

con altrettanta chiarezza che le aziende — grandi, medie e piccole — invocano un progetto complessivo e proporzionato a quello più saldo, rispetto a quelli incerti, instabili, contraddittori, talvolta lungo la strada dello sviluppo. «Milano», ha risposto, «è un interesse di tutti. Una sorta di autorità sono insediata nell'area metropolitana. Una sorta di autorità sono le parti in grado di coagulare le energie, razionalizzare gli impegni e dare attuazione a un piano di crescita. Quello che impone l'area metropolitana è un interesse politico. Cioè un interesse di tutti. La lettera che ne danno i partecipanti al forum è convergente. Perché è convergente l'analisi. «Già spontaneamente — assicura Michele

Infrastrutture
Milesi: strade che frenano lo sviluppo

MILANO — «L'anno scorso volevamo costruire una piccola lettona per scaricare i camion al porto. Una struttura da 12 milioni. Il Comune di Rho ci ha chiesto 15 milioni tra oneri di urbanizzazione e altre tasse locali. Una situazione avvilente. Abbiamo rinunciato».

Quisquile? Micca tanto. Soprattutto se di faterelli (filuminanti) come questo, una piccola azienda come la Vernici Egido. Milesi, di Rho appunto, ne colleziona tanti, in un anno. Tanti da far dire all'amministratore delegato Giovanni Milesi, figlio del fondatore: «È difficile lavorare in questo contesto. E difficile continuare dovendo ogni giorno combattere con un'amministrazione pianificata che non sa fare una buona pianificazione finanziaria. E il grave è che quando, per miei colleghi o dei miei amici imprenditori non è un problema diffuso in tutti gli altri comuni dell'area milanese, da Busio d'Astasio a Lamate, da nord a sud, da est a ovest».

Infrastrutture, servizi, amministrazione locale: Milano non brilla per la qualità dell'offerta e dei programmi. E quindi, non aiuta Milesi, se lo si prova, è un funzionario in piena efficienza e racconta di ordinaria inefficienza. «Ogni anno — continua — la mia azienda paga al Comune 8,5 milioni di tasse rifiuti. Giusto. Se non fosse che il Comune, per noi, non smaltisce in pratica neppure un sacchetto di buccia di banana. Sia che si tratti di rifiuti tossico-nocivi, sia che si tratti di rifiuti speciali o assimilabili agli urbi, non smaltiamo tutto, dico tutto, con una società di servizi privata. E sensa tutto questo?».

Non è finita. «Abbiamo realizzato un sopralceco in ferro nel ma-

gazzino. Costo? Quattro milioni. Oneri comuniati? Quasi sette milioni. E quelli opere sono state coltivate. Ma ancora oggi riscaldiamo con il gas di città, perché il metano non è mai arrivato».

È tutto questo si aggiunge ad altri fattori negativi, più generali, come la rete stradale: «Siamo fortunati — spiega Milesi — perché, anche senza collegamento diretto, viviamo in un'area di forte sviluppo. Siamo a soli 500 metri dalla tangenziale: sono passati quasi trent'anni, ma quella bretella è ancora sulla carta». Un altro esempio? «Nell'88 abbiamo costruito un capannone nuovo per il magazzino. Una lettera del Comune, allora, ci aveva informato di un programma di metanizzazione che sarebbe stato completato en-

tra il '91. Così, abbiamo scelto un impianto di riscaldamento a metano. Ma ancora oggi riscaldiamo con il gas di città, perché il metano non è mai arrivato».

È tutto questo si aggiunge ad altri fattori negativi, più generali, come la rete stradale: «Siamo fortunati — spiega Milesi — perché, anche senza collegamento diretto, viviamo in un'area di forte sviluppo. Siamo a soli 500 metri dalla tangenziale: sono passati quasi trent'anni, ma quella bretella è ancora sulla carta». Un altro esempio? «Nell'88 abbiamo costruito un capannone nuovo per il magazzino. Una lettera del Comune, allora, ci aveva informato di un programma di metanizzazione che sarebbe stato completato en-

tra il '91. Così, abbiamo scelto un impianto di riscaldamento a metano. Ma ancora oggi riscaldiamo con il gas di città, perché il metano non è mai arrivato».

