

# Unione *informa*

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

## **Finanziamenti alle pmi Accordo Confcommercio - IntesaSanpaolo: plafond da 3 miliardi di euro**



**E per "Confiducia" Fidicommet  
(il fondo di garanzia fidi Unione)  
perfeziona le intese con le banche**

**Assistenza sanitaria integrativa  
Ente Mutuo: per gli iscritti  
contributi invariati nel 2010**





## **CONTRIBUTI 2010**

### **FATTI, NON PAROLE!**

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

## **DI MANTENERE INVARIATI**

# **I CONTRIBUTI ANNUALI DI ISCRIZIONE,**

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

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

## **REGOLAMENTO ENTE MUTUO 2010**

### **Novità di rilievo**

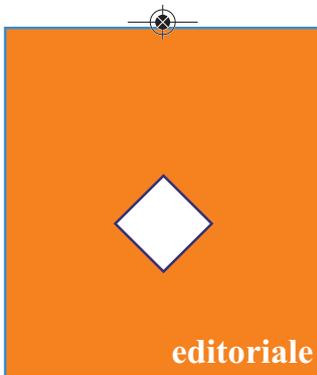
### **INDENNITÀ/CONTRIBUTO ECONOMICO/DIFFERENZA ALBERGHIERA PER PASSAGGIO DI CLASSE - INCREMENTO**

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

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

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





## Autunno tra crisi e opportunità

**L**a crisi che ha fatto tremare l'economia mondiale sembra avere esaurito i suoi maggiori effetti negativi, ma molti problemi, lo sappiamo, restano aperti e le ripercussioni sulle imprese si faranno sentire anche nel prossimo anno.

Nell'autunno che sta per cominciare avremo una fotografia

aggiornata sull'andamento della crisi. Le imprese devono confrontarsi con il calo degli ordini, dei consumi, con le difficoltà di accesso al credito. E con il calo dell'occupazione: pensiamo ai cassintegrati che hanno visto una pesante diminuzione del loro potere d'acquisto. Dobbiamo assolutamente evitare la pericolosa spirale fra crisi dei consumi e aumento della disoccupazione. La risposta più efficace la possono dare le piccole e medie imprese ed alle istituzioni va il compito di favorirle e sostenerle perché possano restare sul mercato producendo ricchezza e lavoro.



Aiutarle come? Con un credito più accessibile, con meno tasse e burocrazia. Molto importante è inoltre sostenere la presenza delle nostre aziende sui mercati esteri. Nell'accesso al credito la moratoria sui debiti delle piccole e medie imprese firmata con Abi (l'Associazione bancaria italiana: vedi a pagina 11 n.d.r.) può rappresentare certamente una boccata d'ossigeno. Tuttavia continuiamo a chiedere meno Basilea 2 e più attenzione a quel rapporto di prossimità tra banche e imprese che in passato ha permesso lo sviluppo economico del nostro Paese. Crisi, in greco antico, significa anche opportunità e qui sta il punto centrale e molto concreto del problema: se non si riscrivono nuove regole e se non si adottano nuovi comportamenti, la crisi, prima o poi, si ripresenterà con effetti ancor più devastanti. E' un obiettivo molto difficile da raggiungere, ma non impossibile. Oggi ci sono conoscenze, istituzioni e tecnologie per concertare strategie comuni e costruire un nuovo progresso economico: più efficace e sostenibile.

Lo sforzo per uscire presto e bene dalla crisi poggia su quel 95% di piccola e media imprenditoria che costituisce l'ossatura del sistema economico italiano: da parte di tutti va colta l'opportunità di realizzare una crescita economica più equilibrata, quindi più forte e duratura.

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

**2**  
**ATTUALITA'**  
CONFCOMMERCIO  
LOMBARDIA:  
CARLO SANGALLI  
RIELETTO PRESIDENTE

**13**  
**CREDITO**  
FINANZIAMENTI  
"CONFIDUCIA":  
FIDICOMET PERFEZIONA  
GLI ACCORDI  
CON LE BANCHE

**20**  
**FORMAZIONE**  
L'OFFERTA 2009-2010  
DELLA SCUOLA  
SUPERIORE

**Unioneinforma** è stato ultimato l'1 settembre.

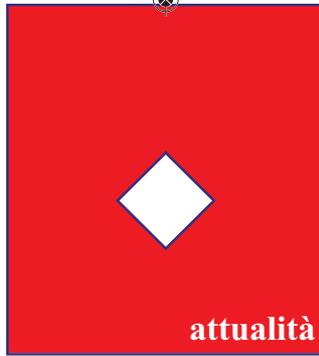
### Il commercio "racconta" Milano

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

**al centro del giornale**

**Unioneinforma**  
settembre 2009





## Carlo Sangalli rieletto presidente di Confcommercio Lombardia

**C**onfcommercio Lombardia-Imprese per l'Italia, in piena sintonia d'immagine con la rinnovata denominazione di Confcommercio, è ora il nome della Confcommercio lombarda, l'Organizzazione più importante del terziario in Lombardia in rappresentanza di oltre 200 mila imprese.

Il nuovo Consiglio Generale di Confcommercio Lombardia-Imprese per l'Italia si è insediato con una riunione plenaria all'Unione di Milano - presenti i rappresentanti delle Associazioni lombarde del commercio, del turismo e dei servizi e degli altri Enti ed Associazioni aderenti - ed ha confermato per acclamazione Carlo Sangalli presidente. Confermati

anche i vicepresidenti: Renato Borghi (vicario - Milano) e Giovanni Paolo Malvestiti (Bergamo). Ammontano a 74

milioni di euro - ha sottolineato Sangalli - le risorse che,

grazie al



forte impegno di Confcommercio Lombardia, la Regione ha attivato e sta attivando a sostegno degli imprenditori del terziario che devono far fronte al difficile momento economi-

**Nuova denominazione: Confcommercio Lombardia-Imprese per l'Italia (in sintonia con Confcommercio nazionale). Confermati anche i vicepresidenti: Renato Borghi (vicario) e Giovanni Paolo Malvestiti**



Giovanni Paolo Malvestiti

co: 47 milioni di euro nel commercio, 20 milioni per il turismo e 7 milioni per i servizi. Un apporto, quello del terziario, sul Prodotto interno lordo lombardo, determinante: oltre il 60%.

Sangalli ha in particolare rimarcato il problema del

credito alle imprese ribadendo la necessità di un nuovo rapporto fra banca e impresa con tempi di istruttoria rapidi, minori rigidità

nelle nuove concessioni di credito e con la forte valorizzazione del ruolo dei consorzi fidi. E in questo - ha ricordato Sangalli - la Lombardia è apripista in Italia con gli interventi di Regione e Camere di commercio che consentono di elevare al 70% la garanzia dei confidi del sistema Confcommercio

sui finanziamenti alle imprese. Sangalli ha poi sottolineato la grande attenzione di Confcommercio Lombardia sul Piano-casa dove vi era



Renato Borghi

il forte timore che, con la possibilità di recupero e riutilizzo degli edifici esistenti, si finisse con lo sconvolgere l'equilibrio della rete commerciale in questo momento già alle prese con la crisi economica. Abbiamo ottenuto - ha detto Sangalli - che gli interventi di demolizione e ricostruzione sugli edifici esistenti, previsti dalla nuova legge, non riguardino il terziario.



**Unione**  
COMMERCIO TURISMO SERVIZI PROFESSIONI - MILANO



L'UNIONE a fianco degli imprenditori

**800 - 77.50.00**

**RISPONDIAMO  
INSIEME ALLA CRISI**

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

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

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

Chiamateci dal lunedì al venerdì dalle 9 alle 17.

**Più forti con l'UNIONE**

  
**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

# IL NEGOZIO SOTTO UNA NUOVA LUCE



## LED by MEGAMAN®



LA PRIMA vera alternativa alle lampade alogene con un basso consumo energetico.

Entrare in un negozio illuminato in modo razionale aiuta i clienti nella scelta e consente di apprezzare colori e dettagli di ogni prodotto, sottolineato da un fascio di luce intensa e diretta, solo dove occorre. La tecnologia TCH assicura un flusso luminoso costante e un controllo termico ottimale.

- Basso consumo energetico
- Ridotta dissipazione di calore
- Elevata resa cromatica
- Flusso luminoso superiore al 90% dopo 20.000 ore di esercizio



**LED GU10/4W**  
Sostituisce le lampade alogene GU10



**LED PAR 16/7W**  
Sostituisce le lampade alogene PAR16 35W



**LED PAR20/8W**  
Sostituisce le lampade alogene PAR20 50W



**LED PAR30/15W**  
Sostituisce le lampade alogene PAR30 75W

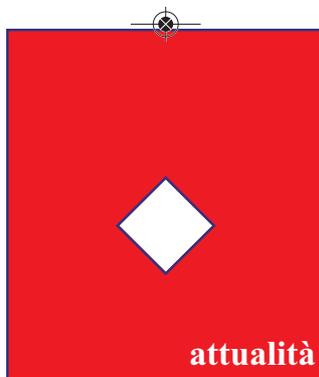


**LED AR111/15W**  
Sostituisce le lampade alogene AR111 35W

Megaman è distribuito da:  
**La Filometallica** tel. 02 55210995  
[www.megaman.it](http://www.megaman.it)

*Better Ideas! Better Life!*

**MEGAMAN®**  
Energy Saving Lamps

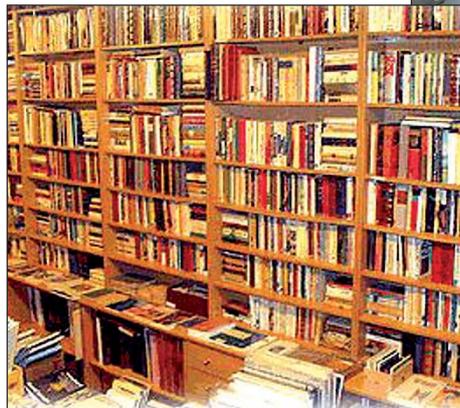


*Botteghe storiche milanesi: il Comune annuncia un bando. Sangalli: serve un intervento strutturale, intervenga il Governo*

## Sos negozi storici e librerie

Un bando con contributi ai negozi storici milanesi - per con l'obiettivo di salvaguardarne ruolo e tradizione - per sostenere affitti sempre più difficili da pagare. E' l'intenzione espressa dal Comune di Milano con l'assessore alle Attività produttive Giovanni Terzi. Il bando - che sarà rivolto alle oltre 200 botteghe storiche con i criteri riconosciuti dal Comune (delibera del 2004) - prevederà un contributo di 5.000 euro a fondo perduto sulle spese di locazione affrontate dall'esercizio storico che paghi un canone d'affitto di almeno 10.000 euro l'anno (spese accessorie escluse). L'impegno di spesa preventivato da parte del Comune è di 1 milione di euro. "Un primo positivo passo" ha commentato il presidente Unione Carlo Sangalli: già a maggio l'Unione aveva evidenziato a Terzi come la situazione dei negozi storici fosse molto critica: con operatori di fronte a procedure di sfratto per finita locazione e a condizioni di rinnovo proposte dai proprietari dei locali, difficilmente percorribili. E con operatori in difficoltà nel pagare canoni di locazione troppo elevati rispetto alle dimensioni delle aziende. "Noi crediamo che il negozio storico - ha detto Sangalli - possa

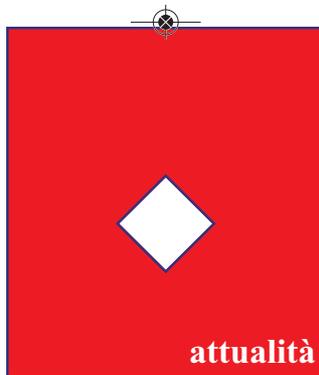
essere sostenuto con una serie di interventi: a cominciare, per i casi più difficili, dalla possibilità di individuare proprietà demaniali da proporre come sede alternativa. Ma si possono studiare soluzioni di affitti calmierati, ipotesi di modelli di vincolo di destinazione d'uso. E per questi esercizi andreb-



bero azzerati o fortemente ridotti i tributi locali". Sangalli ha sollecitato, come presidente di Confcommercio, un intervento del Governo sul problema dei negozi storici e delle librerie (tema, per Milano, di grande attualità). "Occorre un intervento strutturale" ha detto al Corriere della Sera. Sarebbe opportuno creare una struttura permanente a livello ministeriale. Penso a un Osservatorio sulle botteghe



storiche italiane a cui partecipi il ministro delle Attività produttive Claudio Scajola, il ministro ai beni culturali Sandro Bondi e, chiaramente, il ministro dell'Economia Giulio Tremonti". Osservatorio che, oltre a monitorare la situazione, dovrebbe studiare gli interventi più opportuni: incentivi, ma anche altre soluzioni. Come una riedizione della Tremonti ter detassando gli utili reinvestiti dalle librerie. Come Camera di commercio Sangalli invece ha ricordato che un bando per le botteghe storiche fu realizzato due anni fa con un milione e mezzo di euro messo a disposizione assieme alla Regione. Ulteriori interventi sono possibili e si avrebbero agli sforzi annunciati dell'Amministrazione comunale milanese.



