le proteste degli altri commercianti, rifletteva una situazione di miseria diffusa che non trovava altra modalità di guadagno²². Anche per questo nessun governo era in grado di mettere un serio argine al fenomeno. Luogo caratteristico di questo traffico era la Fiera di Senigallia, che si teneva nei pressi di Porta Ticinese. Sempre nelle cronache degli scapigliati si leggeva:

«A Milano non ci saranno meno di duecento cenciaioli e da quaranta a quarantacinque rigattieri. I primi vanno intorno, gli altri tengono bottega di spaccio. I cenciaioli che girano tutto il giorno per la città col sacco e la stadera in spalla e il cavagno sul braccio gridano: Oh Strasciee, e guardando in su alle finestre se si s'affaccia la povera donna o la serva di casa, un bel giorno pensarono di fare senza rigattiere di vendere la loro roba senza bisogno di questi. E istituirono la Fiera di Senigallia all'aria aperta»²³.

Appena usciti da Porta Ticinese c'era anche il mercato della "foffa", che in dialetto milanese significa lo scarto o la parte più scadente di ogni cosa.

«La foffa che si vende laggiù nel piazzale, che ha da una parte la darsena, dall'altra la strada maestra che mette a Corsico, è tutta di commestibili. I formaggi avariati della città e dei magazzini del borgo, tutte le forme di parmigiano ingrugnate o lise o alluminate, o vaiolate, o che sudano, o che puzzano, o che filano, tutti i salciccioli rancidi de' pizzicagnoli cittadini, tutta la roba mangereccia insomma vieta o guasta va a finire là su quei banchi, che ogni mattina i barulli innalzano e ogni sera disfanno come in Verziere»²⁴.



La Galleria Vittorio Emanuele II. Costruita in pochissimo tempo (1865-1867), per opera dell'architetto Giuseppe Mengoni, diventò subito il "salotto" di Milano. Al suo interno si affacciavano numerosi negozi, caffè e ristoranti. Una folla di clienti e curiosi si attendeva nel passeggio ammirando le grandi vetrate del soffitto, i mosaici e le luccicanti vetrine dei negozi e dei ristoranti

Nel 1880 a Milano furono censiti 2.304 esercizi di vendita di generi alimentari. Tra questi i più numerosi erano i fruttivendoli ed erbivendoli (389), i fornai (306), i droghieri (302), i pizzicagnoli (290) e i macellai (208). Numerosissimi, inoltre, erano i pubblici esercizi con 777 trattorie, 281 caffè e ristoranti, 218 osterie. Commentando questi dati l'economista Angelo Villa Pernice affermò:

«A tutta prima, scorrendo il precedente Prospetto, si direbbe che a Milano si pensa molto a mangiare e bere, siccome infatti i Milanesi sono in voce di mangiatori e bevitori; ma bisogna considerare che la popolazione del Comune di Milano, nell'anno 1879, toccava quasi 300.000 anime, fra l'agglomerata in città e la sparsa nei sobborghi»²⁵.

Assai numerosi erano anche i negozi di vestiario (in totale 1.954), dove però venivano compresi oltre alle manifatture di stoffe (273) e i merciai (229) anche i barbieri e parrucchieri (330), i calzolari (398), gli orologiai (111) e gli orefici (96); i negozi di mode e novità erano appena 74. Né mancavano i negozi degli articoli per la casa, tra i quali i tappezzieri (145), i mobiliari (112) e i materassai (83). Infine, quasi in ogni strada cittadina si ritrovava un rivenditore di legna da ardere, e la categoria contava nel complesso 344 botteghe²⁶. Per strada non era difficile incontrare i caffè del genoeucc, caffettieri ambulanti che sono diventati personaggi quasi mitici della Milano della fine '800.

segue a pag. 7 >>>





CRESCIDEPÓSITO PIÙ

**CERCO UN POSTO IN CUI
FAR CRESCERE
I MIEI RISPARMI AL MEGLIO.**

FINO
AL
4%
LORDO

ECCO IL CONTO DEPOSITO CHE PREMIA LA TUA FEDELITÀ:

- RENDIMENTO CRESCENTE FINO A 24 MESI
- NESSUN VINCOLO DI DURATA, SOMME SEMPRE DISPONIBILI
- ZERO SPESE E ZERO BOLLI
- SOLO PER NUOVA RACCOLTA

NUMERO VERDE 800-771100
WWW.CARIPARMA.IT
VIENI IN FILIALE E CHIEDI.

 **CARIPARMA**
CRÉDIT AGRICOLE

APERTI AL TUO MONDO.

MESSAGGIO PUBBLICITARIO CON FINALITÀ PROMOZIONALI. LA SOTTOSCRIZIONE DI CRESCIDEPÓSITO PIÙ È RISERVATA A NUOVA CLIENTELA O GIÀ CLIENTI CONSUMATORI A FRONTE DI NUOVA RACCOLTA. È NECESSARIA LA PRESENZA DI UN CONTO CORRENTE PRESSO CARIPARMA. 4%: TASSO ANNUO LORDO, PARI AL 2,92% NETTO, RICONOSCIUTO PER UN PERIODO DI DEPOSITO CHE VA DAL 18° AL 24° MESE. PER PERIODI INFERIORI SI RIMANDA AI FOGLI INFORMATIVI. DURATA MAX 24 MESI, GIACENZA MAX EUR 250.000, VERSAMENTO MINIMO INIZIALE EUR 25.000; POSSIBILI VERSAMENTI INTEGRATIVI DA NUOVA RACCOLTA PER I PRIMI 6 MESI DALLA SOTTOSCRIZIONE. CONDIZIONI VALIDE FINO AL 30/09/2011 SALVO SOSPENSIONE O ESAURIMENTO ANTICIPATO DEL PLAFOND. FOGLI INFORMATIVI DISPONIBILI PRESSO LE FILIALI CARIPARMA O SUL SITO WWW.CARIPARMA.IT





LA NOSTRA STORIA

◀ ◀ ◀ segue da pag. 5

«(Questi) avevano la missione di rianimare e scaldare i nottambuli del popolino che si recavano col loro carrettino nei diversi rioni della città dalle tarde ore di notte fino all'alba. Si rifornivano a sera raccogliendo i residui delle caffetterie e fornivano, corretta a piacimento con la grappa o con l'anice, una bevanda calda e non nauseabonda che ottenevano facendo ribollire i fondi di caffè. Questa bevanda bollita e filtrata era detta torbolin. Li chiamavano caffè del genoeucc perché in mancanza di panche gli avventori si sedevano su un vicino gradino e tenevano la tazza caldissima in bilico sulle ginocchia. Il più noto di questi spacci era quello che appariva dinanzi ai gradini del Duomo. Raccoglieva attorno a se brumisti e scopini, donne girovaghe e mendicanti, filosofi popolari senza fissa dimora. Per una vile moneta avevano l'illusione di mettere nello stomaco un corroborante che li aiutasse a chiudere la loro triste giornata: il torbolin nelle notti invernali e l'agher de limon in quelle afose estive»²⁷.



Assai diffusi erano i negozi e i chioschi dei pulentatt, dove con poca spesa si potevano acquistare cibi cotti di ogni genere, ma i piatti principali erano la polenta e il tradizionale merluzzo, oppure i pesciolini fritti con le patate in umido.



Il mercato a Porta Ticinese (quadro di U.Brambilla) era in uno dei quartieri più popolari di Milano, dove il commercio ambulante veniva effettuato in modo semplice e diffuso (molto spesso allora senza alcuna autorizzazione amministrativa) e dove con pochi centesimi si potevano acquistare cibi e prodotti di ogni genere

Accanto a questi esercizi si collocavano gli spacci di vino e di liquori. Sempre nel 1880 Milano contava ben 58 fabbriche di alcol e liquori e un numero indefinito di spacci di vino. In questo periodo si andarono diffondendo i trani.

«Trani e Barletta – vini meridionali. È un'insegna tipica della Milano fine - secolo. Sono bottiglierie con cucina economica e mescita di vino che crescono come funghi intorno al 1890, in dipendenza delle guerre doganali con la Francia. I primi "trani" si aprono al Verziere e sono di proprietà dei fratelli Carola, una antica ditta che divide con poche altre - gli Azzariti, i Negretti, i Magnifico, i Venosa – il controllo del centinaio e più di bottegoni di vino nei quali trovano sbocco quei rosé che un tempo andavano sul mercato e che ora, per la reazione della Francia alla politica di Crispi, devono essere assorbiti dal mercato interno»²⁸.

«Nella scala sociale dei trani, quelli dei Carola sono al gradino più basso. Quelli dei Nigretti, sparsi tra Porta Ticinese e Porta Genova, sono una anticipazione delle mense aziendali. Centinaia di operai vi si sfamano ogni giorno spendendo il minimo possibile»²⁹.

La "Città di Trani al Verziere" era considerato un reanant di mendicanti e di spostati, che Paolo Valera, scrittore scapigliato, descriveva come «una cava dove si rifugiano i battuti di tutte le classi ad annegare le umiliazioni e i patimenti quotidiani»³⁰.

Dentro le Gallerie (la Galleria De Cristoforis e quella di piazza del Duomo erano le più frequentate) si concentravano i negozi più prestigiosi, davanti ai quali si sviluppava il passeggio cittadino³¹. All'interno della Galleria di piazza Duomo trovavano posto anche i prodotti farmaceutici e di profumeria del dott. Bertelli, le terrecotte artistiche di Dall'Ara e il negozio di moda di Celestina Bellotti, che conteneva la clientela più elegante alla prestigiosa sartoria di Pietro Prandoni di Piazza San Fedele. La Galleria De Cristoforis, costruita nel 1832, collegava la Corsia de' Servi (l'odierno Corso Vittorio Emanuele) con via S.Pietro all'Orto e la Contrada del Monte e al suo interno ospitava la profumeria Dunant, il giocattolaio Caprotti, l'editore di stremne Ripamonti Carpano e sul finire dell' 800 il cinema Volta, uno dei primi cinema aperti a Milano. Proprio all'ingresso della Galleria De Cristoforis aprì nel 1870 le sue vetrine la libreria dell'editore di

segue a pag. 9 ▶ ▶ ▶





Banca Popolare di Vicenza

SERVIZI E FINANZIAMENTI ALLE IMPRESE

Convenzione Banca Popolare di Vicenza Unione Confcommercio Imprese per l'Italia di Milano, Lodi, Monza e Brianza

Per informazioni rivolgersi presso le nostre filiali

MILANO

VIA TURATI, 12 - Tel. 02 62481711
VIA COL DI LANA, 6 - Tel. 02 8360048
CORSO COMO, 15 - Tel. 02 29010129
VIA CIVITALI, 23 - Tel. 02 4039350
VIA TOLENTINO, 1 - Tel. 02 316064
VIA S. MICHELE DEL CARSO, 13 - Tel. 02 4694299
VIALE UNGHERIA, 20 - Tel. 02 58011002
PIAZZA SCHIAVONE, 14 (ANG. VIA DE CAPITANI) - Tel. 02 39312917
VIALE TUNISIA, 12 (ANG. VIA LECCO) - Tel. 02 29401695
PIAZZALE LORETO, 2 (ANG. VIA ANDREA COSTA) - Tel. 02 99291324
VIA TORINO (ANG. VIA S. VITO - CARROBBIO) - Tel. 02 864941

CORSICO

VIA VINCENZO MONTI, 46 - Tel. 02 4402933

SESTO SAN GIOVANNI

VIALE FRATELLI CASIRAGHI, 79 - Tel. 02 24839279

VIMERCATE

VIA LUIGI CADORNA, 2 - Tel. 039 6260568

LODI

VIALE G. AGNELLI, 26 - Tel. 0371 840333

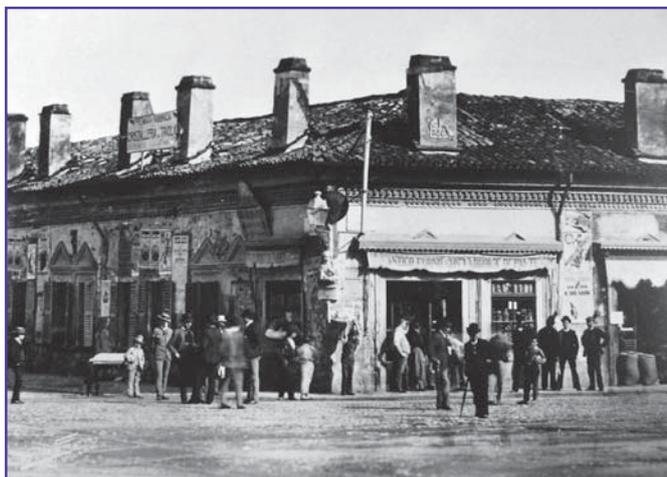
www.popolarevicenza.it

◀ ◀ ◀ segue da pag. 7

origine svizzera Hulrico Hoepli, specializzato nella pubblicazione di volumi di interesse tecnico e scientifico. Altra libreria assai di moda in quei tempi era quella del mercante di stampe Antonio Vallardi, in contrada Santa Margherita, la cui attività fu poi continuata dai figli Pietro e Giuseppe, e quella dei fratelli Emilio e Giuseppe Treves, che aprirono il loro negozio all'interno della Galleria del Duomo e diventarono famosi grazie alla pubblicazione delle opere di De Amicis, Verga, D'Annunzio, Deledda, Pirandello e alla diffusione di una Guida turistica che anticipò l'impostazione delle attuali guide del Touring Club.

