

Dal prossimo numero

DISPENSE AL CENTRO DEL GIORNALE

MILANO E IL COMMERCIO

LA STORIA RACCONTATA DALLE IMPRESE

Le testimonianze di chi, in tanti anni, ha saputo lavorare e rinnovarsi senza perdere la propria identità. Iniziativa promossa dalla Commissione cultura Unione ed attuata grazie alla collaborazione del Centro per la cultura d'impresa



Nella foto: Bottigliera "con bigliardo" e Privativa M. Froisi, viale Lombardia (1925) dalla locandina della mostra per il cinquantenario dell'Epam "I Pubblici esercizi a Milano", Fiera di Milano, 10-14 novembre 1995

Salvaguardare la memoria storica del commercio a Milano. Quella che, con *UnioneInforma*, si compirà dal prossimo numero – con un inserto al centro del giornale, molto curato nella grafica e nella scelta delle immagini, che ci accompagnerà per i mesi a venire e che avrà un suo carattere editoriale autonomo (l'obiettivo è quello di raccogliere queste dispense per realizzare una pubblicazione) – non è certo un'operazione di nostalgia, ma il riconoscimento a quelle imprese che, nel tempo, hanno saputo adeguare la loro attività imprenditoriale.

Quest'iniziativa – ispirata da un'idea di **Giorgio Montingelli**, consigliere Unione delegato ai problemi del territorio – viene promossa dalla Commissione cultura dell'Unione, presieduta da **Maria Antonia Rossini** ed attuata grazie alla collaborazione con il Centro per la cultura d'impresa diretto dal professor **Giuseppe Paletta**.

Il titolo che raccoglierà queste testimonianze i lettori del giornale lo scopriranno nel prossimo numero con l'avvio degli inserti.

"Le nostre imprese – afferma il presidente della Commissione cultura Unione **Maria Antonia Rossini** – pur nelle modifiche imposte dal mutare della società, operano sul territorio urbano da sempre. Perché allora non ricordare quelle che, tradizionali, ma attente ai passaggi sociali, hanno saputo con grande flessibilità adeguarsi senza perdere l'identità?"

"Il commercio – spiega **Montingelli** – guida l'evoluzione della città ed è giusto che attraverso *UnioneInforma* – che dev'essere il giornale di noi commercianti, quindi con contenuti che interessino alla platea dei lettori – sia dato risalto alla caratteristica che qualifica e distingue, anche dal punto di vista sociale, il commercio tradizionale: il rapporto con il cliente".

"Il racconto dell'esperienza di alcuni decenni di attività – aggiunge il professor **Paletta**, coordinatore e responsabile dell'iniziativa e al quale è affidata la realizzazione delle interviste agli imprenditori e, grazie al loro contributo degli imprenditori, la scelta iconografica – non intende essere un

riconoscimento, pur doveroso, al valore dell'anzianità anagrafica di un singolo esercizio commerciale. La durata di un'impresa nel tempo testimonia la capacità di un imprenditore, e spesso della sua famiglia, di saper costantemente reinterpretare l'evoluzione dei bisogni espressi dalla città. Tutto questo, lo si intuisce facilmente, è molto di più di un singolo percorso imprenditoriale. Rappresenta un frammento della storia del costume della città all'interno della quale il negozio è componente essenziale: per la qualità del vivere civile, l'arredo e il decoro urbano".

"Per questa via – rileva il direttore del Centro per la cultura d'impresa – la storia dell'imprenditore diventa lo specchio – o la vetrina, se vogliamo usare una facile metafora – attraverso cui guardare alla più ampia vicenda della nostra collettività".

"Noi dell'Unione – conclude **Maria Antonia Rossini** – dobbiamo saper valorizzare quello spirito di appartenenza e di orgoglio che tanta parte, ad esempio, ha avuto nella ricostruzione, in breve tempo, di una città distrutta dalla guerra. Per avere un futuro, dobbiamo quindi ritrovare la nostra storia, il nostro passato. In questo modo ricostruiremo anche la storia di Milano, città di commerci fin dalla sua fondazione e, sono sicura, ritroveremo una parte di noi stessi insieme alle vicende che il presente tenta di cancellare".