### Ma i "milanesi" sono in minoranza

*Imprenditori a Milano? Soprattutto chi viene da fuori: i "milanesi", infatti, creano 55 mila ditte su 123 mila, circa il 45% delle imprese. Tra i protagonisti "esterni" al secondo posto gli egiziani con quasi 5 mila imprese, che si potrebbero sommare alle 1.600 imprese dei marocchini, alle quasi 500 dei tunisini, a quelle degli altri protagonisti mediorientali. I baresi a Milano, con oltre 3 mila imprese, superano i cinesi (una sessantina di meno). Poco meno gli imprenditori monzesi, complice la vicinanza. Poi ancora italiani con Foggia, Napoli, Varese, prima dei rumeni che salgono in classifica anno dopo anno, ora al nono posto con quasi duemila imprese.*

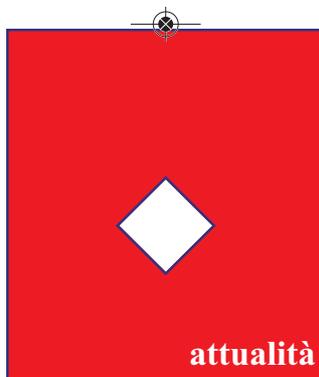
*Cinesi precoci nell'aprire l'impresa, tra i più giovani con meno di 30 anni vincono tutti gli altri con quasi cinquecento imprese, subito dopo i milanesi. Scompaiono gli stranieri tra gli imprenditori più anziani: i principali contributi arrivano da Bari e Foggia, poi molti centri lombardi.*

*Queste cifre emergono da un'elaborazione della Camera di commercio di Milano sui dati del Registro delle imprese al primo trimestre 2009 (ditte individuali).*

## Milano quinta città ideale per fare impresa

**M**ilano al quinto posto a livello europeo tra le migliori città dove localizzare un'attività economica. Accade soprattutto grazie all'importanza dei flussi finanziari che la interessano (6° posto), alla fama come business location (7°) e alla disponibilità di personale qualificato (8°). E sul territorio milanese si concentra un sistema produttivo di oltre 3.000 imprese attive a partecipazione estera, il 41,7% del corrispondente totale italiano, che impiega oltre 331.000 dipendenti, il 34,8% nazionale. Quasi un posto di lavoro dipendente su quattro in pro-

vincia è creato da una multinazionale (331.000 su un totale di 1.360.000). Ma in quali settori operano? In prevalenza nella produzione di prodotti alimentari, bevande e tabacco, di carta e prodotti in carta, poi in quelli che si occupano di derivati del petrolio e altri combustibili. Sono invece oltre 4.000 le imprese milanesi partecipate all'estero, in crescita del 17,6% in sette anni. Danno lavoro a oltre 262.000 dipendenti (-0,7%) soprattutto all'interno dell'Unione Europea (41,3%), in Asia orientale (15,2%) e America centrale e meridionale (13,2%).



**A** Milano i prezzi salgono, ma meno delle altre metropoli europee: nel 2008 Milano è infatti la settima città meno cara in Europa. Escludendo le città dell'Est, solo Atene, Lisbona e Düsseldorf risultano più economiche. La palma della città più cara va a Oslo, seguita da Londra e da Copenaghen. Le città meno care sono invece Sofia, Budapest e Bucarest. Roma al 21° posto tra le più care. Tra le singole voci, Milano è la città più conveniente per comprare gli alcolici. Mentre essere la capitale della moda costa: Milano quinta città più cara in Europa. Se poi consideriamo la crescita dei prezzi dall'introduzione dell'euro ad oggi, Milano continua a fare meglio di molte altre realtà. Tra le 32 metropoli europee considerate, Milano è al 14° posto. Al primo posto Bucarest, seguita da Francoforte e Bratislava. Al quinto posto si posiziona Roma.

Nel 2008 Milano ha esportato beni per un valore superiore ai 44 miliardi di euro, pari al 43% lombardo e al 12% italiano, in crescita dello 0,8% rispetto al 2007. Sono soprattutto prodotti trasformati e manufatti (97%), come macchine ed apparecchi meccanici (quasi 10 miliardi) o apparecchi elettrici ed elettronici (7,7 miliardi), il cui mercato principale è l'Europa (63% delle esportazioni) seguita da Asia (18,9%) e America (11,9%) anche se in un anno crescono soprattutto Oceania (+33,6%) ed Africa (+8,5%).  
 Emerge dal Rapporto Milano

## Metropoli "virtuosa" anche nei prezzi

Amsterdam è invece la città che presenta l'aumento più contenuto dei prezzi, seguita da Manchester e da Varsavia.

Nei sette anni trascorsi dall'introduzione dell'euro a Milano volano soprattutto i prezzi per il tabacco (+44,2%) e per l'abbigliamento (+40%: al 7° posto in Europa per variazione). Forte aumento anche per gli affitti (+23,5%), per le utility (+23,6%) e per gli alimentari (+19,4%). Costano di più anche gli articoli per la casa (+18,1%), quelli per la cura personale (+18,3%) e per il divertimento (+18%: quinto

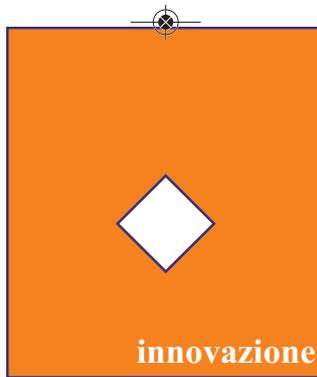
**Est europeo a parte, solo Atene, Lisbona e Düsseldorf, risultano più economiche di Milano (variazione prezzi fra il 2002 e il 2008)**

posto in Europa). Più contenuta la crescita per gli alcolici (+10,6%). Sono questi alcuni dati che emergono da un'elaborazione della Camera di commercio di Milano, attraverso il Lab Milano, su dati provenienti dall'Economist Intelligence Unit - Economist. L'indice complessivo è calcolato tenendo presente la variazione dei prezzi tra il 2002 e il 2008 delle seguenti categorie: alimentari, alcolici, articoli per la casa, per la cura personale, tabacco, utility, abbigliamento, divertimento, trasporti e affitti.



produttiva 2009 a cura del Servizio Studi della Camera di commercio di Milano e

da un'elaborazione dell'Ente camerale meneghino su dati Istat 2008 e 2007.



Contributi destinati soprattutto per farsi conoscere sul web e mettersi "in rete"

## Tessile abbigliamento Bilancio del Progetto Sostes

A fine luglio assegnati 11 milioni e 914mila euro di contributi a 586 imprese lombarde dei settori: manifatturiero (11.004.038 euro a 509 piccole e medie imprese), del commercio del tessile abbigliamento (483.129 euro a 61 imprese) e ad altri operatori del settore del tessile abbigliamento (427.283 euro a 16 operatori). Milano prima in agevolazioni con 122 domande e 2 milioni e 400 mila contributi assegnati, seguita da Como (93 domande 1 milione e 932 mila euro di contributi), Varese (82 domande 1 milione e 819 mila euro di contributi), Brescia (76 domande 1 milione e 616 mila euro di contributi) e Bergamo (65 domande 1 milione e 146 mila euro di contributi). Il 7,9% delle imprese del manifatturiero è

femminile e si trova a Pavia (15,4%), Milano (12,2%) e Cremona (11,1%). Le imprese del commercio del tessile e abbigliamento innovano (21,5%) ma decidono soprattutto di investire i contributi per farsi conoscere sul web (25,5%), così come gli operatori del settore che realizzano pagine web finalizzate alla messa in rete tra imprese (34,3%). Contributi poco utilizzati per la formazione, gli oneri notarili e professionali e per la registrazione dei marchi.

Questi i principali risultati conseguiti in 4 mesi con il Progetto Sostes, inserito nelle iniziative dell'Accordo di programma, che ha visto la collaborazione di Regione Lombardia, camere di commercio lombarde e

Unioncamere Lombardia, e realizzato nello specifico dalla Camera di commercio di



Milano, in collaborazione con l'azienda speciale Formaper.

### InnovaRetail: premiata la Confcommercio lombarda

In occasione dei vari riconoscimenti per la Giornata nazionale dell'innovazione, Confcommercio Lombardia è stata premiata, alla presenza del presidente della Repubblica Giorgio Napolitano, con il Premio "Innovation Angels 2009". Questa la motivazione: "Premio per la realizzazione di numerose iniziative di sensibilizzazione delle Istituzioni che hanno portato all'emanazione del bando InnovaRetail, nonché per le azioni di promozione e di assistenza tecnica alle imprese associate nella predisposizione delle relative istanze di finanziamento". Ha ritirato il premio il vicepresidente vicario della Confcommercio lombarda (e vicepresidente Unione) Renato Borghi. (B.B.)



### turismo

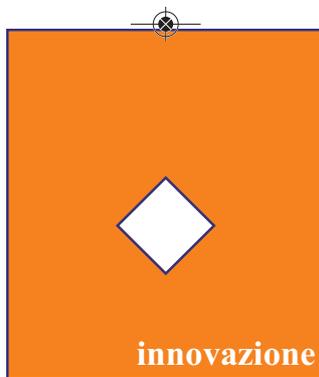
### Ricettività turistica In Lombardia crescono i bed&breakfast



In Lombardia 3.549 strutture ricettive attive sul territorio, più di una su dodici in Italia, in crescita del 2% in un anno. Aumenta soprattutto l'offerta di strutture per soggiorni brevi come i bed&breakfast, +16% tra primo trimestre 2008 e 2009, e gli ostelli (+11,3%). La provincia che offre il maggior numero di strutture alberghiere e turistiche è Milano che ne conta 969, il 27,3% del totale lombardo, e cresce del 3,1% rispetto al 2008. Seguono Brescia con 735 imprese (20,7% lombardo, +1,1% in un anno) e Sondrio con 487 (13,7% lombardo). Le crescite percentuali maggiori tra 2008 e 2009 si registrano, invece, a Lodi (+10%), Pavia (+5,3%) e Como (+4%). I dati sono della Camera di commercio di Milano.

**Unioneinforma**

settembre 2009



*Protocollo d'intesa firmato a Milano dal ministro Renato Brunetta e dal presidente di Confcommercio Carlo Sangalli*

## Pubblica amministrazione Servizi più vicini con "Reti amiche"

**I**l ministro per la Pubblica Amministrazione e l'Innovazione, Renato Brunetta, e il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli, hanno firmato a Milano, nel Palazzo dei Giureconsulti, il protocollo d'intesa su "Reti amiche", l'iniziativa promossa dal Ministero per agevolare l'erogazione dei servizi pubblici ai cittadini e ridurre i tempi di attesa. L'obiettivo è quello di promuovere presso il sistema delle imprese associate, l'erogazione di servizi della Pubblica amministrazione ai dipendenti, agli imprenditori ed ai clienti tramite punti di accesso posizionati all'in-

terno delle aziende commerciali, turistiche e dei servizi. Ciò consentirà a dipendenti e cittadini di fruire dei



**Renato Brunetta, ministro per la Pubblica Amministrazione e l'Innovazione**

servizi della Pubblica amministrazione evitando code agli sportelli e richieste di permessi al proprio datore

di lavoro. Le postazioni messe a disposizione dalle aziende saranno posizionate in luoghi di facile accessibilità.

I link ai servizi, da quelli forniti dall'Inps a quelli dei Comuni e delle Asl, verranno resi disponibili dagli enti e dalle amministrazioni locali. Sono previste anche bacheche elettroniche per informare sulle attività territoriali (cultura, manifestazioni, modalità di iscrizione o prenotazione a scuole ed asili, eccetera).

Il protocollo d'intesa apre la strada a successivi accordi con le imprese associate alla Confederazione.



**D**opo il positivo +2% dello scorso anno, la situazione del mercato It (Information

*Anticipazioni del Report 2009 di Assintel*

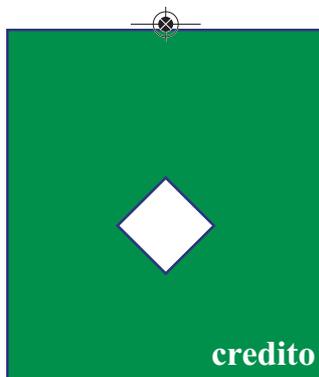
## Tecnologia: mercato It in sofferenza

technology) a metà 2009 registra una flessione del -3,7%, con un forte calo dei servizi It (-4,6%) e di hardware e assistenza tecnica (-4,9%), e una sostanziale tenuta del software (+0,6%).

Si torna all'incirca ai livelli del 2006, appena sopra i 21 miliardi di euro, vanificando quasi due anni di crescita che avevano fatto ben spe-

rare per l'It nel nostro Paese. E' quanto emerge dalle anticipazioni del Report 2009 di Assintel (l'Associazione nazionale delle imprese Ict), presentate da Nextvalue in un incontro dedicato da Assintel agli operatori del settore per fare il punto della situazione, confrontarsi sugli scenari possibili e rafforzare il network associativo.