I locali più frequentati all'interno delle Gallerie, comunque, erano i caffè, i bar e i ristoranti. Nella Galleria De Cristoforis il caffè più frequentato era quello di Baldassarre Gnocchi, che così venne descritto nell'album «Milano Illustrata» nel 1850:

«Taluni siedono su gli scranni dell'elegante caffè che si affaccia di prospetto alla Galleria ed abbraccia tutte le sale dell'ala che mette nella Contrada del Monte. Un tempo questo caffè era quasi deserto; ma ora mercé l'ottimo e decoroso servizio che somministra il Gnocchi, fa sì che da alcuni anni vedesi assai frequentato. Dacché fu aperto però un cortiletto adorno di vasi e di fiori dove a piacere si respira dell'aere aperto, anche nell'estate si respirano gli avventori. Le sale del caffè sono bene addobbate, a queste si aggiunse la nuova e grandiosa offelleria fornita con quella proprietà, con quel gusto che sa spiegare il proprietario di essa... Qui crocchi di vecchi che parlano d'affari e d'antiche reminiscenze, là giovani che discorrono di novità, di avventure galanti, di matrimoni, di teatri, di cantanti, di ballerine e di mille altre cose, fuorché politica ecc... »³².



Antico forno al Lazzaretto. Il Lazzaretto, grande edificio quadrilatero appena fuori le mura spagnole, fu costruito alla fine del XV secolo per il ricovero dei malati di peste. Nella seconda metà dell'Ottocento era ancora utilizzato come abitazione di povera gente e serviva come deposito delle merci soggette a quarantena. L'edificio venne demolito alla fine dell'Ottocento per fare posto al passaggio della linea ferroviaria, e tutta la zona dei dintorni venne sottoposta a bonifica

so per il suo panettone apprezzato anche dal maresciallo Radezski e da papa Pio IX. Un altro Biffi, Piero, bibliofilo, collezionista di pittura, aprì il Biffi alla Scala, facendolo subito diventare punto di ritrovo di poeti e artisti, quasi una specie di salone letterario.

Frequentatissimi erano, comunque, anche il Caffè Campari, il Caffè Gnocchi (aperto dallo stesso proprietario del caffè sito in Galleria De Cristoforis, ma che a fine secolo cambiò gestione e divenne la Birreria Gambinus, conosciuta anche come caffè concerto Grande Italia) e la Birreria Stocker (che nel 1885 fu rilevata da Virgilio Savini e divenne il ristorante Savini), il Caffè Hagy (che era chiamato anche Recanat de' sciori e tradizionale ritrovo del mondo della canzone, del varietà e del balletto). Il Caffè Campari fu aperto e gestito per diversi anni da Gaspare Campari, liquorista di grande successo e famoso per il suo Fernet (reclamizzato come febbrifugo, vermifugo e tonico) e il Bitter (che inizialmente si chiamava "Bitter d'Olanda"). Alla sua morte l'azienda fu rilevata dal figlio Davide, che seppe consolidare e ulteriormente sviluppare il successo paterno realizzando lo stabilimento di produzione di liquori a Sesto San Giovanni. Davide Campari riuscì a riscuotere grande successo grazie anche alle sue innovative strategie pubblicitarie. Il manifesto pubblicitario, alla cui realizzazione concorsero alcuni tra i più affermati pittori del tempo, divenne infatti il principale veicolo per reclamizzare i suoi prodotti.

Milano fu la prima città italiana dove vennero aperti i grandi magazzini. Fu qui infatti che prese avvio l'esperienza dei

segue a pag. 11 ▶ ▶ ▶



UNIONE premia la tua FEDELTA'

Per le Imprese regolarmente iscritte da almeno 3 anni Unione Confcommercio, a titolo di **PREMIO FEDELTA'**, riserva ulteriori condizioni esclusive all'interno delle **convenzioni bancarie** sottoscritte con alcuni dei principali istituti di credito.

Il Premio Fedeltà è un contenuto esclusivo delle convenzioni stipulate con:

BANCA POPOLARE DI VICENZA
BANCA SELLA
CREDITO ARTIGIANO
CARIPARMA
INTESA SANPAOLO

Per approfondire le condizioni a tua disposizione e le agevolazioni previste dal **PREMIO FEDELTA'**, contatta la tua Associazione di Categoria o Territoriale, oppure scrivi a: convenzioni.bancarie@unione.milano.it



Unione
CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA





◀ ◀ ◀ segue da pag. 9

fratelli Bocconi, qui si cominciarono a vedere i primi magazzini a prezzo unico e le principali strutture commerciali a catena.

I fratelli Luigi e Ferdinando Bocconi, originari di Lodi, dopo aver fatto lunga esperienza nei mercati all'aperto e nelle fiere di paese, nel 1865 si fermarono a Milano e, trovato un negozio disponibile nei pressi del Duomo, in contrada Santa Radegonda, aprirono la loro prima bottega di tessuti e abbigliamento. Quindi si spostarono in un negozio a Porta Nuova con l'insegna di "Magazzino Livornese". Nel 1877, prendendo a modello l'esempio d'oltralpe, aprirono un nuovo negozio con le caratteristiche di grande magazzino, sempre



Corso Vittorio Emanuele II (in una foto di inizio Novecento)

vicino al Duomo. L'insegna "Aux villes d'Italie" rappresentava un richiamo esplicito alla moda francese, allora molto in voga. Dopo qualche anno l'insegna fu tradotta in lingua italiana "Alle città d'Italia". Il negozio ebbe subito grande successo e, grazie alle capacità imprenditoriali dei fratelli Bocconi, aprì delle filiali in altre città e divenne ben presto una delle imprese commerciali più importanti d'Italia.

I magazzini dei fratelli Bocconi fin dall'inizio praticarono la libera entrata, le vendite per corrispondenza e adottarono molte delle tecniche di vendita già sperimentate in Francia, in altri paesi europei e in America³⁴. Nei primi anni del Novecento i fratelli Bocconi introdussero nei loro magazzini il "banco da un soldo", dove offrivano in vendita alla clientela oggetti per la modica cifra di cinque centesimi. La formula del prezzo unico ebbe particolare successo dopo la prima guerra mondiale, negli anni della depressione economica, e prese piede soprattutto nelle strutture dei magazzini popolari, mettendo in gravi difficoltà i negozi tradizionali del piccolo commercio. Non a caso le associazioni dei commercianti levarono vibranti proteste contro l'indiscriminata apertura di nuovi magazzini a prezzo unico.

Le prime associazioni dei commercianti a Milano

Subito dopo l'unità d'Italia si crearono a Milano numerose associazioni di categoria. La Società dei commercianti, pur mantenendo il primo assetto di circolo andò assumendo sempre di più le caratteristiche di associazione politica. E per meglio chiarire il concetto, all'articolo 3

dello statuto venne esplicitato che i soci «si propongono l'incremento delle libere istituzioni del Paese e di adoperarsi a favore dell'Indipendenza Italiana»³⁵.

La Società del commercio nel 1865 si fuse con la Società di incoraggiamento di arti e mestieri, dando vita alla nuova Società Patriottica, che come si legge nel suo Regolamento, doveva dedicare le sue energie soprattutto alle «applicazioni pratiche» e a sostegno delle iniziative politiche del partito liberale - unitario - costituzionale³⁶.

La borghesia imprenditoriale fondò nel 1867 l'Associazione Industriale Italiana, che intendeva incidere sia sulle scelte politiche locali sia sulla realtà economica del Paese. Nel suo statuto l'Associazione industriali di Milano si definiva come un organismo «economico - industriale» avente lo scopo primario di «promuovere in Italia le istituzioni delle banche popolari, dei magazzini corporativi e delle società di mutuo soccorso e di stimolare l'operosità per accrescere la produzione, promuovere le industrie locali e specialmente le piccole»³⁷.

Quasi tutti i principali contribuenti e i protagonisti dell'economia milanese di quel periodo erano soci iscritti o benemeriti dell'Associazione e tra questi c'era anche il commerciante Luigi Bocconi, titolare insieme al fratello della ditta che nel giro di pochi anni diventò il primo grande magazzino italiano.

Altro luogo frequentato dalla borghesia imprenditoriale era il Circolo degli interessi industriali e commerciali, di cui facevano parte molti commercianti. Il Circolo, che aveva sede in via Ugo Foscolo 3, poteva vantare come presidente l'industriale Tommaso Bertarelli e tra i consiglieri il cav. Attilio Manzoni, Riccardo Biraghi, Romoaldo Borletti, l'ingegnere Alberto Riva, il commerciante Demetrio Prada. Esso svolgeva soprattutto una funzione di lobbying nei confronti del potere politico, riuscendo molto spesso a condizionarne le scelte e le decisioni finali. La costituzione del Circolo avvalorava «l'i-

segue a pag. 12 ▶ ▶ ▶





 LA NOSTRA STORIA

◀ ◀ segue da pag. 11

potesi che il ceto dei commercianti avesse assunto nuova importanza nella realtà milanese e, in particolare, nella strategia socio - economica perseguita dagli imprenditori. Anzi, il peso numerico di questi fu preponderante rispetto a quello degli industriali, dei banchieri e dei politici»³⁸. Circa i due terzi dei soci iscritti, infatti, erano commercianti.

Nel 1884 il Circolo riuscì ad assorbire anche l'Associazione Industriale Italiana dimostrando la capacità di poter rappresentare gli interessi dell'alta borghesia e degli esponenti di spicco dell'industria milanese, ormai uniti in una strategica alleanza politica ed economica.

I commercianti milanesi diedero vita anche a numerose associazioni di categoria. Tra le più importanti, a partire dalla seconda metà del XIX secolo, ricordiamo la Società per giovani caffettieri, offellai, birrai e liquoristi, che - fondata nel 1860 da Domenico Dolcini, esercente di fede democratica - liberale, con lo scopo di assistere i soci nei casi di malattia o infortunio, intendeva applicare «i santi principi di libertà e di fratellanza sanciti dal nuovo ordine di cose, colla potentissima leva della Mutua Associazione», erogando i primi sussidi di disoccupazione per la perdita del lavoro e una pensione per l'abbandono dell'attività a causa dell'età avanzata³⁹. La Società di Mutuo soccorso del personale d'albergo, osteria e trattoria faceva risalire le sue origini alla Pia Unione dei cuochi e dei camerieri, fondata nel secolo precedente e ne ricalcava i suoi principali scopi associativi⁴⁰.

C'era inoltre la Mutua associazione degli osti, trattori e mercanti di vino, con sede in via Aquila, che aveva come scopo quello di formare un fondo «per sussidiare i soci effettivi decaduti dall'esercizio e ridotti a povertà per circostanze non imputabili ai medesimi», di tutelare «i diritti accordati dalla legge e dalle consuetudini e sanciti dall'uso, nell'interesse comune dei soci», ed infine di rimuovere con mezzi legali «gli abusi che danneggiano gli esercenti ostieri, trattori e mercanti di vino»⁴¹.