È tutto questo si aggiunge ad altri fattori negativi, più generali, come la rete stradale: «Siamo fortunati — spiega Milesi — perché, anche senza collegamento diretto, viviamo in un'area di forte sviluppo. Siamo a soli 500 metri dalla tangenziale: sono passati quasi trent'anni, ma quella bretella è ancora sulla carta». Un altro esempio? «Nell'88 abbiamo costruito un capannone nuovo per il magazzino. Una lettera del Comune, allora, ci aveva informato di un programma di metanizzazione che sarebbe stato completato en-

tra il '91. Così, abbiamo scelto un impianto di riscaldamento a metano. Ma ancora oggi riscaldiamo con il gas di città, perché il metano non è mai arrivato».

È tutto questo si aggiunge ad altri fattori negativi, più generali, come la rete stradale: «Siamo fortunati — spiega Milesi — perché, anche senza collegamento diretto, viviamo in un'area di forte sviluppo. Siamo a soli 500 metri dalla tangenziale: sono passati quasi trent'anni, ma quella bretella è ancora sulla carta». Un altro esempio? «Nell'88 abbiamo costruito un capannone nuovo per il magazzino. Una lettera del Comune, allora, ci aveva informato di un programma di metanizzazione che sarebbe stato completato en-

MILANO — Il riassetto internazionale ha confermato la superiorità del gruppo in tutto il mondo. Nel primo semestre del '91, il fatturato pro forma di Pharmacia & Upjohn nel 1995 ha raggiunto gli 11 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

A questo si è arrivati per gradi. L'inizio porta la firma della Farmacia & Upjohn, l'acquisto della parte rimanente della Pharmacia & Upjohn. Nel '90, si è esser stato per questo, per la presenza di investimenti in Pharmacia, che subito le aveva

za giornata, per consegnare migliaia di litri a soli 50-60 chilometri di distanza dal centro di Milano. Malgrado tutto la Vernici Egido Milesi cresce e produce utili per 16 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

A questo si è arrivati per gradi. L'inizio porta la firma della Farmacia & Upjohn, l'acquisto della parte rimanente della Pharmacia & Upjohn. Nel '90, si è esser stato per questo, per la presenza di investimenti in Pharmacia, che subito le aveva

za giornata, per consegnare migliaia di litri a soli 50-60 chilometri di distanza dal centro di Milano. Malgrado tutto la Vernici Egido Milesi cresce e produce utili per 16 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

A questo si è arrivati per gradi. L'inizio porta la firma della Farmacia & Upjohn, l'acquisto della parte rimanente della Pharmacia & Upjohn. Nel '90, si è esser stato per questo, per la presenza di investimenti in Pharmacia, che subito le aveva

za giornata, per consegnare migliaia di litri a soli 50-60 chilometri di distanza dal centro di Milano. Malgrado tutto la Vernici Egido Milesi cresce e produce utili per 16 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