**Unioneinforma**  
settembre 2009



*Sottoscritto dal presidente Carlo Sangalli  
con il consigliere delegato del Gruppo bancario Corrado Passera*

## Finanziamenti per le pmi Confcommercio-IntesaSanpaolo: un accordo da 3 miliardi di euro

**C**onfcommercio e Intesa Sanpaolo hanno firmato un accordo che prevede la messa a disposizione da parte del Gruppo bancario di un plafond complessivo di 3 miliardi di euro destinato alle imprese associate alla Confederazione. L'obiettivo è quello di sostenere le piccole imprese del commercio, del turismo e dei servizi, assicurando loro la liquidità necessaria per soddisfare le esigenze di cassa e favorire la realizzazione di nuovi programmi di rafforzamento patrimoniale e di nuovi progetti. L'accordo è stato sottoscritto dal presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli, e dal consigliere delegato di



**Corrado Passera,**  
consigliere  
delegato di  
IntesaSanpaolo

**INTESA SANPAOLO**

IntesaSanpaolo, Corrado Passera. IntesaSanPaolo ha una presenza capillare sul territorio (la Divisione Banca dei Territori di Intesa Sanpaolo è guidata dal direttore generale Francesco Micheli,) con 6.200 filiali distribuite in tutta Italia. Nell'ambito dell'accordo sono state individuate le seguenti aree di possibile intervento e i relativi strumenti:

**Rafforzamento patrimoniale.** Sono previsti finanziamenti rivol-

ti alle aziende costituite in forma di società di capitali che intraprendono processi di rafforzamento patrimoniale. Le caratteristiche essenziali, a fronte dell'impegno delle imprese a migliorare la propria struttura patrimoniale entro un dato periodo, sono le seguenti: durata 5 anni, con estensione fino a 10 anni in presenza di garanzie forti; importo correlato all'aumento di capitale effettivamente sostenuto, sino a due volte per le classi di rating migliori, con un massimo di 500 mila euro.

**Flessibilità dei finanziamenti.** Si tratta di strumenti di finanziamento studiati in modo specifico per consentire alle imprese di gestire in forma flessibile il prestito in corso di ammortamento, in termini sia di ulteriori erogazioni, sia di estensione della durata del finanziamento.

**Rinvio rata:** in armonia con l'Avviso comune dell'Abi (Associazione bancaria italiana) - al quale hanno aderito tutte le banche del Gruppo - finalizzato a favorire la continuità dell'afflusso di credito al sistema produttivo, IntesaSanpaolo, con validità fino al 30 giugno 2010, si impegna a concedere il rinvio

per un periodo massimo di 12 mesi, dalla data di richiesta, del pagamento



**Carlo Sangalli,**  
presidente  
Confcommercio



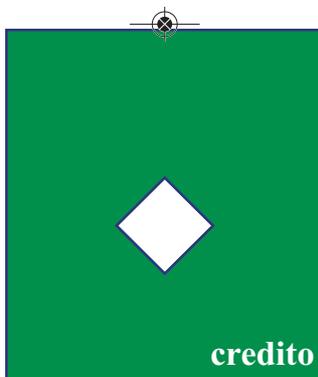
delle quote capitale delle rate di mutui o leasing in essere. La sospensione è riservata alle piccole imprese (con fatturato di gruppo non superiore a 50 milioni di euro) che presentino una situazione economica, finanziaria, patrimoniale e organizzativa che possa garantire la continuità aziendale e avrà come oggetto le rate in scadenza o già scadute da non più di 180 giorni alla data di presentazione della domanda.

**Mutuo Restart:** finanziamento a medio-lungo termine con cui la Banca si impegna ad erogare, nel corso del finanziamento, uno o due ulteriori prestiti nel limite del capitale rimborsato;

**Mutuo Extend:** finanziamento a medio-lungo termine ipotecario con cui la Banca si impegna a concedere l'estensione della durata del mutuo fino a un massimo di 5 anni aggiuntivi; **Riequilibrio Business:** finanziamento a



**Unioneinforma**  
settembre 2009



medio – lungo termine finalizzato a sostenere il riposizionamento a medio-lungo termine delle esposizioni a breve presso Intesa Sanpaolo.

**Sviluppo produttivo**

*Finanziamento Investimenti Business:* finanziamento a medio-lungo termine finalizzato a sostenere ogni tipologia di investimento correlato all'attività economica professionale dell'associato Confcommercio. Sono finanziabili gli investimenti già ultimati da non oltre 12 mesi dalla data di presentazione della domanda, nonché quelli ancora in corso o da realizzare.

**Capitale circolante**

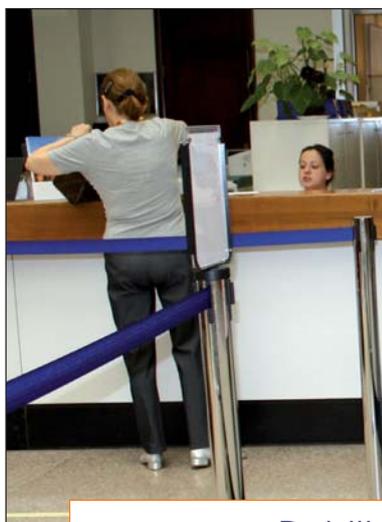
*Allungamento delle scadenze a breve termine:* sempre secondo i contenuti del citato Avviso comune dell'Abi, Intesa-SanPaolo si impegna a sostenere le esigenze di cassa, con riferimento alle operazioni di anticipazione su crediti certi ed esigibili con operazioni estendibili fino a 270 giorni delle scadenze del credito a breve termine (anticipi all'esportazione, anticipi fatture, anticipo/sconto portafoglio commerciale);

*Finanziamento scorte:* finanziamento per la costituzione delle scorte di magazzino. Può essere finanziato fino al 100% dell'importo delle fatture. La durata massima è pari a 2 anni.

*Finanziamento imposte e mensilità aggiuntive:* il finanziamento ha l'obiettivo di finanziare il pagamento delle imposte e delle 13<sup>a</sup> e 14<sup>a</sup> mensilità dell'azienda, nei periodi di giugno/luglio e dicembre di ogni anno, con rimborso in 6 rate mensili posticipate;

*Finanziamento liquidità business:* finanziamento a medio-lungo termine per ripristino di liquidità e progetti di ristrutturazione finanziaria;

*Copertura rischi crediti commerciali:* polizza con primaria



compagnia internazionale per la copertura del rischio di insolvenza sui crediti commerciali dell'associato.

*Anticipo transato Pos:* apertura di credito in conto corrente utilizzabile sotto forma di anticipo incassi futuri dall'operatività Pos.

Il coinvolgimento delle rispettive strutture territoriali consentirà di declinare gli accordi a livello locale. Saranno operativi tavoli di lavoro costituiti, da un lato dalle direzioni regionali della Banca dei territori di Intesa Sanpaolo, dall'altro dalle segreterie regionali e provinciali di Confcommercio.

L'intervento dei confidi di riferimento contribuirà a rendere più agevole l'utilizzo degli strumenti di garanzia e, in generale, più fluido l'accesso al credito.

## Debiti con le banche Accordo per un anno di sospensione

*Tra Abi, Ministero dell'Economia, Confcommercio e le altre organizzazioni imprenditoriali*

Soddisfazione da parte del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli e dei presidenti delle altre confederazioni delle piccole e medie imprese per l'accordo raggiunto ai primi d'agosto con Abi (Associazione bancaria italiana) e Ministero dell'economia sulla sospensione di un anno dei debiti delle pmi nei confronti del sistema creditizio. Accordo – Avviso comune - che fa seguito agli impegni presi dal presidente del Consiglio Silvio Berlusconi in occasione dell'incontro con le cinque Organizzazioni del commercio e dell'artigianato a fine luglio.

La crisi sta provocando inevitabili tensioni nella gestione finanziaria delle imprese che, in molti casi, fanno fatica a rispettare le scadenze di rimborso dei prestiti bancari precedentemente contratti in un contesto economico più favorevole.

Dunque - secondo il parere di Confcommercio e delle altre Organizzazioni, gli interventi posti in essere attraverso l'Avviso comune appaiono quanto mai opportuni per favorire l'equilibrio finanziario e preparare al meglio le opportunità della ripresa. E' stato compiuto uno sforzo collettivo necessario da parte di tutti i soggetti: istituzioni, sistema bancario ed imprese. Impegno congiunto che deve trovare traduzione in termini operativi attraverso la diffusione più ampia possibile tra le banche ed una tempestiva fruibilità delle operazioni per le imprese. Le Confederazioni hanno auspicato anche che la definizione dell'Avviso comune rappresenti solo l'inizio di una fase che, passata la prima sperimentazione, metta in campo ulteriori strumenti come la ristrutturazione ed il consolidamento dei debiti a breve.

**Unioneinforma**

settembre 2009



Mio nonno non ha pensato solo  
a raccontarmi le favole.

## Polizza 30 e lode

La polizza per pagare le spese universitarie di tuo nipote.

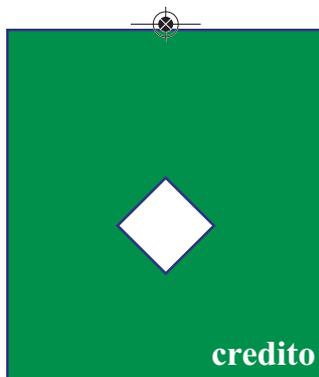
Contattaci per un preventivo gratuito.



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



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



*Finanziamenti alle pmi  
con il 70% di garanzia e un tasso minimo  
più basso di quello normalmente applicato*

## Confiducia? Con Fidicomet

**D**opo l'accordo con la Camera di commercio milanese per Confiducia (il fondo regionale finalizzato a favorire, attraverso i confidi, l'accesso al credito bancario delle piccole e medie imprese), Fidicomet, il Fondo garanzia fidi dell'Unione di Milano, sta perfezionando, con gli istituti di credito, i tassi applicabili per i finanziamenti. "Abbiamo già stipulato accordi con la Banca Popolare di Milano e la Banca di Legnano - spiega Dino Abbascià, presidente di Fidicomet - e sono in dirittura d'arrivo anche i perfezionamenti con la Banca Popolare di Sondrio e con Intesa-Sanpaolo". A Milano e provincia lo stanziamento complessivo previsto a Fidicomet nell'accordo con la Camera di

**Dopo l'intesa con la Camera di commercio di Milano per il fondo destinato a favorire l'accesso al credito delle pmi, il confidi Unione perfeziona i primi accordi con Banca Popolare di Milano e Banca di Legnano. In dirittura d'arrivo anche gli accordi con Banca Popolare di Sondrio e IntesaSanpaolo**

commercio è di poco più di 1 milione e 355 mila euro. "Fidicomet - prosegue Abbascià - garantisce il 70% del finanziamento erogato: la nostra garanzia del 70% rende le banche più disponibili a finanziare i medi-piccoli operatori". Il finanziamento previsto è chirografario della durata massima di 60 mesi.



hanno tolto - per questo tipo di operazione - il limite minimo (cap floor) di tasso normalmente applicato, che è del 3%. "All'imprenditore che effettua l'investimento ed ha rating 1 o 2 - rileva Abbascià - viene complessivamente applicato un tasso attorno all'1,90%".

**fidicomet**  
Fondo di Garanzia per il Credito al Commercio e al Turismo



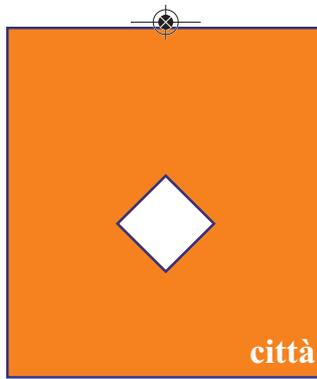
**Dino Abbascià,  
presidente  
di Fidicomet**



*La sede della Camera di commercio milanese*

Banca Popolare di Milano e Banca di Legnano, gli istituti di credito con i quali Fidicomet ha già perfezionato l'intesa,

Da Banca Popolare di Milano e Banca di Legnano non vi è nessun limite minimo all'importo finanziabile. Gli importi massimi erogabili variano a seconda della caratteristica dell'impresa: imprese attive da meno di un anno 50.000 euro; imprese in contabilità semplificata 150 mila euro; imprese in contabilità ordinaria 500.000 euro.



**S**i rafforza la campagna di sensibilizzazione sui danni provocati dall'abuso di alcol. Nella seconda metà del mese si avvia la diffusione di cartelli e manifestini da esporre nei punti vendita e nei locali milanesi ed è in previsione anche la realizzazione di un opuscolo illustrato che spieghi in sintesi cosa significhi "bere consapevole". Sarà inoltre avviata un'azione congiunta di divul-

*Definito un accordo di collaborazione fra assessorato alla Salute del Comune e Unione*

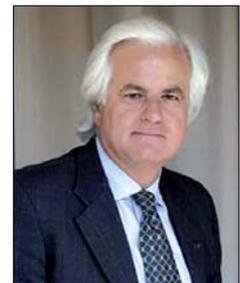
## Consumo di alcol: a Milano "bere consapevole" a partire dagli under 18

gazione mirata, in particolare nelle scuole, per sensibilizzare i giovani sul corretto consumo di alcol.