Su un gran numero di associati potevano contare anche la Società dei salsamentari, costituita nel 1862 per iniziativa dei signori Sem Gallone, Ambrogio Oldrini, Giuseppe Gariboldi ed Ercole Nazari. Prendendo spunto da altre analoghe associazioni, lo scopo sociale del sodalizio era il mutuo soccorso nel caso di vecchiaia, ma assunse ben presto anche la funzione di rappresentanza sociale incaricata di persuadere l'autorità «che i provvedimenti da essa diramati, meritavano una modificazione o un diverso indirizzo». Questa associazione faceva risalire le sue origini al periodo delle corporazioni medioevali, in particolare alla Università dei Cervellari et de' Postari di grasso, e ne facevano parte non solo i proprietari, ma anche il personale dipendente ed i sensali dei generi di salumeria. La convivenza tra i proprietari d'esercizio e i loro dipendenti, a causa dei loro diversi interessi, non durò a lungo.

Da questo sodalizio nacque una nuova associazione, la Società tra proprietari salsamentari, alla cui presidenza fu chiamato Alessandro Stabilini, fervente mazziniano, che fu affiancato da Abramo Magni, Giovanni Astori, cassiere, e dai consiglieri Pietro Beretta, Giovanni Fossati, Camillo Fernandi e Stefano Taccani. L'associazione si impegnò subito organizzando numerose proteste contro la tassa sulla macellazione, istituì una «cassa prestiti» per i soci e un ufficio di collocamento del personale che provvedeva anche alla redazione dei contratti di lavoro⁴².

I panettieri, chiamati a Milano prestina, erano invece divisi in due associazioni: il Consorzio dei prestina di Milano, costituitosi nel 1860, divenuto in seguito Società Mutua proprietari forno, di cui era presidente Francesco Rosio, e la Associazione mutua tra fornai, istituita con la sola partecipazione dei lavoratori dipendenti. Dopo lunghe trattative le due associazioni si fusero in un unico sodalizio con lo scopo di

«mostrarsi amici dell'ordine sociale e delle leggi della moralità; tranquillizzare la cittadinanza e le autorità col prevenire gli scioperi ed in quella vece (occuparsi) di tutte le questioni che per avventu-



Mercato del Verziere. I milanesi andavano a comprare in questo mercato la frutta e la verdura proveniente dalle campagne lombarde. Qui, sino ai primi anni del Novecento, si potevano sentire i veri odori dei prodotti della terra lombarda e il vociare della gente che vendeva e che comprava, in un continuo via vai di gente e carretti



ra fra i consoci, siano essi proprietari forno od operai, insorgessero; sostituire l'azione pacifica dei proviviri arbitri, il giudizio dei quali si convenga inappellabile; ... ammettere a fruire dei sussidi, al pari dei soci operai, anche quei proprietari forno iscritti al sodalizio che, colpiti da rovesci di fortuna, decadessero in basso stato economico per modo di averne bisogno; ... ricostruire infine un Ufficio di collocamento con norme speciali, del quale obbligatoriamente dovranno servirsi tutti i consoci, siano essi proprietari forno od operai»⁴³.



Altro sodalizio molto importante del settore fu la Società dei fruttivendoli ed erbivendoli, già conosciuta come Società dei giardinieri ed ortolani, a cui potevano partecipare anche le donne. L'associazione si proponeva

«di formare il consorzio di tutti gli esercenti il commercio di frutta ed erbaggi sulla piazza di Milano e Corpi Santi, sicché nel consorzio vengano viemmeglio formati e rispettati le consuetudini commerciali vantaggiose agli esercenti nonché utili ai consumatori; di promuovere e disciplinare tutti i migliori provvedimenti atti a facilitare il commercio ed a renderlo nel suo esercizio in dettaglio il più possibile



Magazzini Bocconi. Il primo grande magazzino aprì i battenti a Milano nel 1877 per opera dei fratelli Luigi e Ferdinando Bocconi, prendendo ad esempio il modello già sperimentato in Francia. Per questo il negozio fu chiamato all'inizio "Aux Villes d'Italie". Dopo qualche anno l'insegna fu cambiata in "Alle città d'Italia"

decoroso; di avere nella rappresentanza sociale un modo conveniente per gli occorrenti reclami alle autorità, nell'interesse del ceto del commercio costituente l'associazione; di formare nella rappresentanza dell'associazione un ufficio conciliativo per tutte le differenze inerenti alle contrattazioni fra i dettaglianti e i grossisti; di istituire col fondo sociale formato dai singoli contribuenti il mezzo di mutuo soccorso per quelli che intenderanno associarsi per tale scopo della società; di tutelare gli aventi parte all'associazione in faccia alle autorità e provvedere alla decorosa loro tumulazione»⁴⁴.

Alla fine del secolo (1892) fu costituita anche l'Associazione commerciale fra negozianti di stoffe, sartoria ed affini che si proponeva

«di proporre i mezzi atti a difendere il commercio dalle cooperative privilegiate; la soluzione delle controversie doganali; la limitazione della vendita girovaga; di age-

volare il credito bancario al dettaglio; di patrocinare i reclami dei soci contro le tasse eccessive o ingiuste; la difesa degli interessi della classe (dei commercianti) sia in caso di sciopero, che di aumenti di imposte o di tariffe daziarie o di qualunque altra questione inerente al commercio»⁴⁵.

17 Rosalinda Adami e Luisa Ago, *I fenomeni di trasformazione urbana e il ruolo del ceto imprenditoriale*, in AA.VV. *Borghesi e imprenditori a Milano dall'Unità alla prima guerra mondiale*, a cura di G. Fiocca, Laterza, Roma - Bari, 1984, p. 297.

18 Giorgio Fiocca, *Credito e conoscenza: le condizioni dell'ascesa imprenditoriale*, in AA.VV. *Borghesi e imprenditori a Milano dall'Unità alla prima guerra mondiale*, op. cit., p. 15.

19 Da *Il capitale e lo spirito di associazione*, «Il Sole», 6 agosto 1866.

20 AA.VV., *Il ventre di Milano, fisiologia della capitale morale*, Longanesi, Milano, 1977, p. 43

21 A quell'epoca quando si parlava di mercato della frutta e verdura, questo si chiamava "verze". Del resto il "verze" è rimasto a lungo il luogo in cui i Milanesi si rifornivano del cavolo verza indispensabile per la preparazione del minestrone, piatto tipico della cucina popolare meneghina. Nel dialetto milanese, per altro, il nomignolo di "verzeratt" veniva dato a chiunque fosse un abituale frequentatore del "verze", «oppure a chi usasse modi poco urbani nel trattare con il prossimo»

22 «Il commercio girovago .. cancro vitale e parassita, si esplica indisturbato in modo semplice e sicuro, sia nel più piccolo paese di montagna, sia nella capitale più produttrice e commerciale d'Italia .. Vediamo liberamente circolare prodotti in manifatture, chincaglierie, drapperie, cartolerie, orologerie, ecc., ecc., che formano oggetto del nostro commercio, in barba alle leggi fiscali ed agli aggravii, che ci pesano continuamente che è una vera vergogna» (dalla Relazione di G.B. De Pauli, in *Atti del Congresso nazionale dei commercianti, esercenti, industriali*, Milano, 1906).

23 AA.VV., *Il ventre di Milano, fisiologia della capitale morale*, op. cit. p. 56.

24 Ivi p. 59.

25 Angelo Villa Pemice, *Commercio a Milano*, in «Mediolanum», vol. 4, Vallardi, 1881, p. 111.

26 Bruno Caizzi, *Milano e l'Italia*, op. cit., p. 96.

27 Sandro Piantanida, *I caffè di Milano*, op. cit., p. 178.

segue a pag. 14 >>>

← segue da pag. 13

28 Giuseppe Barigazzi, *Le osterie di Milano*, Mursia, Milano, 1968, p. 163.

29 Ivi p. 166

30 Paolo Valera, *Milano sconosciuta*, Longanesi, Milano, 1976.

31 Il clima che si viveva all'interno della Galleria venne così descritto sulla rivista «Mediolanum»: «Animazione, cicaleccio, intrighi e affari si mescolano, in un allegro girotondo, proprio come in un grande salotto. Gli elegantoni sfoggiano gli abiti nuovi.. le belle donnine fanno strabiliare per la grazia con la quale portano a spasso acconciature e vestiti d'una fierezza notevole, cui aggiungono la naturale grazia personale.. Soltanto verso il crepuscolo, però, il mondo elegante è riunito al gran completo.. Finalmente possono farsi avanti i "provinciali" giunti per lo spettacolo del "rattin" (gli accendini meccanici delle luci a gas posti ai piedi della cupola) .. Appena la Galleria è illuminata sopravviene l'ora del maggior concorso: provinciali, forestieri e cittadini vi si pigiano per passeggiare; i caffè rigurgitano di avventori, ne escono dei buffi di aria ardente mescolati a delle zaffate di musica chiassosa; le fioraie e i venditori di zolfanelli, di giornali e di libri, assaltano alla lettera i passanti; l'andirivieni continua fino alle dieci, spesso sino alle undici pomeridiane, poi si calma; appena qualche gruppo di gente reduce dai prossimi teatri l'attraversa; i lumi si spengono; i caffè si spopolano; il silenzio torna a regnare» (da Pino Zanchi e Federico Bottelli, *Un secolo di Galleria*, Servegnini Stampa, Milano, 1967, p. 64).

32 Sandro Piantanida, *I caffè di Milano*, op. cit., p. 156.

33 «La Perseveranza», 20 maggio 1868.

34 L'esempio a cui maggiormente si ispirarono i fratelli Bocconi era rappresentato da Aristide Boucicot, già commerciante in Normandia trasferitosi a Parigi nella metà del XIX secolo, dove aprì il primo grande magazzino "Bon Marché". Boucicot fu il primo ad introdurre il prezzo fisso e molte altre tecniche moderne di vendita, come ad esempio le offerte promozionali del mese, i saldi fine stagione e le vendite per corrispondenza. Altro esempio ripreso dai fratelli Bocconi fu quello dell'americano Frank W. Woolworth, che introdusse nella catena dei suoi negozi la formula del "Great 5 cts. Store" (tutto a 5 centesimi di dollaro).

35 Dal *Progetto di Statuto per la Società dei Commercianti*, 1861.

36 Cfr. *Regolamento organico della Società Patriottica in Milano*, 1864.

37 Associazione industriali di Milano, *Statuto*, Milano, 1867, art.2. Nella fase iniziale della sua attività l'Associazione industriali di Milano risentì della diretta influenza di Luigi Luzzatti, che auspicava la fondazione di scuole professionali di arti e mestieri e si proponeva di costituire un sistema di agevolazioni economiche ed organizzative tramite alcuni istituti di credito (le banche popolari), o magazzini cooperativi, e le società di mutuo soccorso. Negli anni successivi maturò finalità più aderenti ai valori del nuovo sistema produttivo proiettato sulla fabbrica e si trasformò in Associazione Industriale Italiana. Nel suo nuovo statuto (1872) si leggeva: «L'Associazione Industriale Italiana ha per iscopo di giovare al progresso ed all'incremento delle diverse industrie del paese, col costituirsi in libera rappresentanza degli interessi industriali, col patrocinare l'iniziativa individuale in tutte le sue proposte che saranno riconosciute vantaggiose allo scopo sociale, coll'agevolare i reciproci rapporti e la diffusione delle utili cognizioni fra gli industriali, mediante frequenti riunioni e pubblicazioni sia periodiche che d'occasione, ed eventualmente con esposizioni, istituzioni di premi di incoraggiamento per invenzioni o ricerche utili all'industria, sia dal lato economico o morale che dal tecnico, e infine con tutti i mezzi che saranno riconosciuti opportuni». In questo statuto è possibile intravedere anche il programma dell'associazione, che esprime i veri sentimenti degli imprenditori, ampiamente condivisi dai finanziari e da quel ceto nobiliare «che aveva cominciato a investire nell'azionariato industriale e bancario parte delle sue risorse» (da Costanza Patti, *Strutture associative e formazione professionale*, in AA.VV., *Borghesi e imprenditori a Milano dall'unità alla prima guerra mondiale*, op. cit., p. 127).