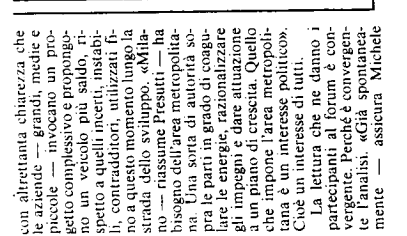
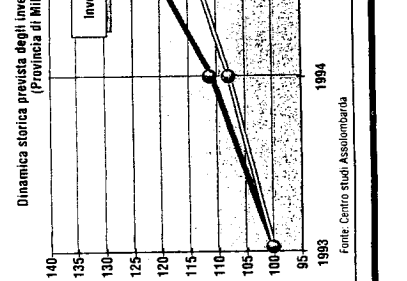
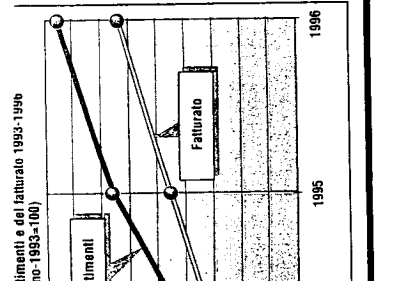
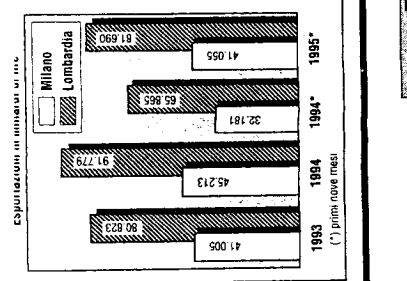
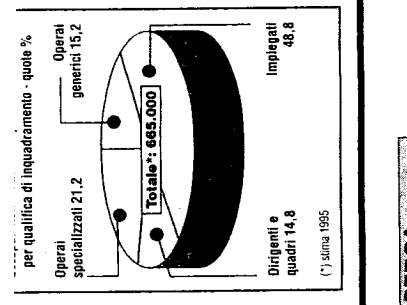
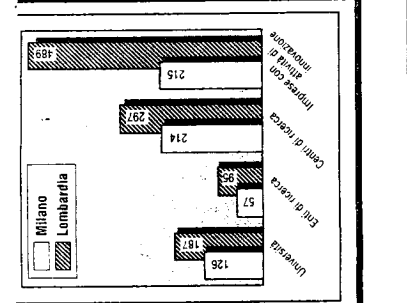
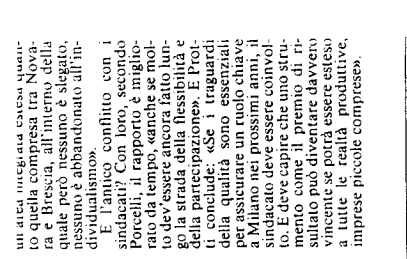
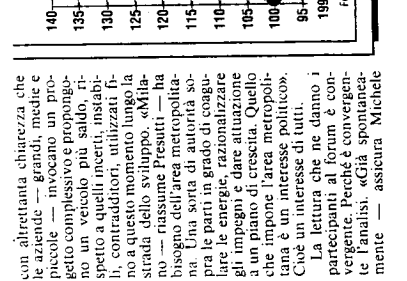
A questo si è arrivati per gradi. L'inizio porta la firma della Farmacia & Upjohn, l'acquisto della parte rimanente della Pharmacia & Upjohn. Nel '90, si è esser stato per questo, per la presenza di investimenti in Pharmacia, che subito le aveva

za giornata, per consegnare migliaia di litri a soli 50-60 chilometri di distanza dal centro di Milano. Malgrado tutto la Vernici Egido Milesi cresce e produce utili per 16 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

A questo si è arrivati per gradi. L'inizio porta la firma della Farmacia & Upjohn, l'acquisto della parte rimanente della Pharmacia & Upjohn. Nel '90, si è esser stato per questo, per la presenza di investimenti in Pharmacia, che subito le aveva

za giornata, per consegnare migliaia di litri a soli 50-60 chilometri di distanza dal centro di Milano. Malgrado tutto la Vernici Egido Milesi cresce e produce utili per 16 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

A questo si è arrivati per gradi. L'inizio porta la firma della Farmacia & Upjohn, l'acquisto della parte rimanente della Pharmacia & Upjohn. Nel '90, si è esser stato per questo, per la presenza di investimenti in Pharmacia, che subito le aveva



di Massimo Bongiovanni

È più flessibile, più attento alle esigenze dei clienti. Più sensibile a valutare i progetti, piuttosto che a misurare gli immobili in garanzia. Così, con la programmazione a lungo termine, la determinazione a non arrendersi e, perché no?, il concreto supporto delle "piccole" banche, la Cesare Albertini è ritornata a produrre utili. «Quest'anno — anticipa Gabriele Albertini — arriveremo a 15 miliardi di fatturato. Con 60 dipendenti, cinque in più dell'anno scorso. A dimostrazione che gli investimenti, alla fine, riescono sempre a ricreare posti di lavoro». «Il grande italiano di Milano», dice il finanziere, «con loro non sono mai riuscito a stabilire un rapporto di reale collaborazione. La grande banca con la piccola impresa non riesce a dialogare. Meglio la provincia. Meglio il direttore della banca locale accanto al stabilimento».