Sono i punti operativi dell'accordo di collaborazione che è stato definito fra l'assessorato alla Salute del Comune di Milano e l'Unione per promuovere iniziative che favoriscano un consumo consapevole dei prodotti alcolici in particolare fra i minorenni con età fra i 16 e 18 anni (non direttamente coinvolti, quindi, dagli effetti dell'ordinanza comunale del 20 luglio che vieta il consumo di bevande alcoliche per i minori di 16 anni).

"L'accordo che abbiamo de-

finito con l'Unione - afferma Giampaolo Landi Di Chiavenna, assessore alla Salute del Comune di Milano - dimostra la piena condivisione, da parte degli operatori commerciali, di quest'azione fortemente voluta dall'Amministrazione comunale e volta a responsabilizzare i giovani milanesi alla salvaguardia della propria salute. La prevenzione quotidiana e i corretti stili di vita aiutano la città di Milano a diventare la capitale della responsabilità e



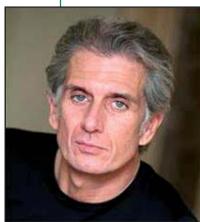
**Giampaolo Landi di Chiavenna, assessore alla Salute del Comune di Milano**

della cultura del 'benessere'. Sono certo che tutti gli esercenti del commercio interessati a questo accordo si impegneranno a garantire il rispetto dell'ordinanza anti-alcol dimostrando che il senso di responsabilità sociale prevale e non penalizza il profitto cui deve tendere una società liberale".

"La campagna informativa d'intesa con il Comune - spiega Gianroberto Costa, segretario generale dell'Unione di Milano - ha l'obiettivo generale di avvicinare sempre più il consumatore a una cultura del bere consapevole e di qualità, senza eccessi dannosi alla salute".

## Ferragosto: giorno "amico" dei turisti stranieri

Un pernottamento gratuito a Milano a Ferragosto 2010 e ingressi omaggio alle mostre e ai musei comunali ai turisti stranieri che hanno visitato le sedi espositive della città lo scorso 15 agosto ritirando l'apposito coupon che andrà poi inviato entro fine marzo del prossimo anno con il biglietto originale della mostra visitata a Ferragosto. E' l'iniziativa "Milano amica dei turisti" promossa dall'assessorato alla Cultura del Comune di Milano in collaborazione con l'Unione, l'Associazione albergatori e gli assessorati alle Attività produttive e al Turismo, marketing e identità. Nella giornata del 15 agosto sono stati complessivamente distribuiti 511 coupon. La promozione "Milano amica del turista", riservata appunto ai turisti di Milano provenienti dall'estero, non è cumulabile con altri sconti o promozioni degli alberghi e consente di pernottare gratuitamente il 15 agosto 2010 all'interno di un soggiorno della durata minima di due notti presso uno degli alberghi della città che aderiranno all'iniziativa.



**Massimiliano Finazzer Flory, assessore alla Cultura del Comune di Milano**

Il biglietto della mostra o del museo dovrà essere inviato con i dati richiesti entro il 31 marzo 2010 all'"Ufficio Comunicazione e Relazione con il Pubblico, Settore Promozione, Dc Cultura - via Marino 7, 20121 Milano".

**Unioneinforma**

settembre 2009



## Il commercio "racconta" Milano

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

# Calzature De Fabiani a Milano Rogoredo



▲ Foto di gruppo delle famiglie De Fabiani-De Matteo. Da sinistra: Ernesto De Matteo (fratello della fondatrice Maria), Felice De Fabiani e sua moglie Iolanda, Giacomo De Fabiani, Raimondo Ventura e sua moglie Elisa De Fabiani, Maria De Matteo De Fabiani (fondatrice dell'impresa); seduta in prima fila Anna Vercelletto De Fabiani con in braccio il figlio Marino (1929)

Esterno del negozio in via Monte Cengio (1955) ▼



**P**er introdurre la vicenda imprenditoriale della famiglia De Fabiani, possiamo dire che la storia delle quattro generazioni che si sono succedute nel negozio di Rogoredo rappresenta un raro esempio di radicamento al proprio territorio e di capacità di adattamento al mutare del contesto circostante. Oggi, a più di un secolo dalla fondazione, l'impresa è gestita da Maurizio, che incontriamo assieme alla moglie Marina Fornaro e alla madre Anna Bertoglio.

La storia ha inizio nel 1892 quando la signora Maria De Matteo De Fabiani apre un negozio di scarpe con laboratorio in via Piacentina 1, quella che oggi è la via Rogoredo, dove lavora con il marito Francesco De Fabiani e i figli. Prima di seguire le vicende della famiglia De Fabiani, bisogna accennare al fatto che Maria, già vedova di un De Matteo, ha dato origine a due dinastie attive nel commercio di scarpe, visto che anche i figli del primo matrimonio hanno proseguito per decenni la stessa attività a Milano con l'insegna De Matteo.

Tra '800 e '900 il comune di Rogoredo, annesso a Milano dal 1923, diviene un centro industriale che gravita prima attorno alle Acciaierie Redaelli e in seguito all'area di Montecity, complesso chimico della Montecatini. Questo aspetto è molto importante nei primi anni di attività della Ditta De Fabiani: l'impresa infatti non solo conta tra i propri clienti una parte di quelle migliaia di lavoratori che abitano nei villaggi azienda-

li o che raggiungono quotidianamente Rogoredo, ma soprattutto rifornisce il personale dell'acciaiera con scarpe da lavoro speciali, progettate appositamente con una suola rinforzata e piccoli chiodi di legno per aumentarne la rigidità e la resistenza a contatto con l'acqua. Dal commercio l'attività si estende così alla produzione impiegando, nel periodo di massima crescita, fino a sette operai specializzati. La fabbricazione di scarpe da lavoro viene in seguito abbandonata a causa di nuove norme più stringenti in tema di protezione dagli infortuni, ma compensata da un volume delle vendite che in

quel periodo cresce con continuità. Una buona parte della clientela continua ad essere costituita dalle maestranze delle fabbriche del circondario e dalle loro famiglie. Nel 1913 la ditta, forte del successo commerciale ottenuto, acquista un immobile poco distante, in via Monte Cengio 6, all'angolo con via Freiköfel, e apre un nuovo punto vendita dove si può ampliare lo spazio per il laboratorio e dove ancora oggi ha sede il negozio.



Prodotti storici fatti realizzare dalla De Fabiani: stivali per ufficiali della seconda guerra mondiale e scarpe da lavoro prodotte tra il 1950 e il 1970 per i lavoratori delle acciaierie Redaelli





Foto di gruppo davanti al negozio di via Monte Cengio. Da sinistra: il padre di Iolanda Bestetti, Giacomo De Fabiani, sua moglie Iolanda Bestetti, Anna Vercelletto e suo marito Felice De Fabiani (1933-34)



Diploma di Medaglia d'oro conferito nel 1932 alla De Fabiani in occasione delle Esposizioni riunite del lavoro



Giuseppe e Sebastiano, operai della De Fabiani (rispettivamente il secondo e il quarto in piedi), Marino De Fabiani (accosciato col cane) e due amici di Marino davanti al negozio (1944)

Nei decenni tra le due guerre l'attività di vendita si amplia con successo mentre la produzione si sposta progressivamente dalle scarpe da lavoro alle calzature fatte su misura per i clienti con particolari esigenze di calzata.

Mentre nei primi anni '20 alcuni dei figli più grandi, Giovanni e Pierino, si mettono in proprio e aprono negozi di scarpe nei dintorni, a gestire l'attività principale resta Maria con i figli Felice e Giacomo.

Nel 1925 avviene il primo passaggio di consegne quando i due, una volta messa su famiglia, ereditano dalla madre la titolarità dell'impresa: Giacomo, con la moglie Iolanda Bestetti, gestisce il primo negozio di via Piacentina, mentre Felice, con la moglie Anna Vercelletto, si occupa del negozio di via Monte Cengio.

L'impresa riceve alle Esposizioni riunite del lavoro del 1932 un diploma con medaglia d'oro per la fabbricazione di un paio di scarpe cucite a mano con spago bianco, rosso e verde.

Nel 1929 nasce Marino, il figlio di Felice e di Anna e pochi anni dopo anche Giacomo decide di mettersi in proprio e apre con la moglie una calzoleria tra via Torricelli e via Conchetta, lasciando l'attività di Rogoredo al fratello Felice che, divenuto unico titolare, muta la denominazione da Ditta Fratelli De Fabiani in Calzature De Fabiani. Giovanni e Pierino, i due fratelli che precedentemente si erano messi in proprio, non hanno figli e le loro attività cessano dopo la prima generazione.

Dopo la seconda guerra mondiale Felice ottiene anche la licenza per la vendita ambulante e inizia a frequentare per due giorni alla settimana il mercato di Melegnano, dove si fa conoscere per la qualità del prodotto, nettamente superiore agli standard dei mercati ambulanti. Dato che i giorni di mercato sono quelli di giovedì e domenica, la settimana di lavoro della famiglia De Fabiani non conosce giorni di riposo anche perché il nuovo magazzino che rifornisce il negozio e la bancarella deve essere sempre ben fornito. Infatti, se all'inizio si pensava di utilizzare la vendita di strada per svuotare il magazzino dai fondi di merce, ben presto Felice comprende che la qualità e la diversificazione dell'offerta sono essenziali per affermarsi anche al mercato di Melegnano. L'impegno richiesto dall'attività di vendita – in

negozio e al mercato – e le trasformazioni dell'industria calzaturiera spingono Felice ad abbandonare la produzione diretta e il laboratorio resta attivo solamente per le riparazioni: dai sette dipendenti degli anni '30 la forza lavoro si riduce dopo la guerra ad un solo operaio. Marino, che già da alcuni anni lavora con i genitori in negozio, si sposa nel 1959 con Anna Bertoglio e quest'ultima, che già lavorava nel settore commerciale, fa simultaneamente il suo ingresso in famiglia e in negozio. Il passaggio di consegne definitivo avviene qualche anno dopo, nel 1968, quando Marino subentra a Felice. Con questo subentro si conclude anche formalmente l'attività artigiana dell'impresa che rimane da allora iscritta solamente all'Unione del commercio. Nel frattempo Marino e Anna hanno due figli: Claudio nel 1960 e Maurizio nel 1962. Nel 1962 avviene anche una ristrutturazione del punto vendita con l'aggiunta di un ballatoio superiore che corre lungo il perimetro interno, rendendo più semplice l'accesso alle scatole di scarpe stipate fino al soffitto.

Gli anni '60 e '70 sono anni di grandi trasformazioni nel tessuto urbano di Rogoredo. I complessi industriali Redaelli e Montedison perdono gran parte della manodopera impiegata, mentre restano le aree dismesse come grandi bastioni a separare il quartiere dal resto della città. L'isolamento è accresciuto dalla presenza della ferrovia e dell'autostrada, vere e proprie barriere "naturali" che rendono Rogoredo una sorta di isola nel sud-est della città.

Le conseguenze per il negozio dei De Fabiani si fanno sentire: la numerosa clientela dei dipendenti delle vicine acciaierie viene gradualmente a mancare mentre la posizione eccentrica e isolata del quartiere non facilita il contatto con i clienti al di fuori della comunità di Rogoredo. Un'eccezione è rappresentata dai molti clienti conosciuti al mercato di Melegnano che continuano a servirsene presso il negozio anche dopo il 1973, quando la famiglia decide di abbandonare la vendita ambulante.





## Il commercio "racconta" Milano

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



Interno del laboratorio dove avveniva la riparazione delle scarpe (1997)

Esterno del negozio in via Monte Cengio (primi anni '90)



Ritratto di gruppo in negozio: da sinistra Anna Bertoglio con la nuora Marina Fornaro e la nipote Alessia De Fabiani (2009)



Maurizio De Fabiani ritratto in negozio durante l'intervista (2009)

Malgrado questi limiti oggettivi all'ampliamento del bacino di utenza, l'impresa dei De Fabiani può contare su una continua espansione della capacità di spesa delle famiglie e sulla trasformazione dei costumi che porta ad un incremento dei consumi. La scarpa non è più un capo che si ripara quando si rompe e che si cambia solo quando non è più possibile riparare: diviene un capo di abbigliamento soggetto alle mode e ai gusti e pertanto di largo consumo. L'attività del laboratorio prosegue, anche se diminuisce gradualmente, mentre le vendite si concentrano su marche classiche di gamma medio-alta come Fratelli Rossetti, Crisci e Figini.