38 Ivi, pp. 136-137.

39 Una breve storia dell'associazione è riportata in *Cenni storici e notizie statistiche - amministrative sulla Società di Mutuo soccorso fra i giovani caffettieri, offellai, liquoristi e birrai*, pubblicata nella circostanza del XXV anniversario della sua fondazione, Milano, 1886. Tra i suoi i suoi primi dirigenti si distinsero Ferdinando Fumagalli, gestore del caffè Biffi, che fu nominato primo presidente della Società, ed altri esercenti come Giuseppe Chierichetti, Baldassarre Gnocchi, e Paolo Biffi, tutti gestori di importanti bar e ristoranti.

40 Le confraternite nel Seicento e Settecento svolgevano una pluralità di attività non solo sacramentali e religiose (processioni, celebrazioni penitenziali, onoranze funebri e novene), ma anche assistenziali (elemosina, assistenza agli infermi e agli indigenti bisognosi). Essendo gestite molto spesso con regole e rituali segreti per i non affiliati e che difficilmente potevano essere controllate dalle autorità, alcune confraternite furono addirittura soppresse dall'imperatore Giuseppe II d'Asburgo (nel 1786) e i loro beni destinati alla pubblica assistenza. Altre confraternite continuarono le loro attività religiose ed assistenziali nella forma di Pia Unione. Tra queste c'era la Pia Unione dei cuochi e camerieri e inservienti agli alberghi ed osterie della città di Milano, fondata nel 1788, che aveva come scopo di dare onorata sepoltura ai confratelli defunti e suffragare annualmente le anime dei defunti con un solenne ufficio generale nel giorno di lunedì immediatamente successivo alla domenica in Albis. Svolgeva, inoltre, attività assistenziale erogando, quando possibile, dei sussidi ai confratelli bisognosi. Per un approfondimento dell'argomento vedi Riccardo Bottoni, *Le confraternite milanesi nell'età di Maria Teresa*, in AA.VV. *Economia, istituzioni, cultura in Lombardia nell'età di Maria Teresa*, vol. III, a cura di A. De Maddalena, E. Rotelli, G. Barbarisi, Il Mulino, Bologna, 1982.

41 *Statuto della Mutua associazione degli osti, trattori e mercanti di vino*, Milano. Il Presidente dell'Associazione era il cav. Pasquale Perelli Cippo, vicepresidenti Luigi Clerici ed Angelo Sassi.

42 *Società proprietari salsamentari di Milano. Venti anni di vita sociale*, Milano, 1889. La corporazione dei salumieri ha origini antichissime. Negli archivi cittadini si conservano gli atti della Università dei cervellari et de postari del grasso che dal 1406 rappresentò gli interessi dei salumieri milanesi, sino a quando nel 1787 il sodalizio non fu sciolto da Giuseppe II. La categoria rimase senza punto di riferimento sino al ricongiungimento della Lombardia al regno sabaudo. Nel 1863 Milano si dotò del Civico macello e, dopo qualche anno, Alessandro Stabilini, imprenditore impegnato politicamente nelle file mazziniane, raccolse intorno a sé un gruppo di esercenti dando vita alla Società Mutua proprietari salsamentari. Lo stesso Stabilini fu tra i fondatori della Federazione Esercenti di Milano. Una delle principali attività della associazione era l'acquisto collettivo di bestiame suino. Stabilini ideò una forma assicurativa contro i rischi di malattia del bestiame acquistato e con il contributo dei soci istituì una forma di credito per i negozianti in difficoltà economiche. Fin dal 1872 presso la sede dell'Associazione, furono realizzati dei corsi di istruzione e formazione professionale e fu costituito un Ufficio di collocamento del personale addetto all'alimentazione. Le attività dell'associazione ebbero da subito un grande successo e, verso la fine del XIX secolo, ad essa aderì quasi la totalità degli esercenti che operavano nel settore.

43 Cfr. *Statuti dell'Associazione mutua tra fornai*, Milano, 1877. I primi dirigenti dell'associazione furono Eliodoro Verdi, Gaetano Valtorta e Gaetano Bossi.

44 *Statuto della Società per il consorzio e mutuo soccorso dei commercianti di frutta ed erbaggi di Milano*, Milano, 1877.

45 Statuto della *Associazione commerciale fra negozianti di stoffe, sartoria ed affini*, Milano, 1892.



Alla Città di Mosca al Cordusio. Visto il successo dei fratelli Bocconi, il modello fu ripreso da altri imprenditori che avviarono analoghi esercizi. In quegli stessi anni erano abbastanza diffusi i magazzini popolari tipo "Bazar", "a prezzo unico" oppure "vendita a un soldo"



Il Magazzino Babilonia tra via Fustagnari e via Mercanti

ENTE MUTUO

DI ASSISTENZA
TRA GLI ESERCENTIIL COMMERCIO
DELLA PROVINCIA DI MILANO



ASSISTENZA SANITARIA DEDICATA



Ente Mutuo: fedele per tutta la vita



Corso Venezia, 49 - 20121 Milano
E-mail: informazioni@entemuomilano.it - www.entemuomilano.it



LE NOSTRE FORME DI ASSISTENZA

B

Forma Tipo B Assistenza specialistica ambulatoriale ed altri contributi

Integrativa del servizio pubblico e sostitutiva per ottenere in tempi brevi le prestazioni sanitarie di assistenza specialistica ambulatoriale.

Contributi anno 2012 per persona

fascia di età da 0 a 10 anni	€ 238,00	fascia di età da 50 a 59 anni	€ 520,00
fascia di età da 11 a 20 anni	€ 278,00	fascia di età da 60 a 65 anni	€ 563,00
fascia di età da 21 a 30 anni	€ 326,00	fascia di età da 66 a 70 anni	€ 573,00
fascia di età da 31 a 49 anni	€ 414,00	fascia di età oltre 70 anni	€ 584,00

Comprende:

- prestazioni di assistenza specialistica ambulatoriale: visite mediche, analisi di laboratorio e diagnostica strumentale (esami radiografici, ecografie, TC, RM, MOC, endoscopie, scintigrafie, doppler), prestazioni odontoiatriche, terapia fisica;
- in caso di ricovero ordinario, day hospital o day surgery in Italia o all'estero (previa autorizzazione da parte di Ente Mutuo) presso strutture sanitarie private o reparti solventi di strutture sanitarie pubbliche, Ente Mutuo riconosce una partecipazione alla spesa fino a € 80,00 per giorno di degenza, con un massimo annuo di 30 giorni per persona;
- contributo di natalità di € 180,00;
- trasporto con autoambulanza;
- lenti correttive della vista;
- cure ortodontiche;
- rimborso dei tickets applicati dal S.S.N. sulle prestazioni di assistenza specialistica ambulatoriale.

C

Forma Tipo C Assistenza ospedaliera

Scelta da chi desidera una valida assistenza ospedaliera anche presso strutture sanitarie private.

(fino al massimale annuo di spesa per l'assistenza ospedaliera di € 155.000,00 per persona)

Contributi anno 2012 per persona

fascia di età da 0 a 10 anni	€ 166,00	fascia di età da 50 a 59 anni	€ 601,00
fascia di età da 11 a 20 anni	€ 166,00	fascia di età da 60 a 65 anni	€ 828,00
fascia di età da 21 a 30 anni	€ 312,00	fascia di età da 66 a 70 anni	€ 828,00
fascia di età da 31 a 49 anni	€ 448,00	fascia di età oltre 70 anni	€ 956,00

Comprende:

- il ricovero ordinario o day hospital o day surgery presso le strutture sanitarie convenzionate con un costo a carico dell'assistito pari al 20% dell'importo complessivo della spesa; il restante 80% verrà saldato da Ente Mutuo (sono escluse le spese extra);
- il ricovero ordinario o day hospital o day surgery in Italia o all'estero (previa autorizzazione da parte di Ente Mutuo) presso strutture sanitarie private non convenzionate; in tal caso Ente Mutuo riconosce agli iscritti un rimborso indiretto secondo Regolamento;
- in caso di ricovero ordinario o day hospital o day surgery totalmente o parzialmente a carico del S.S.N. (passaggio di classe o differenza alberghiera), Ente Mutuo riconosce un'indennità economica/contributo economico di € 160,00 al giorno, fino a un massimo di 30 giorni per persona;
- in caso di ricovero per riabilitazione presso strutture sanitarie pubbliche o private a seguito di intervento cardiologico a torace aperto o protesi d'anca e di ginocchio, Ente Mutuo riconosce un'indennità economica/contributo economico di € 160,00 al giorno, fino a un massimo di 10 giorni per persona;
- per i due punti precedenti il massimale annuo per persona è pari a € 4.800,00 ed è cumulativo sia dell'indennità economica sia del contributo economico;
- interventi di chirurgia ambulatoriale secondo Regolamento;
- terapia medica oncologica in ricovero ordinario o day hospital per chemioterapia antitumorale, immunoterapia, ormonoterapia, terapia di supporto; in tal caso Ente Mutuo concorre al pagamento del 50% della spesa sia per l'assistenza diretta che indiretta.

N.B. Per tutte le forme di assistenza (B - C - D - Dplus) all'atto dell'iscrizione dovrà essere versata la quota fissa una tantum di € 60,00 per nucleo familiare.

D

Forma Tipo D – Assistenza specialistica ambulatoriale, Assistenza ospedaliera ed altri contributi

Soddisfa chi vuole ottenere una protezione più ampia, comprensiva delle prestazioni di assistenza specialistica ambulatoriale e assistenza ospedaliera.

(fino al massimale annuo di spesa per l'assistenza ospedaliera di € 155.000,00 per persona)

Contributi anno 2012 per persona

fascia di età da 0 a 10 anni	€ 402,00	fascia di età da 50 a 59 anni	€ 1.009,00
fascia di età da 11 a 20 anni	€ 474,00	fascia di età da 60 a 65 anni	€ 1.264,00
fascia di età da 21 a 30 anni	€ 610,00	fascia di età da 66 a 70 anni	€ 1.326,00
fascia di età da 31 a 49 anni	€ 818,00	fascia di età oltre 70 anni	€ 1.486,00

Comprende:

- prestazioni di assistenza specialistica ambulatoriale: visite mediche, analisi di laboratorio e diagnostica strumentale (esami radiografici, ecografie, TC, RM, MOC, endoscopie, scintigrafie, doppler), prestazioni odontoiatriche, terapia fisica;
- il ricovero ordinario o day hospital o day surgery presso le strutture sanitarie convenzionate con un costo a carico dell'assistito pari al 20% dell'importo complessivo della spesa; il restante 80% verrà saldato da Ente Mutuo (sono escluse le spese extra);
- il ricovero ordinario o day hospital o day surgery in Italia o all'estero (previa autorizzazione da parte di Ente Mutuo) presso strutture sanitarie private non convenzionate; in tal caso Ente Mutuo riconosce agli iscritti un rimborso indiretto secondo Regolamento;
- in caso di ricovero ordinario o day hospital o day surgery totalmente o parzialmente a carico del S.S.N. (passaggio di classe o differenza alberghiera), Ente Mutuo riconosce un'indennità economica/contributo economico di € 160,00 al giorno, fino a un massimo di 30 giorni per persona;
- in caso di ricovero per riabilitazione presso strutture sanitarie pubbliche o private a seguito di intervento cardiologico a torace aperto o protesi d'anca

- e di ginocchio, Ente Mutuo riconosce un'indennità economica/contributo economico di € 160,00 al giorno, fino a un massimo di 10 giorni per persona;
- per i due punti precedenti il massimale annuo per persona è pari a € 4.800,00 ed è cumulativo sia dell'indennità economica sia del contributo economico;
- interventi per vizi di rifrazione presso strutture sanitarie convenzionate; in tal caso Ente Mutuo concorre al pagamento del 50% della spesa;
- terapia medica oncologica in ricovero ordinario o day hospital per chemioterapia antitumorale, immunoterapia, ormonoterapia, terapia di supporto; in tal caso Ente Mutuo concorre al pagamento del 50% della spesa sia per l'assistenza diretta che indiretta;
- interventi di chirurgia ambulatoriale secondo Regolamento;
- trasporto con autoambulanza;
- lenti correttive della vista;
- cure ortodontiche;
- rimborso dei tickets applicati dal S.S.N. sulle prestazioni di assistenza specialistica ambulatoriale.