Il riassetto internazionale ha confermato la superiorità del gruppo in tutto il mondo. Nel primo semestre del '91, il fatturato pro forma di Pharmacia & Upjohn nel 1995 ha raggiunto gli 11 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

Il riassetto internazionale ha confermato la superiorità del gruppo in tutto il mondo. Nel primo semestre del '91, il fatturato pro forma di Pharmacia & Upjohn nel 1995 ha raggiunto gli 11 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

Il riassetto internazionale ha confermato la superiorità del gruppo in tutto il mondo. Nel primo semestre del '91, il fatturato pro forma di Pharmacia & Upjohn nel 1995 ha raggiunto gli 11 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

Il riassetto internazionale ha confermato la superiorità del gruppo in tutto il mondo. Nel primo semestre del '91, il fatturato pro forma di Pharmacia & Upjohn nel 1995 ha raggiunto gli 11 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

Il riassetto internazionale ha confermato la superiorità del gruppo in tutto il mondo. Nel primo semestre del '91, il fatturato pro forma di Pharmacia & Upjohn nel 1995 ha raggiunto gli 11 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

Il riassetto internazionale ha confermato la superiorità del gruppo in tutto il mondo. Nel primo semestre del '91, il fatturato pro forma di Pharmacia & Upjohn nel 1995 ha raggiunto gli 11 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

Il riassetto internazionale ha confermato la superiorità del gruppo in tutto il mondo. Nel primo semestre del '91, il fatturato pro forma di Pharmacia & Upjohn nel 1995 ha raggiunto gli 11 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

Il riassetto internazionale ha confermato la superiorità del gruppo in tutto il mondo. Nel primo semestre del '91, il fatturato pro forma di Pharmacia & Upjohn nel 1995 ha raggiunto gli 11 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

Il riassetto internazionale ha confermato la superiorità del gruppo in tutto il mondo. Nel primo semestre del '91, il fatturato pro forma di Pharmacia & Upjohn nel 1995 ha raggiunto gli 11 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

Il riassetto internazionale ha confermato la superiorità del gruppo in tutto il mondo. Nel primo semestre del '91, il fatturato pro forma di Pharmacia & Upjohn nel 1995 ha raggiunto gli 11 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

Il riassetto internazionale ha confermato la superiorità del gruppo in tutto il mondo. Nel primo semestre del '91, il fatturato pro forma di Pharmacia & Upjohn nel 1995 ha raggiunto gli 11 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

Il riassetto internazionale ha confermato la superiorità del gruppo in tutto il mondo. Nel primo semestre del '91, il fatturato pro forma di Pharmacia & Upjohn nel 1995 ha raggiunto gli 11 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

Il riassetto internazionale ha confermato la superiorità del gruppo in tutto il mondo. Nel primo semestre del '91, il fatturato pro forma di Pharmacia & Upjohn nel 1995 ha raggiunto gli 11 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

Il riassetto internazionale ha confermato la superiorità del gruppo in tutto il mondo. Nel primo semestre del '91, il fatturato pro forma di Pharmacia & Upjohn nel 1995 ha raggiunto gli 11 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

Il riassetto internazionale ha confermato la superiorità del gruppo in tutto il mondo. Nel primo semestre del '91, il fatturato pro forma di Pharmacia & Upjohn nel 1995 ha raggiunto gli 11 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

Il riassetto internazionale ha confermato la superiorità del gruppo in tutto il mondo. Nel primo semestre del '91, il fatturato pro forma di Pharmacia & Upjohn nel 1995 ha raggiunto gli 11 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

Il riassetto internazionale ha confermato la superiorità del gruppo in tutto il mondo. Nel primo semestre del '91, il fatturato pro forma di Pharmacia & Upjohn nel 1995 ha raggiunto gli 11 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

Il riassetto internazionale ha confermato la superiorità del gruppo in tutto il mondo. Nel primo semestre del '91, il fatturato pro forma di Pharmacia & Upjohn nel 1995 ha raggiunto gli 11 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

Il riassetto internazionale ha confermato la superiorità del gruppo in tutto il mondo. Nel primo semestre del '91, il fatturato pro forma di Pharmacia & Upjohn nel 1995 ha raggiunto gli 11 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

Il riassetto internazionale ha confermato la superiorità del gruppo in tutto il mondo. Nel primo semestre del '91, il fatturato pro forma di Pharmacia & Upjohn nel 1995 ha raggiunto gli 11 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.

Il riassetto internazionale ha confermato la superiorità del gruppo in tutto il mondo. Nel primo semestre del '91, il fatturato pro forma di Pharmacia & Upjohn nel 1995 ha raggiunto gli 11 miliardi di lire (+44%), con una spesa per ricerca e sviluppo pari al 18% del fatturato. Gli investimenti della divisione italiana, invece, raggiungeranno il 31% del giro d'affari.