Ecco come Maurizio mette a raffronto due periodi e due modi diversi di fruizione del prodotto: "Quando c'era mio padre che faceva scarpe che costavano cifre abbastanza elevate, allora [il cliente diceva]: 'Ho speso 150.000 lire, 200.000 lire per un paio di scarpe, spendo 10.000 lire e mi

metto a posto una scarpa e non la butto via'. Adesso 'Prendo le scarpe che - materiale bruttissimo - costano 39 euro non ne vado a spendere 10 per ripararle. Allora prendo e butto via la scarpa". Questo del rapporto tra qualità della merce e stili di consumo è un aspetto che ritorna spesso nel racconto. Un esempio che emerge è quello delle scarpe per bambino, uno dei segmenti di specializzazione dei De Fabiani dal secondo dopoguerra fino a non molti anni fa. Anche in questa tipologia di mercato Maurizio ha osservato il progressivo affermarsi di prodotti di qualità scadente oltre che di dubbia efficacia per la salute

dei bambini, e dopo aver costituito per decenni un presidio attento ai problemi pediatrici e ortopedici dell'infanzia, i De Fabiani hanno deciso di abbandonare il segmento piuttosto che abbassare il proprio standard qualitativo.

Campo non facile, quello delle scarpe per l'infanzia anche per la complessità della gestione commerciale. Come infatti ci racconta Maurizio De Fabiani, il prezzo praticato dai fornitori cambia ogni due numeri e questo richiede una particolare attenzione nel prezzare gli articoli in vendita.

Ritornando alla storia di famiglia, i due figli di Marino e Anna seguono strade diverse: Claudio, il maggiore, si laurea in agraria e ancora oggi lavora in quel campo mentre il percorso di Maurizio, l'attuale titolare, è più tortuoso e ricco di esperienze. Nel '76, appena quattordicenne va a lavorare per un paio di anni in un magazzino di scarpe all'ingrosso in viale Papiniano a Milano. Chiusa questa breve esperienza e dopo alcuni anni di supporto ai genitori in negozio, inizia una parentesi come rappresentante di calzaturifici marchi-

giani e vigevanesi, che dura circa quattro anni. Nel 1990 Maurizio cambia completamente settore e per sette anni lavora come operaio in un'azienda farmaceutica. Nel frattempo, siamo nel 1993, sposa Marina Fornaro e due anni dopo nasce la loro figlia Alessia.

Intanto Marino nel corso degli anni rileva per intero dai suoi cugini le quote dell'immobile dove vive con la famiglia e dove ha sede il negozio, completandone l'acquisto nel '97. In quell'anno Maurizio rientra in negozio e avviene l'ultimo passaggio di consegne in ordine temporale: Marino cede al figlio la proprietà e l'impresa assume l'attuale denominazione di Calzature De Fabiani di Maurizio De Fabiani.

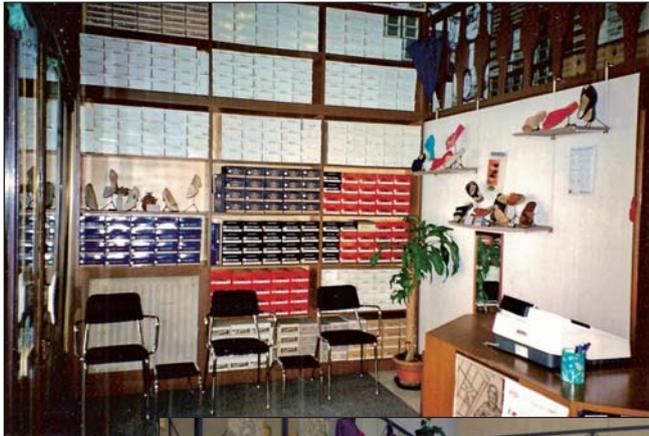
Nel 1997 Maurizio, appena rilevata l'attività, studia con la moglie architetto una nuova ristrutturazione degli spazi interni dando al negozio un aspetto più moderno e una struttura più funzionale. La novità è





## Il commercio "racconta" Milano

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



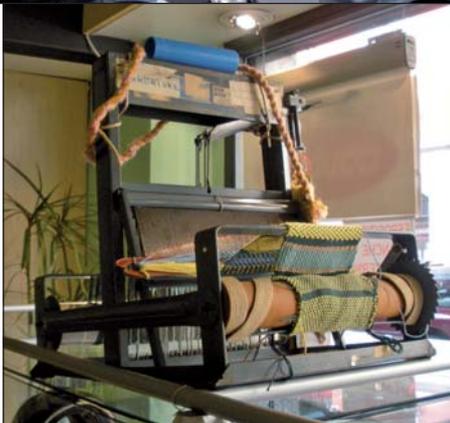
Interno del negozio prima dell'ultima ristrutturazione avvenuta nel 1986



Interno del negozio (2003)



Esterno del negozio in via Monte Cengio (2009)



Telaio utilizzato da Marina Fornaro per la produzione di cravatte e cinture esposto in negozio (2009)

forte, tanto che in zona c'è chi scherza: "Ma dove pensate di avere il negozio, in via Montenapoleone?" In realtà Maurizio e Marina sono al passo con i tempi e lo stile del nuovo punto vendita diviene in breve uno standard per i negozi di calzature: non più pareti di scaffali con le scatole di scarpe chiuse, al loro posto espositori e mensole dove poter mettere in vista i modelli.

Anche nella gamma di prodotti Maurizio decide di cambiare e di lasciare le grandi firme di moda, preferendo specializzarsi nella linea comfort, sempre con marchi di qualità come Linea Gioiello e Donna Serena. La sua fascia di clientela è soprattutto dai 35 ai 70 anni, attenta al comfort e alla qualità della calzatura, mentre non è facile captare i clienti più giovani inclini all'acquisto di scarpe sportive alla moda e più vicini ai canali della grande distribuzione.

Maurizio dimostra anche attenzione per l'aspetto promozionale, come evidenzia la scelta di avviare alcune iniziative di pubblicità e

soprattutto la sua capacità di valutare il ritorno immediato di ciascuna iniziativa e quindi di misurare l'efficacia. Altre iniziative di promozione che sono state attuate negli ultimi anni hanno riguardato la fidelizzazione della clientela, come le carte a punti e gli sconti su acquisti multipli.

Passati pochi anni dalla nuova gestione, in concomitanza con il passaggio dalla lira all'euro,

Maurizio e Marina iniziano a fare i conti con un calo sensibile delle vendite e decidono ancora una volta di operare una revisione sia nella

gamma di prodotti, abbandonando alcune marche di fascia alta, che nei canali di approvvigionamento, passando dall'acquisto diretto dai rappresentanti a quello più conveniente presso i grossisti. Anche intensificando la frequenza degli acquisti Maurizio riesce ad ottimiz-

zare la gestione del magazzino, comprando settimanalmente in base alle risposte

riscontrate presso i clienti. La politica che l'impresa segue in questa fase è quella di comprimere i costi cercando di mantenere inalterata la qualità dell'offerta. Anche a questo punto del racconto ritorna il tema della qualità prima di tutto, anche a costo di andare contro le tendenze del mercato: "Vado dentro in quei negozi lì e mi vengono i capelli dritti solo a vedere cosa vendono. Poi la gente è libera di scegliere, se vuole spendere 30 o 40 euro e mettersi un sacchetto di plastica ai piedi può essere libera, però...".

Negli ultimi anni Maurizio decide di affiancare alla scarpe la vendita di piccoli articoli di pelletteria, mentre Marina si appoggia al negozio per esporre alcuni prodotti della sua attività di tessitura a mano, campo in cui Marina svolge anche attività didattiche e di arteterapia per persone con disturbi psichici.

Tornando ad osservare lo sviluppo del quartiere sul piano del commercio, i De Fabiani ci forniscono un dato impressionante: dei 70 negozi che popolavano la via trent'anni fa, loro sono rimasti gli unici superstiti. Oggi i negozi sono molti meno, il movimento che tradizionalmente si riscontrava al sabato è quasi scomparso, probabilmente trasferito nelle piazze dei centri commerciali e così molti punti vendita decidono di tenere chiuso il sabato per aprire il lunedì.

La grande prospettiva di rinascita di Rogoredo è rappresentata dalla costruzione del nuovo quartiere di Santa Giuliana, in corso di edificazione sulle aree dove un tempo sorgevano le industrie. Bisognerà, però, attendere ancora qualche anno per valutarne appieno l'impatto sull'attività commerciale della zona.

**Andrea Strambio De Castilia**

(con la collaborazione di Maria Chiara Corazza)





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

## **Polizza Autonomia**

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

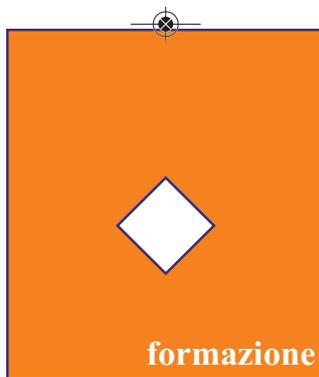
Contattaci per un preventivo gratuito.



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



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



La Scuola Superiore del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni (Milano, viale Murillo 17), ente di formazione collegato all'Unione di Milano ed operatore accreditato per la formazione dalla Regione Lombardia, viene incon-

*Dodicesimo anno del corso di laurea nel terziario con l'Università Cattolica*

## Con la Scuola Superiore una porta d'accesso al mercato del lavoro

tro alle esigenze manifestate direttamente dal mondo imprenditoriale e, avvalendosi di metodi flessibili, differenziati ed aggiornati, organizza corsi di elevata qualità, in linea con gli standard comunitari, che hanno quale fine prioritario l'inserimento dei partecipanti nel mercato del lavoro.

Per il nuovo anno (2009-2010) l'offerta formativa rivolta a giovani diplomati comprende il corso di laurea in Service management e corsi di specializzazione in ambito turistico e nell'area servizi.

### L'opportunità della dote formazione

L'utilizzo di laboratori informatici, supporti tecnici, visite e testimonianze aziendali arricchiscono la didattica dei seguenti corsi:

- ▶ corso propedeutico per l'esame di abilitazione di accompagnatore e/o guida turistica;
- ▶ accoglienza alberghiera;
- ▶ marketing per la valorizzazione dei beni culturali e ambientali;
- ▶ tra vendite e acquisti per inserirsi nella GDO;
- ▶ vetrinistica, packaging e visual merchandising;
- ▶ Sistemisti junior e operatori Ced Z/Os- Cics-Ims-Db2 e Windows Server per il settore bancario.

### Il corso di laurea in Economia e gestione aziendale

La laurea di primo livello in Economia e gestione aziendale curriculum Service management, è un'esperienza unica in Italia e viene realizzata da 12 anni in collaborazione con l'Università Cattolica del Sacro Cuore ([www.unicatt.it](http://www.unicatt.it)). Il corso di laurea è orientato alle specificità ed alle caratteristiche delle aziende del settore del terziario e dei servizi commerciali, al fine di cogliere le opportunità occupazionali offerte creando forti sinergie fra la formazione universitaria e le imprese. Il corso presenta diversi punti di forza: un calendario di lezioni concentrato e senza sovrapposizioni; una sede ad hoc; seminari, visite e testimonianze aziendali per un confronto continuo con la realtà d'impresa; uno stage curricolare di quattro mesi presso aziende del settore del terziario e dei servizi commerciali; un importo di tasse agevolato rispetto agli altri corsi di laurea triennale dell'Università Cattolica e indipendente dal reddito.



Per maggiori informazioni:  
[info@scuolasuperiorect.it](mailto:info@scuolasuperiorect.it);  
tel. 02/40305348

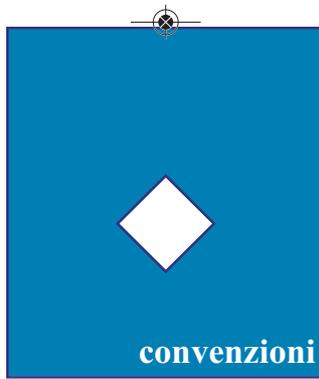
L'immatricolazione ha preso avvio da luglio: il corso è stato programmato per un numero non superiore a 80 studenti per rendere possibile ed efficace una particolare didattica dedicata e uno scambio personalizzato e continuo tra studenti e corpo docente. Questa laurea triennale inoltre permette l'accesso ai master universitari di primo livello e alle lauree magistrali

### Specializzazione turistica e nei servizi

*I corsi di specializzazione in ambito turistico e nell'area servizi hanno inizio a ottobre e sono avviati con il raggiungimento di un numero minimo di partecipanti. Hanno una durata complessiva di 350 ore e comprendono uno stage aziendale di 100 ore.*

E' possibile richiedere la partecipazione a tali corsi tramite la dote formazione ([www.dote.regione.lombardia.it](http://www.dote.regione.lombardia.it)). In caso di assegnazione della dote da parte della Regione Lombardia, la partecipazione sarà gratuita. La progressiva introduzione ed estensione del concetto di dote, quale insieme di risorse finanziarie messe a disposizione dalla Regione Lombardia ai soggetti beneficiari per garantire il libero accesso alla rete dei servizi del sistema educativo di istruzione e formazione, può essere considerata un'avventura formativa per far "crescere e premiare" il cittadino. La dote è riservata a tutti coloro che, diplomati, disoccupati, domiciliati in Regione Lombardia, tra i 16 e i 64 anni, vogliono rafforzare e accrescere le proprie competenze, conoscenze ed abilità di conseguenza migliorare la propria situazione professionale, usufruendo dei servizi formativi del sistema di istruzione e formazione professionale regionale.