D plus

Forma Tipo D plus – Assistenza specialistica ambulatoriale, Assistenza ospedaliera ed altri contributi

Si rivolge a chi, oltre ad una protezione comprensiva delle prestazioni di assistenza specialistica ambulatoriale, desidera un'assistenza ospedaliera diretta ed indiretta economicamente più vantaggiosa.

(fino al massimale annuo di spesa per l'assistenza ospedaliera di € 155.000,00 per persona)

Contributi anno 2012 per persona

fascia di età da 0 a 10 anni	€ 469,00	fascia di età da 50 a 59 anni	€ 1.367,00
fascia di età da 11 a 20 anni	€ 536,00	fascia di età da 60 a 65 anni	€ 1.997,00
fascia di età da 21 a 30 anni	€ 683,00	fascia di età da 66 a 70 anni	€ 2.101,00
fascia di età da 31 a 49 anni	€ 1.020,00	fascia di età oltre 70 anni	€ 2.259,00

Comprende tutte le prestazioni e i rimborsi già previsti per la forma di tipo D ed in più:

- il ricovero ordinario o day hospital o day surgery totalmente a carico di Ente Mutuo, presso le strutture sanitarie convenzionate secondo Regolamento;
- il rimborso dell'80% della spesa sostenuta per ricoveri ordinari o day hospital o day surgery presso strutture sanitarie non convenzionate, in Italia o all'estero (previa autorizzazione da parte di Ente Mutuo) secondo Regolamento;
- in caso di ricovero ordinario o day hospital o day surgery totalmente o parzialmente a carico del S.S.N. (passaggio di classe o differenza alberghiera), Ente Mutuo riconosce un'indennità economica/contributo economico di € 200,00 al giorno, fino a un massimo di 30 giorni per persona;
- in caso di ricovero per riabilitazione presso strutture sanitarie pubbliche o private a seguito di intervento cardiologico a torace aperto o protesi d'anca

- e di ginocchio, Ente Mutuo riconosce un'indennità economica/contributo economico di € 200,00 al giorno, fino a un massimo di 10 giorni per persona;
- per i due punti precedenti il massimale annuo per persona è pari a € 6.000,00 ed è cumulativo sia dell'indennità economica sia del contributo economico;
- un rimborso massimo omnicomprensivo per ricovero per l'espletamento del parto presso strutture sanitarie non convenzionate secondo Regolamento;
- prevenzione (**check-up**) erogata da Ente Mutuo in forma diretta ogni 2 anni, presso le strutture sanitarie convenzionate con una partecipazione da parte del socio nella misura del 20%, con prestazioni opportunamente differenziate secondo l'età, il sesso e secondo i fattori di rischio.

Ente Mutuo: chi siamo

Ente Mutuo di Assistenza tra gli Esercenti il Commercio della Provincia di Milano, nasce nel 1955 nell'ambito dell'Unione Commercianti. È una Associazione di Mutua Assistenza che non ha scopi di lucro e ha per oggetto l'assistenza sanitaria dei propri iscritti. Ente Mutuo è riservato agli Imprenditori e Professionisti iscritti alle Associazioni aderenti ad Unione Confcommercio Milano – Lodi – Monza e Brianza. Nel dicembre del 2009 Ente Mutuo ha ottenuto la Certificazione di Qualità.

Le attività svolte, i servizi offerti, le Strutture convenzionate nel corso di più di 50 anni sono aumentate a tal punto che oggi Ente Mutuo si pone a pieno merito tra le prime assistenze sanitarie integrative a livello nazionale.

Ente Mutuo: i punti di forza

- Non è un'assicurazione
- Fedele – assiste i Soci per tutta la vita
- Economico – costa meno di altre mutue e assicurazioni a parità di prestazioni
- Esclusivo – riservato ai Soci Unione Confcommercio
- Su misura – offre quattro possibili forme di copertura sanitaria
- Presenta vantaggi fiscali – detraibile dall'IRPEF

Ente Mutuo: i servizi

sono propriamente l'assistenza sanitaria integrativa e/o sostitutiva del Servizio Sanitario Nazionale erogata attraverso le Strutture Sanitarie convenzionate e non convenzionate. Tale assistenza comprende:

- Visite Specialistiche ed Esami Diagnostici in Forma Diretta
 - Visite Specialistiche ed Esami Diagnostici in Forma Indiretta
 - Ricoveri in Forma Diretta
 - Ricoveri in Forma Indiretta
 - Ticket ed altri Contributi
- secondo quanto previsto dalla Forma di Assistenza prescelta, come da Regolamento Ente Mutuo.

Ente Mutuo: i numeri

- opera da oltre 50 anni
- 25.000 Assistenti
- 680 Medici e Strutture Convenzionate
- 250.000 Prestazioni erogate ogni anno.
- presente sul territorio di Milano, Lodi, Monza e Brianza

Ente Mutuo: dove siamo

SEDE CENTRALE:

Milano - Corso Venezia, 49 - Salone Piano Terreno

Orario sportello: da Lunedì a Giovedì dalle 8.30 alle 16.30 e Venerdì dalle 8.30 alle 15.30

Informazioni, iscrizioni, contributi tel. 02 7750.474 - 327 - 359

Emissione delle autorizzazioni tel. 02 7750.352 - 337 - 375

Rimborsi per assistenza ospedaliera tel. 02 7750.428 - 464

Rimborsi per assistenza specialistica ambulatoriale e altri contributi

tel. 02 7750.357 - 405 - 211

Amministrazione tel. 02 7750.204 - 328

UFFICI DISTACCATI DI MILANO:

Casa di Cura S. Camillo - Via Mauro Macchi, 5 - tel. 02 67071816

da lunedì a giovedì 8.00 - 12.30 / 13.00 - 16.30, venerdì 8.00 - 12.30 / 13.00 - 15.30

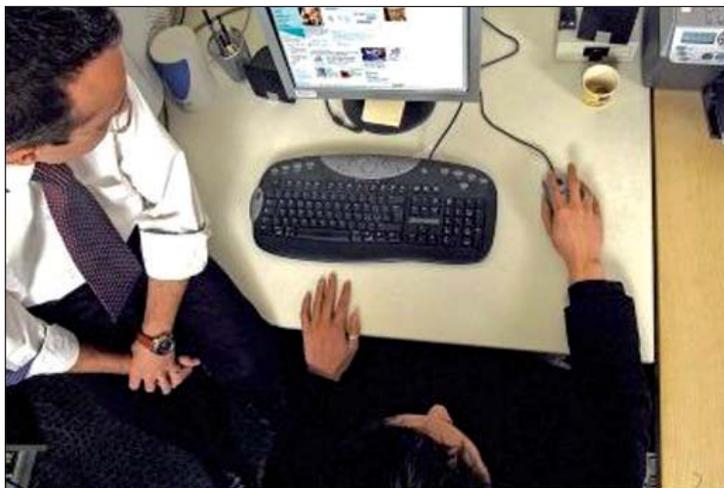
Centro Diagnostico Italiano - Via Saint Bon, 20 - tel. 02 48317592

da lunedì a venerdì 8.00 - 14.00

UFFICI PROVINCIALI PRESSO LE ASSOCIAZIONI TERRITORIALI DI UNIONE CONFCOMMERCIO - IMPRESE PER L'ITALIA - MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA

Abbiategrosso - Via Annoni 14 tel. 02 94967383	Corsico - Via della Liberazione 6 tel. 02 4479582	Rho - Via XXV Aprile 6 tel. 02 9303480
Arcore - Via Roma 10/A tel. 039 6012248	Desio - Via Diaz 8 tel. 0362 624541	Rozzano - Via Mimose 63 tel. 02 8257653
Binasco - S.S. dei Giovi 8 tel. 02 9055219	Gorgonzola - Piazza S. Francesco 2 tel. 02 9513320	Seregno - Via Don Minzoni 4 tel. 0362 231234
Bollate - Via degli Alpini 4 tel. 02 3502814	Legnano - Via XX Settembre 12 tel. 0331 440335	Sesto S. Giovanni - Viale Marelli 5 tel. 02 2621679
Bresso - Via Patellani 58/60 tel. 02 66501379	Limbiate - Piazza V. Giornate 5 tel. 02 9964036	Seveso - Corso Marconi 35 tel. 0362 506724
Brugherio - Via Oberdan 16 tel. 039 870594	Lissone - Via Madonna 13 tel. 039 482045	Trezzo sull'Adda - Piazza Libertà 23 tel. 02 9090648
Carate Brianza - Via Matteotti 36 tel. 0362 901234	Magenta - Via Volta 62 tel. 02 97298074	Vaprio d'Adda - Via Vanvitelli 32 tel. 02 90966402
Cassano d'Adda - Via Verdi 5 tel. 0363 61503	Melegnano - Via Pertini 18/24 tel. 02 9830768	Vimercate - Largo Pontida 3/9 tel. 039 6850839
Castano Primo - C.so San Rocco 1 tel. 0331 880691	Melzo - Via Toscanini 9 tel. 02 9550084	
Cernusco S/N - Piazza Repubblica 14 tel. 02 9230715	Monza - Via De Amicis 9 tel. 039 360771	
Cinisello Balsamo - Via Frova 34 tel. 02 66049259	Paderno Dugnano - Via Fanti d'Italia 37 tel. 02 9181247	
Cologno Monzese - Piazza Italia 7 tel. 02 2543690	Paullo - Via Mazzini 52 tel. 02 90639963	
Cornate d'Adda-Colnago - Via Manzoni 10 tel. 039 6926696	Pioltello - Via De Gasperi 6 tel. 02 92102715	Unione Confcommercio Lodi Lodi - Via Haussmann, 1/B tel. 0371 432106

Il presente opuscolo è da considerarsi come materiale divulgativo; per quanto concerne le prestazioni erogate e le modalità di rimborso fa fede il Regolamento delle Forme di Assistenza in vigore dal 01 gennaio 2012



Confcommercio e Manageritalia

Dirigenti del terziario: il nuovo contratto

un triennio, una minore contribuzione alla previdenza integrativa contrattuale - è prevista per gli under 40, ma anche in casi specifici per gli under 48: ciò per facilitare l'ingresso di managerialità nelle pmi. Nel contrat-

dola - ora - con un minimo contributo a carico delle aziende e dei dirigenti che globalmente metterà a disposizione circa 2 milioni di euro per puntare soprattutto su certificazione delle competenze ed aumento della managerialità per la competitività delle pmi. Infine vengono semplificate, sempre con attenzioni e tutele per il dirigente, situazioni di trasferimento del manager e cambio di proprietà dell'azienda e si norma la figura del dirigente temporaneo

Rinnovato, da Confcommercio e Manageritalia, il contratto nazionale di lavoro per i dirigenti del terziario. Il contratto, che riguarda 21mila dirigenti e più di 8mila aziende del terziario (distribuzione, terziario avanzato, moda, non profit) ha valenza triennale: dal 1° gennaio 2011 al 31 dicembre 2013. "Il rinnovo - riporta una nota - prevede un aumento mensile di 390 euro lordi nel triennio 2011-2013 (100 euro dal 1° ottobre 2011; 135 euro dal 1° aprile 2012; 155 euro dal 1° luglio 2013) più un'una tantum di 650 euro lordi (da pagarsi il 1° ottobre 2011) per gli arretrati del 2011". Il contratto punta soprattutto su un rafforzamento del welfare contrattuale a fronte del sempre più vistoso arretramento di quello pubblico. Quindi si rafforza con contributi a carico delle aziende il Fondo sanitario integrativo Mario Besusso/Fasdac. Notevole, a fronte di una normativa contrattuale già avanzata e moderna, anche il rafforzamento di politiche attive per l'occupazione e la competitività delle aziende, la formazione e la flessibilità. Inoltre viene ulteriormente facilitata la nomina di giovani dirigenti e ora la figura del Dirigente di prima nomina (Dpn) - che determina, per massimo

to viene riproposta l'attività del

Valenza triennale (fino al 31 dicembre 2013). Rafforzato il welfare contrattuale



Centro Formazione Management del Terziario a favore del ricollocamento dei dirigenti non occupati, finan-

(temporary manager), secondo quanto già previsto dal contratto con il tempo determinato.



PARLIAMO DI...