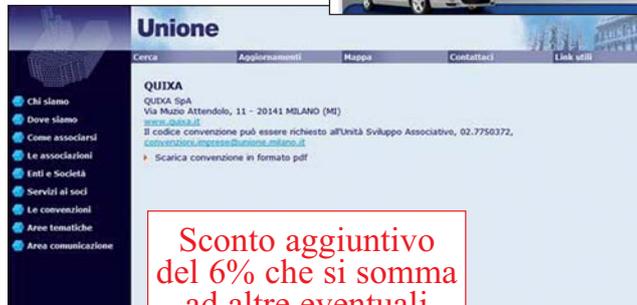
**Unioneinforma**  
settembre 2009



## Auto e moto: con Quixa la polizza telefonica è più conveniente per i soci Unione

**Q**uixa, la compagnia assicurativa telefonica on line di Axa, offre un risparmio fino al 40% rispetto alle assicurazioni tradizionali mettendo a disposizione dei clienti un consulente personale, cioè un professionista che dal primo preventivo in avanti resta sempre la persona di riferimento per qualsiasi esigenza. Agli associati Unione, nelle polizze auto o moto, è riservato uno sconto aggiuntivo del 6% su tutte le garanzie acquistate. Tale sconto andrà sempre a sommarsi ad altre eventuali promozioni del momento pro-

poste al pubblico dalla compagnia. Si potrà usufruire



**Sconto aggiuntivo del 6% che si somma ad altre eventuali promozioni**

dei benefici della convenzione telefonando al numero verde di Axa 800.558.558 indicando il codice convenzione

oppure visitando il sito [www.quixa.it](http://www.quixa.it) all'apposita sezione "Convenzioni". Il testo completo della convenzione è consultabile sul sito [www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it)

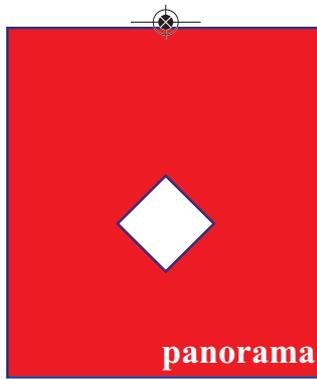
nella sezione dedicata. Il codice convenzione può essere richiesto all'Unità sviluppo associativo dell'Unione, 02.7750372, e mail: [convenzioni.impres@unione.milano.it](mailto:convenzioni.impres@unione.milano.it)



## Convenzioni bancarie per gli associati Unione Verificare la corretta applicazione

Ricordiamo che le imprese associate (in regola con il pagamento della quota associativa tramite Rid) possono usufruire delle condizioni previste nelle convenzioni che l'Unione di Milano ha stipulato con gli istituti di credito. Per evitare disguidi è opportuno verificare, con la propria banca, la corretta applicazione dei termini previsti nelle convenzioni. I dettagli delle convenzioni bancarie sono contenuti nella guida alle convenzioni già inviata con UnioneInforma di giugno (foto copertina) o è possibile consultare il sito Unione, [www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it), nella sezione dedicata alle convenzioni, per scaricare il pdf con la convenzione bancaria. Per informazioni si può anche telefonare allo 027750372.

**Unioneinforma**  
settembre 2009



*Dimissioni del presidente Claudio Vailati  
nominato assessore comunale al Commercio*



**Donato Turba**

## Melzo: Donato Turba alla guida dell'Ascom

In seguito alla sua nomina

**Presidente  
facente funzioni  
fino all'assemblea elettiva  
del prossimo anno**

posta di Carlo Alberto Panigo (componente di Giunta Unione e responsabile per il terri-

torio della provincia di Milano su incarico del presidente Sangalli) ha deliberato di affidare la carica di presidente facente funzione all'attuale vicepresidente Do-

na ad assessore comunale al Commercio, Claudio Vailati si è dimesso dalla carica di presidente dell'Ascom territoriale di Melzo ed il Consiglio direttivo dell'Associazione, su pro-

nato Turba fino a quando, il prossimo anno, sarà indetta l'assemblea elettiva dell'Associazione.

Donato Turba, laureato in scienze agrarie, titolare della macelleria Equincarni di Melzo, è inoltre vicepresidente dell'Associazione macellai di Milano.

## Voucher per abbattere i costi di partecipazione alle fiere

*Voucher alle micro e piccole imprese lombarde per l'abbattimento dei costi di partecipazione alle manifestazioni fieristiche di qualifica internazionale in Lombardia. Il bando, di Regione e sistema camerale lombardo, è accessibile sino ad esaurimento fondi disponibili: 770.000 euro sono riservati alla provincia di Milano e 260.000 euro alla provincia di Monza e Brianza. Ogni impresa può ottenere al massimo 2 voucher nel periodo compreso tra il 1° ottobre 2009 e il 30 settembre 2010. Il valore del voucher, per singola fiera, è di 2.000 euro a fronte di una spesa minima di 4.000 euro; 1.000 euro a fronte di una spesa minima di 2.000 euro. Il voucher è utilizzabile a titolo di rimborso per spese di affitto spazi espositivi (compresi eventuali costi di iscrizione, oneri e diritti fissi obbligatori in base al regolamento della fiera) ed allestimento stand (fino ad un valore massimo del 50% del voucher assegnabile).*

*La richiesta di voucher va presentata esclusivamente in via informatica sul sito Internet <http://89.96.190.11/> a partire dal 28 settembre, e completata da invio cartaceo entro 10 giorni consecutivi dall'invio telematico.*

*Per informazioni contattare la propria associazione e l'Unità finanziamenti Unione (02/7750469 o 02/7750497).*



## Torna "Butchers for children" in via Spallanzani

"Percorso" che coinvolge via Spallanzani con piazza Santa Francesca Romana, l'organizzazione, in collaborazione con l'Istituto dei ciechi di Milano e l'Unione Italiana dei ciechi, di un percorso al buio dove degli ipovedenti guideranno quanti vorranno parteciparvi, alla scoperta dei gusti e dei sapori della nostra tradizione culinaria.

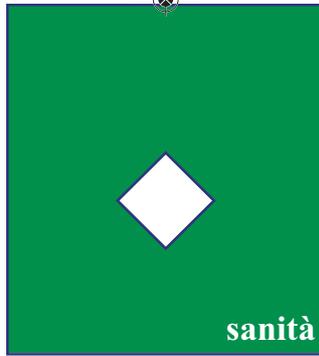
Un centinaio di operatori del settore macelleria, provenienti da diverse regioni italiane ed estere, nei cinquanta stand posizionati, mette a disposizione del pubblico - a fronte di un'offerta - assaggi, degustazioni e preparati alimentari in cambio di un'offerta che sarà interamente destinata all'Istituto dei Ciechi di Milano e all'Unione Italiana dei Ciechi. Presenti all'appuntamento di via Spallanzani, con i macellai dell'Associazione milanese, le

**A** Milano il 20 il "Percorso dei macellai tra tradizione, artigianato e innovazione - Butchers for children" promosso da Ascospallanzani con il supporto organizzativo dell'Unione di Milano con Promo.Ter Unione e il patrocinio e sostegno del Comune di Milano, assessorato alle Attività Produttive. Novità di quest'anno del

altre Associazioni del settore alimentare aderenti all'Unione (che allestiscono stand dedicati alla degustazione di vini, di prodotti ortofruttili e di panificazione).

**Unioneinforma**

settembre 2009



*Lo ha deciso il rinnovato Consiglio d'amministrazione*

## Assistenza sanitaria Ente Mutuo (Unione): per il 2010 contributi invariati

**P**er il 2010 i contributi da versare ad Ente Mutuo (l'Ente dell'Unione che eroga assistenza sanitaria integrativa ai propri iscritti) rimangono invariati in tutte le forme di assistenza e per tutte le fasce d'età. Lo ha deciso il nuovo Consiglio d'amministrazione dell'Ente venendo incontro alle aspettative dei soci anche in considerazione delle difficoltà economiche che le imprese stanno attraversando. Dal primo gennaio entra inoltre in vigore il nuovo regolamento di Ente Mutuo (approvato dal Consiglio il 20 luglio): "...sono state apportate - si legge nella nota introduttiva del vicepresidente delegato di Ente Mutuo Iliano Maldini - integrazioni e modifiche, sicuramente migliorative rispetto al passato, operate tenendo conto di indicazioni e richieste ricevute, nonché di quanto segnalato dalle risposte al Questionario 2008 sulla soddisfazione del socio".

ambulatoriale sia in forma diretta (attraverso le convenzioni) sia in forma indiretta (mediante rim-



*Iliano Maldini, vicepresidente delegato di Ente Mutuo*

**Approvato il nuovo Regolamento**

Ente Mutuo opera da oltre 50 anni ed eroga prestazioni sanitarie di assistenza ospedaliera e specialistica

migliori strutture sanitarie a Milano e provincia: con Ente

scegliere quattro forme differenziate di assistenza.



borsi). Ente Mutuo si avvale delle

Mutuo si possono

### Ente Mutuo

telefoni: 027750474-359-327.

E mail:

informazioni@entemutuomilano.it.

Sito internet:

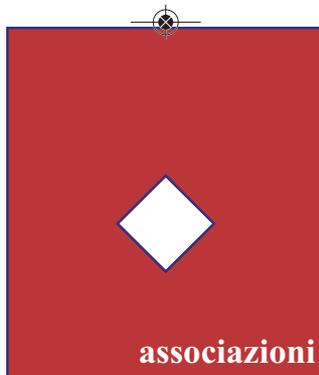
www.entemutuomilano.it

### Ente Mutuo: le cariche sociali

**Consiglio d'amministrazione.** Carlo Sangalli (presidente); Iliano Maldini (vicepresidente delegato); Dino Abbascia (vicepresidente); Giacomo De Palo (vicepresidente), Maurizio Arosio, Umberto Bellini, Paride Bolis, Giovanni Boni, Adalberto Corsi, Marco Galbiati, Alfredo Giordano, Alessandro Iemallo, Antonio Marinoni, Zeffirino Melzi, Pietro Montana, Giovanni Moro, Enrico Oldani, Guido Orsi, Gaudenzio Pedol, Gian Fausto Radrizzani, Innocenzo Turelli.

**Provinci.** Gigi Monforti Ferrario (presidente), Luigi Garavaglia, Carlo Alberto Panigo, Amalia Pannuti, Agostino Petriello.

**Sindaci.** Marco Guerrieri (presidente), Agostino Marchesetti, Remo Ottolina.



Tariffa doganale, Nomenclatura combinata, Itv

## Commercio estero e dogane: il punto in Unione

**A**ice, l'Associazione italiana commercio estero, in collaborazione con la Direzione commercio estero dell'Unione e con la partecipazione

**Convegno promosso da Aice (Associazione italiana commercio estero) con la Direzione commercio estero Unione e la partecipazione di Agenzia delle Dogane e Schenker Italiana**

dell'Agenzia delle Dogane (e di Schenker Italiana Spa, multinazionale che opera nel settore delle spedizioni internazionali e della logistica), ha promosso in Unione un convegno sul tema "Tariffa doganale, Nomenclatura combinata e Informazioni tariffarie vincolanti (Itv) regole generali interpretative e strumenti a disposizione degli operatori" (vedi anche *Unioneinforma* di giugno a pagina 24 n.d.r.).

Claudio Rotti, presidente Aice, ha sottolineato l'importanza della collaborazione in atto con l'Agenzia delle Dogane

per supportare le aziende italiane che svolgono attività di importazione ed esportazione. Michele Branca, direttore regionale per la Lombardia

dell'Agenzia delle Dogane, ha evidenziato l'obiettivo dell'incontro: chiarire il corretto inquadramento di una merce secondo il codice di nomenclatura combinata, in base al quale si determinano, all'atto dell'importazione, i dazi, i tributi applicabili e i certificati richiesti; oppure, nel caso di esportazioni, le eventuali restrizioni.

Gli esperti dell'Area centrale Gestione tributi e rapporti con gli utenti dell'Agenzia delle Dogane, Paola Paliano e Luca Paternò, hanno illustrato dettagliatamente gli aspetti



**Nelle foto: panoramica dei partecipanti all'iniziativa svoltasi nella sala Orlando dell'Unione (in alto); Claudio Rotti, presidente Aice (a destra) e il direttore lombardo dell'Agenzia delle Dogane Michele Branca (qui sotto)**



generali e la struttura della Nomenclatura combinata partendo dalle regole generali interpretative della stessa per esporre quindi alcune sentenze della Corte di Giustizia Ue così come pareri del Comitato del Codice doganale.

La Nomenclatura combinata è la Nomenclatura tariffaria e statistica dell'Unione Europea e risponde, nel contempo, alle esigenze tariffarie ed a quelle del commercio estero della Comunità.