Con la Camera di Commercio milanese

Cisgem: il "Gioiello Day"

Terza edizione del Gioiello Day a Milano, a Palazzo Giureconsulti. Gioiello Day è la manifestazione annuale firmata dalla Camera di Commercio di Milano ed organizzata da

Pietre preziose: diffondere la cultura della certificazione.

Dario Bossi, presidente Cisgem: "diritto sia per chi compra sia per chi vende"

Cisgem, il Centro Informazioni e Servizi Gemmologici, laboratorio gemmologico accreditato a livello internazionale. Un evento (in queste pagine foto delle precedenti edizioni) dedicato a chi ama, vende e compra gioielli con la

possibilità di far analizzare gratuitamente i propri preziosi. "Il Gioiello Day - spiega Dario Bossi, presidente Cisgem - è



◀ Dario Bossi, presidente Cisgem ▶

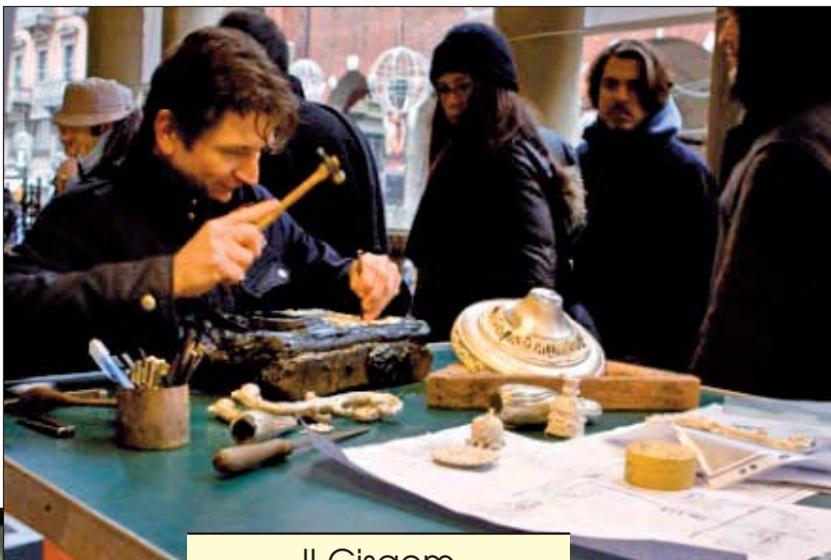




PARLIAMO DI...

un viaggio in più tappe che racconta i segreti della gioielleria attraverso una performance dal vivo di orafi artigiani, una mostra espositiva e un gioco-test, cui partecipano i visitatori che vogliono misurare la propria conoscenza di pietre preziose, coralli e perle".

Numerose quest'anno le imprese coinvolte - Acquamarina Gioielli, Adularia, A. La Fonte, Ascione, Blue White Diamonds, Cusi Gioielli, Federici, Filla, Grimoldi, I Gregori, Lanfossi, LeaderLine, Mirella Denti, R'or, Sangalli dal 1990, I Sommaruga, Vai - con collezioni composte di manufatti d'antica tradizione orafa, innovative sperimentazioni, orologi e preziosi

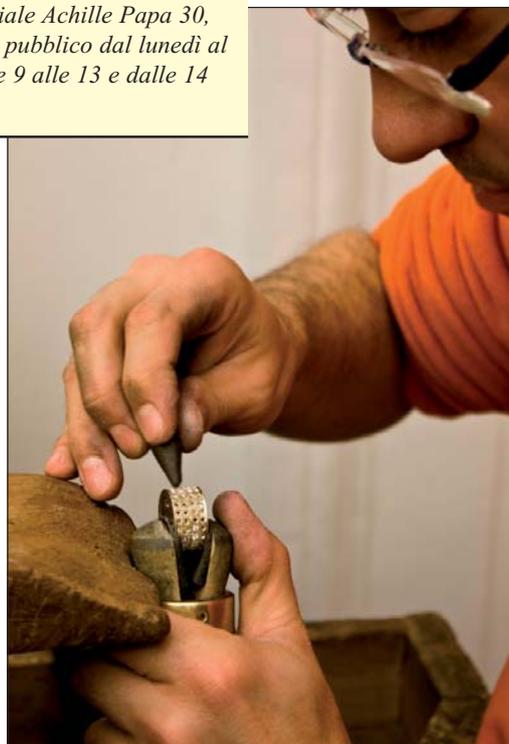


Il Cisgem

Dotato di tecnologie avanzate, Cisgem vanta esperti gemmologi in grado di identificare e certificare natura, provenienza, composizione e caratteristiche tecniche di diamanti, pietre, perle, coralli e metalli preziosi. Gli uffici Cisgem sono situati a Milano, in viale Achille Papa 30, ed aperti al pubblico dal lunedì al venerdì dalle 9 alle 13 e dalle 14 alle 16,30.

della certificazione, da intendere non come un semplice documento informativo ma un diritto sia per chi compra sia per chi vende, è fra gli obiettivi del Gioiello Day".

quale leva strategica per lo sviluppo del settore del lusso Made in Italy. "In un momento molto difficile per l'economia come



dedicati alle tre più importanti squadre di calcio del nostro campionato. In chiusura, la sfilata della stilista Raffaella Curiel, arricchita dai gioielli delle imprese espositrici: un evento nell'evento per sottolineare l'importanza del connubio moda-gioielleria

quello che stiamo attraversando - prosegue Dario Bossi - gioielli, oro e diamanti si confermano beni rifugio d'eccellenza. E far conoscere le pietre preziose così come diffondere la cultura





Promo.Ter Unione

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



LE NOSTRE PAROLE CHIAVE PER LA SICUREZZA



SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO

(D.lgs. 81/08)
Tel 02 76.02.80.42/15
club.sicurezza@unione.milano.it

IGIENE DEGLI ALIMENTI

(H.A.C.C.P. D.lgs. 193/07)
Tel 02 77.50.590/591
club.haccp@unione.milano.it

PRIVACY

(Trattamento dati D.lgs. 196/03)
Tel 02 76.02.80.42/15
club.privacy@unione.milano.it

... PER L'INNOVAZIONE

QUALITA'

(Sistema gestione qualità aziendale)
Tel 02 76.02.80.42/15
club.qualita@unione.milano.it

ENERGIA & AMBIENTE

(Risparmio Energetico e Servizi Ambientali)
Tel 02 76.02.80.42/15
club.energia@unione.milano.it



Club della Sicurezza/Club Servizi Innovativi:

Via Marina 10 - 20121 Milano

Tel 02 76.02.80.42/15 - Tel 02 77.50.590/591 - Fax 02 76.01.76.77



PARLIAMO DI...

Camera di Commercio/1

Abbattimento tassi sui finanziamenti

La Camera di Commercio di Milano (foto), per agevolare i programmi di investimento delle pmi milanesi, ha confermato anche per quest'anno lo stanziamento di fondi - 1 milione di euro - che abbattano il tasso di interesse applicato dagli istituti di credito. Chi ha un finanziamento assistito dalla garanzia di Fidicomet (il Fondo di garanzia fidi di Confcommercio Milano) e Asconfidi Lombardia, può richiedere il contributo se ha stipulato un contratto di finanziamento bancario o di leasing con un istituto di credito convenzionato nel periodo compreso tra il 1° aprile 2011 ed il 31 maggio 2012 (periodo di vigenza dell'iniziativa). Il contributo viene calcolato sull'ammontare degli investimenti idoneamente documentati

**Per informazioni
contattare
Fidicomet:
027630021**

(eventualmente migliorato del 20% per scorte merci) sino alla concorrenza dell'importo finanziato.

Per le sole nuove imprese la maggiorazione per le scorte può essere elevata dal 20% al 40% e l'abbattimento del tasso di interesse bancario può essere totale. Gli investimenti produttivi ammissibili al contributo devono superare l'importo minimo agevolabile di 10.000 euro (Iva esclusa) e non possono eccedere



l'importo massimo di 300 mila euro (Iva esclusa). L'impresa richiedente dovrà documentare nei 6 mesi successivi all'erogazione del finanziamento/leasing - e comunque entro il 16 luglio 2012 - gli investimenti realizzati nella propria attività con fotocopia delle fatture/atti e dell'intera documentazione attestante l'effettivo pagamento/quietanza degli stessi.



Ricordiamo alle imprese che è già scaduto il termine per il pagamento del diritto annuale 2011 dovuto alla Camera di Commercio territorialmente competente (Milano,

effettuare per non incorrere in oneri di ritardati versamenti. Il diritto annuale è un tributo che tutte le imprese iscritte o annotate nel Registro delle Imprese devono versa-

Camera di Commercio/2

Diritto annuale a Cciaa: scaduti i termini Provvedere al pagamento

Lodi,
Monza
Brienza).
Pagamento da

re a favore della Camera di Commercio. Segnaliamo, sul sito della Camera di Commercio di Milano, la pagina dalla quale si possono avere tutte le informazioni sul diritto annuale (vedi foto): <http://www.mi.camcom.it/show.jsp?page=56461>. Anche sulle avvertenze per evitare le truffe.



Valore aggiunto per le imprese associate

Sul sito Unione la rassegna stampa Istruzioni per l'uso

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

Consultare la rassegna stampa è semplice e i pochi

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



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

e cliccare su ok.

- 3) Si entra nell'indice della rassegna

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

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

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

passaggi vengono spiegati in questa pagina attraverso le immagini.

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





ASSOCIAZIONI

Educatrici/coordinatrici degli asili nido: con Assonidi 150.000 euro dal Fondo For.Te per la formazione continua

Assonidi, l'Associazione asili nido e scuole dell'infanzia privati aderente a Confcommercio Milano, attraverso il Fondo interprofessionale For.Te (Formazione Terziario) con risorse per 150 mila euro, promuove oltre 22 percorsi formativi per 1.600 educatrici di asili nido (in Lombardia, Piemonte e

Veneto). Solo a Milano l'iniziativa interessa più di 400 fra coordinatrici ed educatrici di asili nido e scuole materne private che partecipano all'anno formativo 2011/2012.

Da parte di Assonidi si rileva l'importanza della formazione continua nel settore dell'infanzia per la centralità e il



benessere del bambino. Tutte le informazioni sulle attività di formazione organizzate da Assonidi sono sul sito: <http://www.assonidi.it/>



Anche quest'anno, in occasione della festa patronale (Beata Veronica) un nutrito gruppo di cuochi della refezione scolastica del Comune di Binasco si è adoperato sino a tarda ora per preparare le oltre quattromila porzioni di risotto "alla monzese", in versione bina-

I commercianti di Binasco e la 49° "Risottata"

schina: due quintali e mezzo di riso, un quintale di pasta di salame e salsicce, quindici chili tra sedano, carote e cipolle, più di

cinque di grana e, per finire, venti litri di vino, tra bianco e rosso. Questi gli ingredienti con i quali è stato possibile realizzare la 49esima edizione della "Risottata di Binasco".

Quella della risottata, iniziativa organizzata dai commercianti binaschini (Ascom territoriale Unione Confcommercio di Binasco) con la collaborazione di alcune aziende locali del settore agroalimentare, del Comune di Binasco, di Confagricoltura Milano e Lodi, della Cassa rurale, del Sindacato



Con l'Ascom territoriale di Binasco collaborazione anche di Assofood e Sindacato dettaglianti ortofrutticoli

dettaglianti ortofrutticoli e di Assofood (Unione Confcommercio), riprende una

tradizione iniziata nel 1962 quando un importante salumificio della zona, ormai non più in attività, volle offrire a tutti, nel giorno della festa patronale di Binasco, un risotto preparato direttamente in piazza (vedi la foto d'epoca). Da allora, tutti gli anni - senza alcuna interruzione - in occasione della festa patronale, si svolge questa ricorrenza, molto sentita dagli abitanti di Binasco e dei paesi limitrofi, che vede sempre una grande partecipazione popolare.

venti litri di olio, quattro chili di burro e

Proseguono a Milano gli incontri del Sistema di Networking Asseprim (l'Associazione dei servizi professionali per le imprese). A Palazzo Bovara, Circolo del Commercio (corso Venezia 51) il prossimo appuntamento vedrà il coinvolgimento di tutti i settori rappresentati dall'Associazione: assicurativo, finanziario, consulenza aziendale, ricerche di mercato, organizzazione e gestione di fiere, mostre e convegni, comunicazione e multimediale. Il

Al Circolo del Commercio di Milano (corso Venezia 51)

Asseprim: il 23 novembre nuovo appuntamento per "fare rete"



nuovo incontro in programma il 23 novembre rappresenta un'occasione per confrontarsi con le aziende e fare rete. Per alimentare costantemente il sistema di Networking con le imprese, è inoltre attiva sul sito www.asseprim.it l'area

"Vetrina Soci", dove le aziende possono inserire una presentazione video e tutte le informazioni utili a promuovere la propria attività. Per info e contatti segreteria@asseprim.it.





ASSOCIAZIONI



▲ **Carla Agostini, presidente Federlingue**

In Confcommercio Milano assemblea di Federlingue, l'Associazione italiana dei servizi linguistici. Carla Agostini, presidente di Federlingue, ha sottolineato la crescita dell'Associazione e messo in rilievo le

Assemblea in Confcommercio Milano

Federlingue in crescita e con più servizi

maggiori iniziative svolte a favore dei soci: le nuove formule di copertura assicurativa per le imprese, ma anche per i professionisti, i seminari sulla certificazione e l'accreditamento e le nuove condizioni generali per i collaboratori esterni che permettono di cautelarsi contro i "rischi alla sicurezza e riservatezza sul web". La parte pubblica dell'assemblea - rileva Federlingue - si è incentrata sull'intervento di Gianpaolo Lorusso (fra i maggiori specialisti italiani di web marketing) su "La visibilità della tua

azienda sul web. Ne sei soddisfatto? Attrae i tuoi possibili clienti?". Il seminario, che ha avuto un'alta partecipazione di aziende del settore dei servizi linguistici, ha approfondito gli aspetti dell'uso del web per promuovere l'attività analizzando tecniche di comunicazione mirate volte a massimizzare il feedback delle comunicazioni trasmesse dai siti aziendali.

Il seminario sulla visibilità dell'azienda nel web



"Una Casa Per Luca" anche con l'aiuto dei commercianti di Cinisello Balsamo

Nella chiesa di Sant' Ambrogio a Cinisello Balsamo, si è svolto il concerto benefico (foto) per raccogliere i fondi destinati alla costruzione di una casa senza barriere architettoniche per Luca, alpino ferito gravemente in Afghanistan. I commercianti di Cinisello (Associazione Territoriale Unione Confcommercio di Sesto San Giovanni) hanno contribuito in modo significativo alla raccolta dei fondi. L'evento, realizzato dai commercianti di Cinisello in collaborazione con l'Associazione Nazionale Alpini, ha visto l'esibizione del coro Cai-Ana di Cinisello e del coro Voci miste Aenglaio di Muggiò.

Parliamo di...



▲ **A Dora Russo (erboristeria "Le Fragranze" di Magenta) il premio per la vetrina al "Sanaward Benessere 2011"**

Di Dora Russo

Premio nazionale al "Sanaward Benessere 2011" per la vetrina dell'erboristeria "Le Fragranze" di Magenta

Quando la vetrina è uno strumento capace di comunicare: "La vetrina è utilizzata come biglietto da visita del punto vendita. Prodotti presentati in modo emozionale, messaggi accurati e ambientazioni studiate richiamano l'attenzione e invitano a entrare in erboristeria".

Queste le frasi della motivazione con la quale l'erboristeria "Le Fragranze" di Magenta in via Roma (di Dora Russo, consigliere dell'Ascom territoriale Unione Confcommercio di Magenta e Castano Primo) ha ottenuto il premio nazionale al "Sanaward Benessere 2011". Il 23° Sanaward, Salone internazionale del naturale, si è svolto a Bologna dall'8 all'11 settembre.





ASSOCIAZIONI



▲ **Lino Stoppani,**
presidente Fipe ed Epam

E il minestrone il piatto con cui ristoratori di Milano e Monza Brianza associati ad Epam (l'Associazione pubblici esercizi di Confcommercio Milano) hanno contribuito all'iniziativa promossa da Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) con il manifesto "La Ristorazione bandiera del turismo" per la recente Giornata Mondiale del



Turismo. Per l'occasione è stato infatti costituito un Circuito regionale di ristoranti che propongo-

no piatti della tradizione. Secondo Fipe soltanto attraverso il forte radicamento con la

Ristoratori Epam Un piatto della tradizione per il turismo

propria tradizione è possibile essere veramente competitivi nell'offerta turistica internazionale. "La tavola - afferma Lino Stoppani, presidente Fipe ed Epam - rappresenta il secondo motivo di scelta dell'Italia come meta turistica da parte

degli stranieri e il primo motivo per chi sceglie di tornarvi".

Ecco i locali associati ad Epam partecipanti

Ristorante I Malavoglia (via Lecco, 4, Milano); *Ristorante Il Rifugio del Ghiottone* (viale Monte Grappa 2, Milano); *Trattoria Casa Fontana 23 Risotti* (piazza Carbonari 5, Milano); *Ristorante Pizzeria Moscova 25* (via Della Moscova 25, Milano); *St. Andrews Restaurant* (via Monte Bianco 2/A, Milano); *Ristorante Vadodame* (via Marziale 11, Milano); *Ristorante Rigolo* (Largo Treves, Milano); *Caffè Panzera dal 1931* (piazza Duca d'Aosta 10, Milano); *Panzera 2010* (piazza Luigi di Savoia 1/9, Milano); *Ristorante Al Tronco* (via Thaon de Revel 10, Milano); *Ristorante Berni* (via Lomazzo 6, Milano); *Ristorante La Villetta* (viale Cesare Battisti 69, Monza); *Trattoria La Rava e La Fava* (Cascina Campello, Biassono MB); *Green* (via Cascina San Giuseppe, Bellusco MB).

COMMERCIO ESTERO

Rete Imprese Italia nella Cabina di Regia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione



▲ **Claudio Rotti,** presidente Aice (Associazione italiana commercio estero) e Commissione commercio estero Confcommercio

Rete Imprese Italia (che unisce Confcommercio, Confesercenti, Cna, Confartigianato e Casartigiani), è stata inserita nella Cabina di Regia per la promozione e internazionalizzazione delle imprese. Lo segnala il presidente di Aice (Associazione italiana commercio) e presidente della Commissione Internazionalizzazione e Commercio Estero di Confcommercio

Claudio Rotti in un editoriale alle imprese associate Aice. Viene così sanata una situazione, creatasi con il decreto legge 98 del 6 luglio, "del tutto arbitraria - scrive Rotti - con "la costituzione di una

Cabina di Regia, presieduta dal Ministero Affari Esteri e dal Ministero dello Sviluppo Economico, che vedeva la partecipazione solo di Unioncamere, Confindustria ed Abi, ed escludeva incomprensibilmente le rappresentanze delle categorie del commercio, del turismo, dei

Claudio Rotti (presidente Aice e Commissione commercio estero Confcommercio): superare il disagio creato dalla soppressione dell'Ice

servizi e dell'artigianato". "Da ora in avanti - scrive Rotti - sarà importante incidere sulla reale attività della Cabina



di Regia, che, secondo la legge, avrà il compito di definire l'indirizzo strategico e le linee guida per l'utilizzo delle risorse in materia di promozione ed internazionalizzazione delle imprese".

"Sarà importante - aggiunge Rotti - fare in modo che si superi il disagio creato dalla soppressione dell'Ice (vedi *Unioneinforma* di settembre a pag. 27 n.d.r.) attraverso la costituzione di una struttura pubblica dotata della necessaria autonomia operativa per gestire in maniera veloce e competente le risorse pubbliche disponibili per la realizzazione di progetti di promozione all'estero".





ASSOCIAZIONI



▲ Il Palazzo Giureconsulti (Camera di Commercio di Milano) dove dal 25 al 27 novembre si svolge MECA, il primo salone dedicato al mercato milanese della casa

Al Palazzo dei Giureconsulti
dal 25 al 27 novembre

Con FIMAA Milano nasce MECA il Mercato milanese della casa

Tre giorni dedicati alla casa: proposte, consulenze gratuite, formazione e informazione. E' il MECA, primo salo-

ne dedicato al mercato della casa milanese, promosso da FIMAA Milano (il Collegio degli agenti d'affari e d'intermediazione aderente a Confcommercio Milano), Osmi Borsa Immobiliare, Assimpredil, Ance e Consiglio Notarile di Milano.



**SONO RITIRABILI
LE TESSERE 2011**

**Unione
Confcommercio:
campagna
associativa**

Per informazioni e approfondimenti chiamare l'Area sviluppo associativo 02.7750362/372 o la propria Associazione di categoria o territoriale.

**RICARICA
LA TUA ATTIVITA'**

Più vantaggi

Meno problemi

**Una grande organizzazione
dalla parte della tua impresa**

Unione Confcommercio è la più grande realtà del sistema Confcommercio Imprese per l'Italia. Sostiene, tutela e rappresenta il tuo lavoro nelle province di Milano e Monza e Brianza.



La forza delle relazioni
151 Associazioni di Categoria e Territoriali.

Chiedi risposta alle tue esigenze

a un partner prezioso che conosce il tuo settore di mercato e il tuo territorio.



- Finanziamenti a tasso agevolato, garantiti fino al 70%
- Assistenza fiscale e tributaria
- Assistenza contrattuale e sindacale
- Consulenza legale
- Servizi di amministrazione e contabilità
- Servizi paghe e contributi
- Formazione professionale
- Assistenza sanitaria

Non sei un "Cliente". Con noi sei un Socio





ASSOCIAZIONI

Dal 25 al 27 novembre prossimi, Palazzo Giureconsulti ospiterà l'evento, aperto gratuitamente al pubblico, per analizzare e rilanciare la casa, come vendita, acquisto o locazione. "Il mercato immobiliare è cambiato e sta continuando a cambiare" - spiega Lionella Maggi, presidente di FIMAA Milano - a volte troppo stretto tra mere considerazioni di prezzo e burocrazie nebulose, il mercato della casa va riconquistato, riguadagnandone la fiducia. E' questo l'obiettivo



Lionella Maggi, presidente FIMAA Milano

di un evento fortemente voluto a livello istituzionale, espressione di una collaborazione proficua tra professionalità che possono e devono agire in sinergia." Al MECA, infatti, agenti immobiliari, istituti creditizi e assicurativi, sviluppatori e costruttori e notai saranno a disposizione di tutti i cittadini che desiderino fare domande, chiedere consigli, trovare indicazioni utili e pratiche. Una visione a tutto campo per supportare con semplicità e professionalità la

scelta delicata e importante di vendere, comprare o affittare una casa.

zione libera, per confrontarsi sulla situazione del mercato, sugli sviluppi, sulle nuove normative, sui servizi.



Iniziativa promossa con Osmi Borsa Immobiliare, Assimpredil, Ance e Consiglio Notarile di Milano

Gli operatori possono aderire all'e-

nuova comunicazione con i cittadini, clienti reali e potenziali - prosegue



Collegio Agenti d'Affari in Mediazione della Provincia di Milano dal 1945

evento secondo diverse formule. E' prevista la possibilità di avere uno stand, nell'area dedicata all'interno del Palazzo. Il programma prevede, poi, seminari e incontri, a partici-

Il MECA vuole essere un'opportunità concreta, un'occasione di avvicinare le professionalità ai cittadini, di offrire veri servizi. "Occorre rifondare la nostra professione e dare vita a una nuova comunicazione con i cittadini, Lionella Maggi - come FIMAA Milano vogliamo mettere in luce il ruolo dell'agente immobiliare come vero consulente, capace di ascoltare bisogni e desideri e trasformarli in soluzioni concrete, di essere garante e dare supporto concreto in tutti gli aspetti pratici e burocratici, di accompagnare il cliente lungo l'intero percorso di selezione, acquisto, vendita e locazione e, quando possibile, anche dopo".