I relatori hanno più volte rilevato, anche attraverso esempi concreti, come le problematiche riscontrabili nell'applicazione di una Nomenclatura consistano essenzialmente in questioni di classificazione. La voce o sottovoce appropriata per ciascun prodotto dev'essere determinata in ragione delle informazioni disponibili e in applicazione del testo lega- ▶



**Veduta notturna di Shenzhen**

### Hong Kong e Shenzhen Dal 15 al 19 novembre missione in Cina con Aice

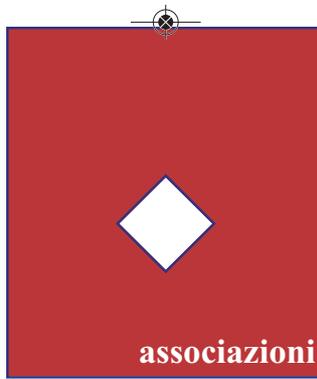
Dal 15 al 19 novembre Aice – in collaborazione con Promos (l'azienda speciale per l'internazionalizzazione della Camera di commercio milanese), Confapi, Spedapi e Alsea – promuove una missione imprenditoriale a Hong Kong e Shenzhen per conoscere il sistema logistico-infrastrutturale e

le opportunità che in termini di competitività possono derivare per l'import-export delle nostre imprese.

Gli operatori interessati a far parte della missione possono informarsi contattando Aice (027750320, riferimento: Pierantonio Cantoni).

**Unioneinforma**

settembre 2009



le delle voci, delle regole generali interpretative della Nomenclatura e, in ultimo, delle note esplicative appropriate. Nella seconda parte della giornata è intervenuta Teresa Currò della Direzione regionale per la Lombardia dell'Agenzia delle Dogane. Il suo intervento si è incentrato principalmente sulla presentazione dell'Istituto dell'informazione tariffaria vincolante (Itv), strumento fondamentale per assicurare un'uniformità di classificazione doganale in ambito comunitario. Sono state fornite nello specifico tutte le informazioni necessarie per una corretta compilazione del formulario di istanza, così come i relativi riferimenti normativi, i requisiti e i termini dell'istanza finalizzata al rilascio, le modalità per far valere le Itv presso le autorità doganali. Teresa Currò ha inoltre illustrato alcuni casi di Itv divergenti, ossia casi che prevedano una classificazione tariffaria difforme relativamente ad una medesima merce. A conclusione del convegno è stata presentata la banca dati Itv sul sito web della Commissione Europea e sono stati discussi alcuni esempi di Itv rilasciate nell'ambito territoriale della Direzione regionale per la Lombardia.

### Cambia nome Anpro

## Per i professionisti c'è "Italiaprofessioni"

**D**a Anpro a "Italiaprofessioni - Associazione dei Professionisti": è questo il nuovo nome dell'Associazione, aderente all'Unione, dei professionisti. L'assemblea dei soci (ordinaria e straordinaria) ha approvato all'unanimità le modifiche statutarie proposte ed eletto il nuovo Consiglio direttivo. Direttivo che ha successivamente eletto unanimemente Michele Giordano presidente e Adriano Pette non vicepresidente. Il Direttivo è completato da Giuseppe Lunetta, Orazio Compagnino, Elena Fiorani, Carlo Tagliabue, Gabriel Galuzzi.

**Michele Giordano**  
presidente

Italiaprofessioni, rileva il presidente Giordano

(che verrà intervistato nel prossimo numero del giornale n.d.r.), deve saper fare lobby e costituire un punto di riferimento - con il supporto dei servizi Unione - per l'attività del professionista e per chi intende avviare quest'attività.

I professionisti operano in più campi: il Direttivo di Italiaprofessioni è, ad esempio, rappresentativo di più settori: da quello finanziario e amministrativo, alla formazione, all'immagine, alla consulenza organizzativa e di direzione.

### Assonidi: il 10 ottobre in Unione corso biennale obbligatorio Haccp

Sabato 10 ottobre, presso la sala Turismo dell'Unione (corso Venezia 47/49 - dalle 9 alle 13), si terrà il corso obbligatorio Haccp (ex libretto sanitario) promosso da Assonidi, l'Associazione degli asili nido privati. La formazione è riservata ai nidi associati, ad un costo agevolato di 25 euro + Iva a persona e riguarda sia i rinnovi che il nuovo personale. Al termine del corso viene rilasciata regolare documentazione valida ai fini della normativa vigente.



Assonidi ricorda che la formazione è obbligatoria per il titolare in quanto responsabile del piano Haccp e per il personale che manipola o somministra alimenti nella struttura. Per maggiori informazioni rivolgersi alla segreteria Assonidi (Silvana): 02/5511642, e mail: segreteria.assonidi@unione.milano.it (M.D.)

### Segnaliamo che...



E' attivo [www.acadmilano.it](http://www.acadmilano.it) il sito internet di Acad, l'Associazione dei commercianti di animali domestici e toelette tori, che si sta arricchendo di un forum e di un'area riservata agli associati.



## Contratti atipici Indagine Asseprim

**M**isurare presso le aziende associate il livello di conoscenza ed applicazione dei contratti atipici; rilevarne il tipo

d'utilizzo rispetto ai tradizionali rapporti di lavoro; valutare le richieste di formazione del personale con contratto atipico. Sono gli obiettivi dell'indagine che Asseprim, l'Associazione dei servizi professionali alle imprese, ha commissionato ad Iri. Duecento le interviste realizzate con metodologia C.A.T.I. secondo un campionamento stratificato per settore d'atti-

**Realizzata da Iri.  
Il contratto a progetto  
la forma più diffusa:  
soprattutto  
nelle imprese con oltre  
15 dipendenti**

vità (nell'indagine i settori più rappresentati erano la consulenza aziendale, i servizi comunicazionali ed i servizi finanziari)

e dimensione dell'azienda (il 61% del campione era composto da imprese fino a 5 dipendenti).

Il 71 per cento degli intervistati ritiene che la diffusione dei contratti atipici possa generare una maggiore fluidità nel mercato del lavoro, ma la metà dei responsabili delle società coinvolte nell'indagine dichiara che non sono



**Umberto Bellini, presidente Asseprim**

presenti contratti atipici nell'azienda. Là dove sono applicati, il contratto a progetto è il più diffuso (37%) soprattutto nelle aziende con più di 15 dipendenti. Riguardo alle esigenze formative dei lavoratori atipici, prevalgono i corsi di lingue e l'informatica, ma non vi è ancora piena conoscenza dei bisogni formativi dei collaboratori. Il campione, infine, è abbastanza diviso sulla valutazione che il lavoratore atipico scelga volontariamente questo tipo di contratto perché meglio si adatterebbe alle proprie esigenze di vita e di lavoro. La pensa così il 45%; il 43% no.

# Faini = CASA

www.faini.it

PER RISOLVERE QUALSIASI ESIGENZA IMMOBILIARE

**VALUTAZIONE gratuita del Vostro immobile**

**COMPRAVENDITA E AFFITTO di Immobili Residenziali**

**CONSULENZA specializzata da professionisti della vendita**

Per Vendere, Affittare e Amministrare la TUA CASA

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

Comunicare il valore aggiunto  
Workshop  
il 29 settembre

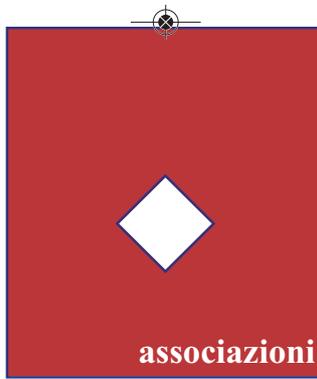


**In Unione (corso Venezia 47/49)**

*E' in programma martedì 29 settembre all'Unione di Milano (corso Venezia 47/49, sala Commercio, dalle ore 14) il workshop di Asseprim dal titolo: "Ragione e sentimento: creare e comunicare il valore aggiunto". Dopo l'apertura dei lavori di Umberto Bellini, presidente Asseprim, è Luciano Ziarelli, grande esperto di management emozionale, ad approfondire i temi del workshop: com'è cambiato il concetto di valore aggiunto nel mercato, cosa significa fare marketing (e chi lo deve fare), il fattore umano, il valore della squadra e i ruoli, le regole e la comunicazione del valore aggiunto.*

Per informazioni e iscrizioni contattare  
Asseprim: tel. 027750426,  
e mail: asseprim@unione.milano.it

**Unioneinforma**  
settembre 2009



## Mario Peserico confermato presidente di Assorologi

**R**innovate le cariche sociali di Assorologi, l'Associazione dei produttori e distributori di orologeria.

Il nuovo Consiglio direttivo dell'Associazione, eletto dall'assemblea, ha confermato per il quadriennio 2009 - 2012, l'ufficio di presidenza già precedentemente in carica.

Presidente di Assorologi è Mario Peserico, direttore generale di Eberhard Italia Spa, mentre Marcello Binda

come vicario (Binda Group) e Roberto Beccari (LVMH) conservano la carica di vicepresidenti.

Il nuovo Consiglio direttivo è



**Mario Peserico**

Stefano Corrado (Richemont Italia), Lucio Fedele (Ambre Italia), Annibale Masserini (Astrolabio), Domenico Pepe (Global Watch Industries), Elena Rusinenti (Rolex Italia).

completato da Stefano Abbati (Fossil Italia), Pietro Bolletta (Lorenz), Laura Burdese (The Swatch Group - Italia),

ricordiamo che...

**R**icordiamo che Fenacom 50& Più di Milano promuove la prima edizione del premio "Poeti e scrittori in Lombardia" il concorso letterario di poesia e prosa aperto a tutti coloro che abbiano compiuto 50 anni di età e risiedano sul territorio lombardo. Entro il 10 dicembre chi intende partecipare può inviare

## E' aperto il concorso letterario di poesia e prosa indetto da 50&Più Fenacom Lombardia

una propria lirica inedita, in lingua italiana, di non oltre 40 versi

*Può partecipare chi ha compiuto 50 anni di età e risiede in Lombardia.*

*Elaborati da inviare entro il 10 dicembre*

non superi le 5600 battute, spazi inclusi, alla segreteria del premio (corso Venezia 47/49 20121 Milano.



o un proprio scritto in

prosa, in lingua italiana, che

Per informazioni telefonare allo 027750222). Ogni candidato dovrà inviare, sia per la poesia che per la prosa, cinque copie del proprio elaborato (quattro anonime ed una con i propri dati - come specificato nel bando pubblicato a pagina 32 di Unioneinforma di luglio-agosto). Per l'invio farà fede la data del timbro postale. Le opere pervenute saranno giudicate da una giuria composta dai poeti e critici letterari Filippo Ravizza (presidente), Sebastiano Aglieco, Mauro Germani. Le decisioni della giuria sono inappellabili.

## Promosso da Erredieffe in collaborazione con Arle (erboristi) Medicina naturale: convegno in Unione il 16 ottobre

*In collaborazione con Arle, Associazione regionale lombarda erboristi, nell'ambito delle iniziative di "Sapere. Il sapore del sapere", Erredieffe (tel. 0266114397) promuove in Unione il 16 ottobre (corso Venezia 49, ore 14) il convegno "Medicina naturale a difesa dell'uomo V. Naturopatia e erboristeria". Con il presidente di Arle Francesco Novetti intervengono i naturopati Gian Luigi Benni e Milena Simeoni; Luciano Pecchiai (primario patologo dell'ospedale Buzzi e professore di alimentazione e medicina naturale, direttore del Centro di eubiotica umana di Milano); Mila Speciani (esperta nella cura degli animali). Ospite di quest'appuntamento Elisa Ferrario che presenterà Idea Gioco.*



**Unioneinforma**

settembre 2009

# IL NEGOZIO SI ILLUMINA RISPARMIANDO ENERGIA.



## UNA GAMMA COMPLETA DI LAMPADE FLUORESCENTI COMPATTE A RISPARMIO ENERGETICO\*

- potenze ridotte
- consumi molto contenuti
- emissione limitata di calore
- elevata qualità della luce

**ECCO LA RIVOLUZIONE MEGAMAN PER IL MONDO DELL'ILLUMINAZIONE!**



**GX 53**

Un faretto piatto, sobrio, per una luminosità gradevole senza essere troppo intensa.



**GU10**

Il primo e più imitato faretto GU10 con una luminosità performante. La tecnologia Ingenium prolunga la sua durata fino a 15.000 ore di utilizzo.



**R7S**

Sostituisce le lampade alogene a doppio attacco e non crea problemi di surriscaldamento.