Art. 1 - L'associazione 50&Più - Confcommercio Milano, bandisce la Terza edizione del Premio "Poeti e Scrittori in Lombardia ? 50&Più per la Cultura". Il Premio è riservato a tutti coloro che risiedono sul territorio della Regione Lombardia ed abbiano compiuto i 18 anni di età alla data ultima utile per l'invio degli elaborati (vedi art. 9 del presente bando di concorso)

Art. 2 - Il Premio, per quanto attiene alla sezione "poesia" è destinato a una lirica inedita, in lingua italiana, di non oltre 40 versi, senza vincolo di tema o di forma metrica. Il Premio, per quanto attiene alla sezione "prosa" è destinato ad un elaborato inedito, in lingua italiana, di non oltre 6200 (seimiladuecento) battute in corpo 14, spazi inclusi. Il Premio prevede per ciascuna sezione un primo, un secondo e un terzo classificato. Non sono previsti vincitori ex aequo. Al primo classificato nella sezione poesia spetta un premio consistente in una targa dorata, una pergamena e un buono del valore di 300 euro per l'acquisto di libri in una libreria aderente all'Associazione Librai Italiani.

Al secondo classificato nella sezione poesia spetta un premio consistente in una targa d'argento, una pergamena e un buono del valore di 200 euro per l'acquisto di libri in una libreria aderente all'Associazione Librai Italiani.

Al terzo classificato nella sezione poesia spetta un premio consistente in una targa di bronzo, una pergamena e un buono del valore di 100 euro per l'acquisto di libri in una libreria aderente all'Associazione Librai Italiani.

Al primo classificato nella sezione prosa spetta un premio consistente in una targa dorata, una pergamena e un buono del valore di 300 euro per l'acquisto di libri in una libreria aderente all'Associazione Librai Italiani.

Al secondo classificato nella sezione prosa spetta un premio consistente in una targa d'argento, una pergamena e un buono del valore di 200 euro per l'acquisto di libri in una libreria aderente all'Associazione Librai Italiani.

Al terzo classificato nella sezione prosa spetta un premio consistente in una targa di bronzo, una pergamena e un buono del valore di 100 euro per l'acquisto di libri in una libreria aderente all'Associazione Librai Italiani.

Art. 3 - I vincitori (1°, 2° e 3° classificato) delle precedenti edizioni del Premio "Poeti e

La terza edizione del concorso "Poeti e Scrittori in Lombardia 50&Più per la Cultura"

Scrittori in Lombardia" non possono partecipare alla terza edizione del Premio stesso per la sezione in cui sono stati premiati. Possono però partecipare all'altra sezione: ad esempio chi è stato premiato per la poesia può concorrere per la prosa e viceversa.

Art. 4 - Ogni candidato dovrà inviare, per la sezione poesia, cinque copie della propria lirica, delle quali quattro anonime ed una contenente nome, cognome, data di nascita, residenza (che deve essere sul territorio della Regione Lombardia), recapiti telefonici, in busta chiusa e in formato di stampa, come definito al successivo art. 8. Ogni candidato dovrà inviare, per la sezione prosa, cinque copie del proprio elaborato, delle quali quattro anonime ed una contenente nome, cognome, data di nascita, residenza (che deve essere sul territorio della Regione Lombardia), recapiti telefonici, in busta chiusa e in formato di stampa, come definito al successivo art. 8. Per il secondo anno consecutivo è indetto anche un premio "Poeta e Scrittore

te in una targa dorata, una pergamena e un buono del valore di 300 euro per l'acquisto di libri in una libreria aderente all'Associazione Librai Italiani. Al vincitore della selezione "Miglior scrittore 50&Più in Lombardia" spetta un premio consistente in una targa dorata, una pergamena e un buono del valore di 300 euro per l'acquisto di libri in una libreria aderente all'Associazione Librai Italiani.

Art. 6 - Non si accettano lavori scritti a mano o inviati via e-mail.

Art. 7 - Gli elaborati pervenuti non saranno restituiti.

Art. 8 - Unitamente alle opere, ogni concorrente, tanto della sezione poesia quanto della sezione prosa, dovrà allegare su foglio a parte la seguente dichiarazione firmata: "Dichiaro che gli elaborati da me presentati al Premio "Poeti e Scrittori in Lombardia - 50&Più per la Cultura" sono frutto della mia creazione personale, inediti, non premiati ad altri concorsi. Sono consapevole che false attestazioni configurano un illecito perseguibile a norma di legge".

Art. 9 - Gli elaborati di entrambe le sezioni dovranno pervenire entro il 12 dicembre 2011 (farà fede la data del timbro postale) al seguente indirizzo: "Poeti e Scrittori in Lombardia, Ufficio Stampa di Confcommercio Milano - Segreteria del Premio, corso Venezia 47 20121 Milano", (telefono 027750213).

Art. 10 - Le decisioni della Giuria del Premio "Poeti e Scrittori in Lombardia - 50&Più per la Cultura", composta da Filippo Ravizza (presidente), Sebastiano Aglieco, Mauro Germani, sono inappellabili.

Art. 11 - La premiazione avverrà nel corso di una manifestazione che si svolgerà presso Confcommercio Milano, in corso Venezia 47, il giorno lunedì 23 del mese di gennaio dell'anno 2012 alle ore 16.30, alla

quale saranno invitati tutti i partecipanti al concorso, nonché tutti coloro che, amici e/o familiari dei concorrenti, vorranno essere presenti.

Art. 12 - Le sei opere complessivamente vincitrici nelle due sezioni poesia e prosa, nonché le due opere vincitrici delle due sezioni "poesia e prosa socio 50&Più" verranno pubblicate nell'ambito di un ampio servizio sul premio sulla rivista 50&Più.

Art. 13 - L'adesione al premio è gratuita e implica l'accettazione di tutte le norme contenute nel presente regolamento (Bando di concorso).

Ripubblichiamo in questo numero il bando della terza edizione del concorso letterario di poesia e prosa "Poeti e Scrittori in Lombardia 50&Più per la Cultura" promosso da 50&Più (Confcommercio Milano).

Ricordiamo che c'è tempo fino al 2 dicembre per inviare gli elaborati



50&Più in Lombardia", riconoscimento unico per la migliore poesia e la migliore prosa inviata dagli associati 50&Più. Resta inteso che gli associati 50&Più partecipano di diritto - con un unico elaborato - ad entrambe le selezioni. I candidati associati a 50&Più oltre a nome, cognome, data di nascita, residenza e recapiti telefonici dovranno inviare anche fotocopia della propria tessera di socio 50&Più o il numero della tessera stessa.

Art. 5 - Al vincitore della selezione "Miglior poeta 50&Più in Lombardia" spetta un premio consisten-

INIZIATIVE



Convenzioni Unione Confcommercio Aggiornamento per gli associati

Dataprocess Europe (registratori di cassa/bilance): soluzioni per i punti vendita (software gestionali abbinati alla produzione di registratori di cassa e bilance elettroniche peso/prezzo)

Dovevalafantasia (wedding planner - organizzazione eventi). Organizzazione di qualsiasi tipo d'evento. Studio e organizzazione di giornate/serate a tema, modellate in base alla tipologia della location.

I teatri milanesi (stagione 2011/2012): Teatro San Babila, Teatro Nuovo, Teatro Martinitt, Teatro Verdi, Teatro del Buratto

Per informarsi

Approfondimenti sulle convenzioni e promozioni sul sito di Unione Confcommercio www.unionemilano.it nella sezione dedicata alle convenzioni-novità. Telefono 027750372

Ed ecco le promozioni di questo mese...

Supermercato del Pneumatico: promozione prestigionale

Certificazioni Srl: ulteriore sconto per le verifiche ispettive degli impianti elettrici di messa a terra (Dpr 462/2001)

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

DIRETTORE RESPONSABILE
Gianroberto Costa

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

REDAZIONE
Federico Sozzani
corso Venezia 47/49
20121 Milano

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

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



INIZIATIVE

Premiazione del concorso 2010

Vetrine da MiTo La serata al Conservatorio di Milano

Nel foyer alto della sala Verdi del Conservatorio di Milano (vedi *Unioneinforma* di settembre alle pagine 10 e 11 n.d.r.) si è svolta la premiazione del concorso per la migliore vetrina a tema musicale del 2010: il quarto concorso indetto nell'ambito della collaborazione fra la Confcommercio milanese e MiTo (Milano Torino Festival Internazionale della Musica). Nelle foto di questa pagina, gli operatori intervenuti sono stati premiati da Simonpaolo Buongiardino (amministratore di Confcommercio Milano).



- Ricordiamo i premiati:
- 1) Pasticceria Caffetteria San Gregorio - via San Gregorio 1
 - 2) Visualideas - via Elba 8
 - 3) Marcdays Balloons - via Due Giugno 11
 - 4) Bar Piccolo Mondo - via Antonio Carnevali 11
 - 5) Arte e Creazioni - via Borsieri 34
 - 6) Del Mare 1911 - via Orefici 5
 - 7) Bottega delle Stampe - via Osti 3
 - 8) Galleria Ponte Rosso - via Brera 2
 - 9) Sala Luigi - viale Regina Giovanna 8
 - 10) Barbarella - via San Carpofo 4



Foto di Santa Santacesaria





UNA GRANDE CONFEDERAZIONE È L'INSIEME DEI SUOI ASSOCIATI.



Numero Verde
800.915.915

www.confcommercio.it
www.associaticonfcommercio.it

Entra in un sistema vincente con Confcommercio Card.

Confcommercio - Imprese per l'Italia riunisce più di 740mila associati: anche per questo è la più grande organizzazione italiana di rappresentanza d'impresa. Aderisci anche tu: con la nuova Confcommercio Card, hai tutti i privilegi della tessera socio in una carta di credito vantaggiosa per te e per la tua impresa.



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

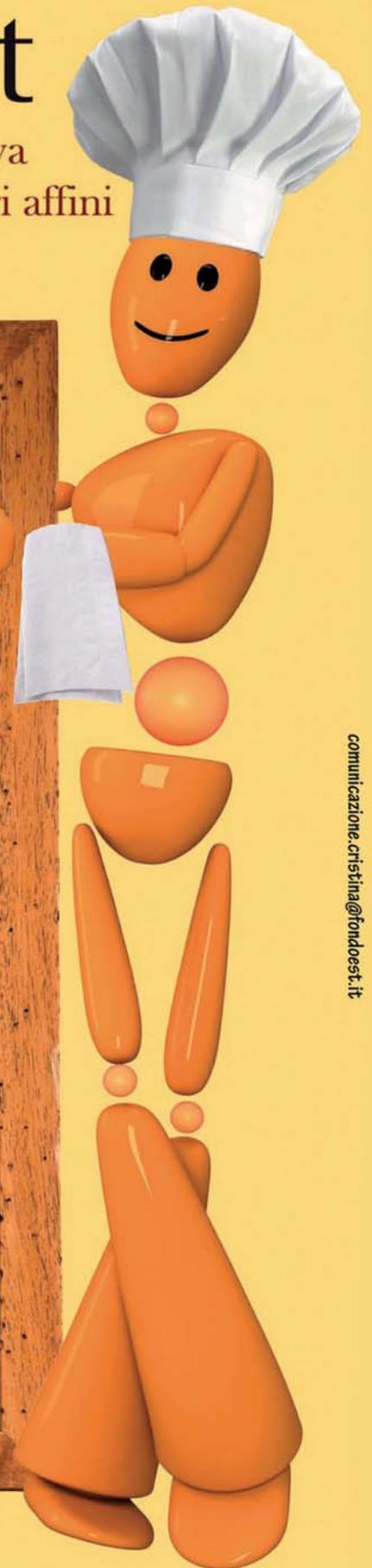
Corso Venezia, 47 - Milano
Tel. 02.7750362
E-mail: marketing@unione.milano.it
www.unionemilano.it





Fondo Est

assistenza sanitaria integrativa
commercio turismo servizi e settori affini



Menu del Fondo Est

*per tutti i dipendenti del
terziario, commercio, turismo e servizi*

RIMBORSO DEI TICKET

DIAGNOSTICA e TERAPIA

VISITE SPECIALISTICHE

ODONTOIATRIA

CHIRURGIA

SERVIZI DI CONSULENZA

PACCHETTI di PREVENZIONE

PACCHETTO MATERNITA'

TUTELA DEL NEONATO

*Nuove prestazioni sanitarie
nell'ambito dell'inabilità temporanea*

FISIOTERAPIA

AGOPUNTURA MANU MEDICA

PRESIDI ED AUSILI MEDICI ORTOPEDICI

www.fondoest.it