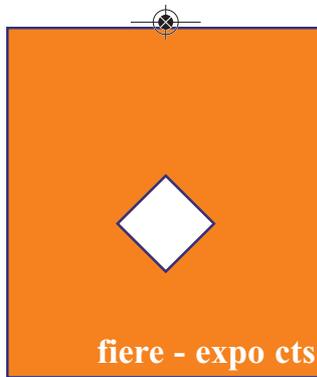
*\*A parità di ore di utilizzo le lampade Megaman consentono un risparmio economico pari all'80% rispetto alle lampade ad incandescenza.*

Megaman è distribuito da:  
La Filometallica tel. 02 55210995

[www.megaman.it](http://www.megaman.it)

*Better Ideas! Better Life!*

**MEGAMAN®**  
Energy Saving Lamps



In Fiera a Rho-Pero (pad. 18) dal 23 al 27/10  
**Ad Host 2009**  
 il "Villaggio del caffè"

**A**ltoga, l'Associazione torrefattori lombardi, presenta - in occasione di Host 2009, il salone dell'ospitalità professionale (promosso da Fiera Milano Expects) in programma da venerdì 23 a martedì 27 ottobre in Fiera a Rho-Pero - in collaborazione con Aicaf (Accademia italiana maestri del caffè) ed Assofood (l'Associazione milanese dei dettaglianti alimentari Unione), "Il Villaggio del Caffè" (presso il padiglione 18). E' uno spazio di 700 mq intera-

cacao/ciocolato al Bar: ricette per golosi di cioccolato" (con Icam); "Gli accessori: partner indispensabili per la creatività dei baristi" (con Motta); "Nuove idee per presentare un espresso" (con Lux-Mok'Idea); "Quando spazzolare non basta: cura e mantenimento delle attrezzature di caffetteria" (con Asachimici-Puly Caff); "Vetro e caffè: l'impiego del vetro nei caffè speciali" (presenta Rastal).

**Alla rassegna di Fiera Milano Expects iniziative e concorsi con Assofood (con il Gruppo gelatieri Alga) ed Aicaf (Accademia maestri del caffè)**

fetteria: i partecipanti provenienti da tutta Italia si sfideranno nella realizzazione dell'espresso migliore, del cappuccino più cremoso e

del cocktail al caffè più originale. Seguirà la premiazione del vincitore (alle ore 17). Al gelato, al caffè ovviamente, sarà dedicato il lunedì con il concorso Cono d'Oro, giunto alla 34° edizione, realizzato da Assofood Gruppo gelatieri Alga di Milano e provincia: l'obiettivo della giuria sarà di incoronare il migliore gelato al caffè.

Infine, per tutta la durata di Host, sarà possibile muoversi nella Piazza e nel Giardino del caffè, passeggiando tra piante di caffè, osservando il lavoro di artisti di coffee painting e opere in tema caffè (con materiali come la



mente dedicato al mondo del caffè, composto di un'area eventi dove si terranno corsi e concorsi dedicati al mondo del caffè - in

particolare al caffè espresso - e dove ci saranno un'area relax e caffè e la "Piazza del Caffè", un'oasi di verde dove si potrà camminare e imparare a conoscere le piante del caffè.

Gli eventi saranno distribuiti all'interno delle giornate di venerdì 23 e martedì 24: una quindicina di interventi-seminari tenuti dalle aziende partner Altoga che offriranno contributi e proposte per il mondo del bar. Ecco alcuni dei seminari che saranno realizzati: "Il

allo svolgimento di tre concorsi: il concorso Fruit Cup 2009, il 1° Gran premio di caffetteria e il concorso Cono d'Oro.

Sabato 24 con il concorso Fruit Cup 2009, sarà possibile osservare alcuni artisti d'intaglio frutta all'opera: i concorrenti del concorso dovranno realizzare in un'ora e mezza vere e proprie sculture di frutta dedicate al mondo del caffè

utilizzando solamente frutta verdura e la loro abilità. La domenica - 25 ottobre - sarà dedicata interamente al caffè con lo svolgimento del Gran premio concorso di caf-

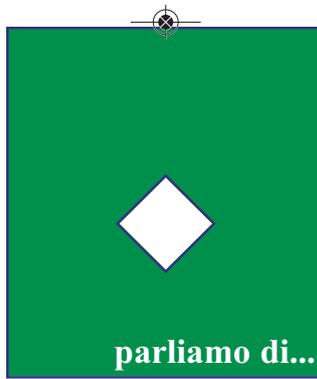


juta o grani di caffè).

All'interno dell'area relax e caffè sarà inoltre possibile osservare l'esposizione di attrezzature e macchinari, e degustare una delle miscele dei soci Altoga messe a disposizione dalle torrefazioni associate.

**B.B**

**Unioneinforma**  
 settembre 2009



Dino Vanni

## Basta "risparmio tradito" Ora c'è chi spiega i tuoi diritti

**S**i chiama "Associazione per la tutela del cittadino risparmiatore" ed è stata costituita a Milano da pochi mesi. L'indirizzo e il riferimento telefonico sono riportati nel banner dell'Associazione riprodotto nella pagina di fronte. L'email è, invece: [tutela.risparmiatore@fiscali.it](mailto:tutela.risparmiatore@fiscali.it).  
"L'idea di quest'Associazione - spiega il vicepresidente, avvocato Dino Vanni - nasce da una constatazione: il corto circuito informativo fra utente

risparmiatore ed intermediario finanziario".

Risultato pratico: investimenti proposti come sicuri - Cirio, Parmalat, Argentina ecc. - e che poi non lo sono, o più semplicemente condizioni gravose e inaccettabili nel rapporto banca- cliente.

"L'intermediario finanziario - spiega Vanni - è tenuto ad obblighi di forma e informativi". Un investimento in uno strumento finanziario dev'essere sempre fatto per iscritto pena la sua nullità e nel contratto dev'essere presente la clausola

**A Milano è l'Associazione per la tutela del cittadino risparmiatore"**

di recesso.

Riguardo agli obblighi informativi "Il Testo unico finanziario - prosegue Vanni - stabilisce che l'intermediario deve agire con diligenza, trasparenza, correttezza. E si deve organizzare per ridurre al minimo il conflitto d'interesse. E il regolamento Consob (la Commissione Nazionale per le Società e la Borsa, l'autorità a cui è preposto il controllo del mercato mobiliare n.d.r.) stabilisce che la banca deve sempre informare il cliente sull'investimento che sta per compiere, deve assumere

►



**SINCERT**



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



**Unione**  
COMMERCIO TURISMO SERVIZI PROFESSIONI - MILANO

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

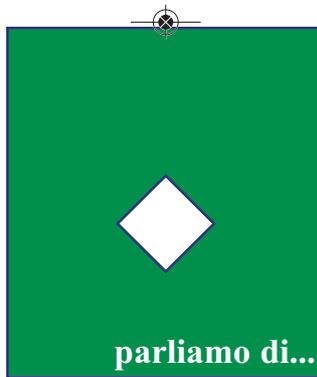
**CLUB DELLA SICUREZZA**

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

**CLUB SERVIZI INNOVATIVI**

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

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



**La consulenza gratuita a tutela del risparmio tradito**

E' stata costituita l' "Associazione per la tutela del cittadino risparmiatore" al fine di tutelare in ogni forma i risparmiatori che hanno subito danni nei servizi di investimento proposti dalle banche (Cirio, Parmalat, Argentina, Lehman Brothers, Assicurazioni Bancarie ecc. ) ovvero nell'operatività bancaria (anaticismo, conto corrente, revoca dei fidi, usura, mutui ecc.).

L'Associazione si avvale della collaborazione di avvocati e commercialisti specializzati che vi forniranno pareri gratuiti sull'opportunità o meno di promuovere vertenze legali contro istituti bancari per chiedere il risarcimento del danno e/o la restituzione di somme indebitamente pagate.

telefona allo: 02.89052718

**CONTATTACI** tutelarismarimatore@tiscali.it

ASSO TUTELA RISPARMIO  
L'associazione ha sede in Milano, Corso Monforte n. 50  
C.F. : 97524770159

se sul proprio istituto di credito. Risparmiatori non informati dei loro diritti e di quello che, invece, avrebbero potuto ottenere facendo causa alla loro banca". "La nostra Associazione - afferma Vanni - interviene proprio per far chiarezza su questo tipo di situazioni. Diamo una prima consulenza gratuita ed eventualmente siamo a disposizione con avvocati specializzati convenzionati con

Da una sentenza della Corte di Cassazione (sezione I civ.) del 25 giugno 2008

*"In tema di servizi di investimento, la banca intermediaria, prima di effettuare operazioni, ha l'obbligo di fornire all'investitore una formazione adeguata in*

*concreto, tale cioè da soddisfare le specifiche esigenze del singolo rapporto, in relazione alle caratteristiche personali e alla situazione finanziaria del cliente; e, a fronte di un'operazione non adeguata...può darvi corso soltanto a seguito di un ordine impartito per iscritto dall'investitore in cui sia fatto esplicito riferimento alle avvertenze ricevute. All'operatività di detta regola - applicabile anche quando il servizio fornito dall'intermediario consista nella esecuzione di ordini - non è di ostacolo il fatto che il cliente abbia in precedenza acquistato un altro titolo a rischio...perché ciò non basta a renderlo operatore qualificato ai sensi della normativa regolamentare dettata dalla Consob".*

informazioni sulla propensione al rischio dell'investitore ed emettere una valutazione d' "adeguatezza". L' "inosservanza del combinato disposto di questi obblighi porta alla risoluzione del contratto con conseguente risarcimento dei danni. Fatta la legge, dove sta l'inganno? "L'inganno - risponde Vanni - è nel dislivello informativo fra l'intermediario e il proprio cliente. Il mercato dell'utente finale - il risparmiatore - è stato invaso da titoli che gli istituti di credito non potevano più tenere nel

loro portafoglio. Nel caso dei bond argentini 150.000 risparmiatori hanno dato la delega per un arbitrato internazionale mirato ad ottenere il recupero delle somme investite, ma a condizione che non ci si rivaless-

l'Unione. Ci sono tante persone che hanno ancora in portafoglio titoli da "rottamare" ed hanno paura dei tempi e dei costi della giustizia: noi li informiamo su quello che possono fare".

## 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

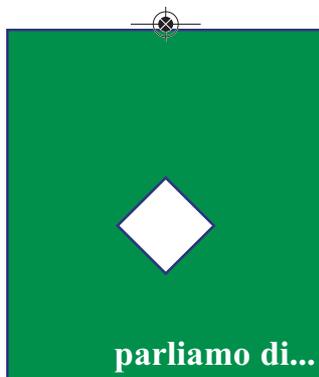
REDAZIONE  
Federico Sozzani  
corso Venezia 47/49  
20121 Milano

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.

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

**Unioneinforma**  
settembre 2009



*Progressiva la messa al bando, da parte dell'Unione Europea, dei tradizionali prodotti ad incandescenza e alogeni*

## Lampade a basso consumo ed alta efficienza Investimento ripagato dal risparmio energetico

da 5 a 10 volte, delle lampade tradizionali".

costo energetico, per l'azienda, di 2.400 euro (che diventano poco meno di 3.000 considerando anche il risparmio per minore entità di funzionamento dell'impianto di condizionamento. E' diminuita la dissipazione del calore emesso dalle lampade, con la conseguente riduzione della necessità di raffreddamento dei locali. Ed oltretutto, con il minor calore delle lampade, non si produce alcun danno ai gioielli ed alle pietre). "Ma la

**E**nergia elettrica: un costo importante per gli esercizi commerciali. Ed occorre cominciare ad entrare nell'ordine d'idee che già da quest'autunno, fino all'autunno del 2011, sarà progressiva la messa al bando, da parte dell'Unione Europea, delle tradizionali lampade ad incandescenza e alogene che sono pertanto destinate ad uscire dalla produzione.

Ora sono in commercio e vengono utilizzate con sempre maggiore diffusione le lampade ad alta efficienza e a basso consumo: lampade che naturalmente costano di più rispetto a quelle tradizionali "ma il cui basso consumo - rileva l'ingegner Gianmarco Rivoli, esperto del settore - determina, per tutto il periodo della loro durata di vita, una riduzione dell'assorbimento di energia elettrica di 4 o 5 volte rispetto alle corrispondenti lampade tradizionali. Inoltre queste lampade ad alta efficienza hanno una durata di vita di gran lunga superiore,

Insomma: l'investimento iniziale si ripaga in un tempo ragionevole e diventa un risparmio perché nei successivi esercizi si riduce fortemente il consumo d'energia "aumentando o mantenendo inalterate - aggiunge Rivoli - le performance d'illuminazione nel negozio". Con l'ingegner Rivoli (attraverso l'azienda Filometallica che com-

### Un caso concreto: la Gioielleria Mario Buccellati a Milano

mercializza le lampade ad alta efficienza prodotte dalla Megaman) arriva un esempio concreto: l'intervento effettuato a Milano dalla Gioielleria Mario Buccellati in via Montenapoleone. La sostituzione delle lampade con prodotti ad alta efficienza nelle vetrine espositive e all'interno dell'esercizio commerciale ha consentito un risparmio giornaliero di 33,9 kilowattora (annuo di 9.627 kilowattora) che si traduce in un minor



Gioielleria Mario Buccellati - spiega Rivoli - dà anche un rilevante contributo all'ambiente". Si riduce, infatti, l'immissione di gas ad effetto serra: 3,37 tonnellate in meno di anidride carbonica all'anno. "Da qui - conclude l'ingegner Rivoli - l'importanza di valorizzare il sostegno creditizio ad un investimento utile per le imprese e con un valore aggiunto ambientale".

**Unioneinforma**  
settembre 2009

# AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE



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



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

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

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

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

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

# Fondo Est compie 2 anni

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

## Nessuno è come Fondo Est



## Fondo Est

assistenza sanitaria integrativa  
commercio turismo servizi e settori affini

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