

# Unione

*informa*



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA  
MILANO • LODI • MONZA E BRIANZA

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



*Reti d'impresa nel terziario  
L'indagine TradeLab  
Confcommercio Lombardia*

*Contrasto alla ludopatia  
e corsi di formazione:  
il grande impegno  
di sistema associativo  
e imprese*

*Circolo del Commercio di Milano:  
tornano "Le Sale dell'Arte"*





## COSA SERVE ALLA TUA ATTIVITÀ ?



**APRIRE UN'ATTIVITÀ**   **CONTRATTI E LAVORO**   **BANDI, CREDITO**  
**E FINANZIAMENTI**   **SUPPORTO FISCALE E LEGALE**   **FORMAZIONE**  
**E COMMERCIO ESTERO**   **IMPRESA E PERSONA**   **IMPRESA E ISTITUZIONI**

**www.unionemilano.it**  
**TUTTO NUOVO, UTILE E SEMPRE CON TE**



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



## 140 caratteri di confcommercio



**Carlo Sangalli** - Presidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza

Rilanciare Expoincittà è come dire che, dopo Expo, Milano ha ancora il coraggio di pensarsi e pensare in grande, in uno slogan: [#theplacetobe](#)



C I T  
E X T  
P O À

2016

#MilanoaPlaceToBE

L'iniziativa promossa da Comune e Camera di Commercio milanese ritorna durante i sei mesi della XXI Esposizione Internazionale della Triennale (dal 2 aprile al 12 settembre) e in tutti i weekend nei restanti periodi dell'anno



“Con la nuova ExpoinCittà Milano ha iniziato a costruire il suo futuro dopo Expo 2015. Alla base di questo format di successo c'è l'alleanza tra Comune e Camera di Commercio che ha realizzato un modo innovativo di attrarre, strutturare e collegare le iniziative su tutto il territorio milanese. ExpoinCittà, infatti, ha saputo coinvolgere non solo il centro, ma anche le periferie e l'intera area metropolitana con ricadute positive per l'economia e il sistema imprenditoriale. Oggi, grazie anche all'Esposizione Universale, Milano è una città più globale e attrattiva, una città dove esserci anche in futuro e ExpoinCittà dovrà essere lo strumento di marketing territoriale più importante per vincere questa nuova sfida” ha affermato il presidente della Camera di Commercio di Milano (e Confcommercio) **Carlo Sangalli**.

Da sinistra Filippo Del Corno (assessore alla Cultura del Comune di Milano), il sindaco di Milano Giuliano Pisapia e il presidente della Camera di Commercio di Milano (e di Confcommercio) Carlo Sangalli, alla conferenza di presentazione, a Palazzo Marino, delle iniziative 2016 di ExpoinCittà (foto di Itala Naso)

## ExpoinCittà continua #MilanoaPlaceToBE

“ExpoinCittà è un altro successo del Sistema Milano. Il lavoro di squadra paga, i numeri lo confermano. Ecco perché Comune e Camera di Commercio rilanciano: ExpoinCittà sarà uno strumento strategico per il futuro della città attraverso un coordinamento ancora più stretto e la semplificazione amministrativa dello sportello unico. Obiettivo: rendere la città metropolitana sempre viva, piena di proposte e affascinante. Il luogo dove essere nel 2016 e negli anni a venire, sette giorni su sette” ha dichiarato il sindaco di Milano città metropolitana **Giuliano Pisapia**.

Continua in questo 2016 ExpoinCittà, l'iniziativa promossa da Comune e Camera di Commercio di Milano che, con l'hashtag #MilanoaPlaceToBE, accompagnerà Milano città metropolitana durante i sei mesi della XXI Esposizione Internazionale della Triennale in programma dal 2 aprile al 12 settembre e in tutti i weekend ▶

nei restanti periodi dell'anno. A Palazzo Marino il sindaco Giuliano Pisapia e il presidente della Camera di Commercio di Milano (e di Confcommercio) Carlo Sangalli hanno presentato le nuove iniziative con l'assessore alla Cultura del Comune di Milano Filippo Del Corno.

E' intervenuto anche il presidente della Triennale Claudio De Albertis. Durante i mesi dell'Esposizione Universale milanese oltre 11 milioni di persone, nella città metropolitana, hanno partecipato alle iniziative realizzate sotto il segno di ExpoInCittà.

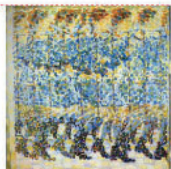
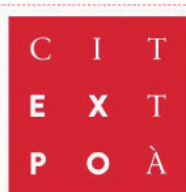
ExpoInCittà – #MilanoaPlaceToBE propone un modello di valorizzazione e promozione coordinata delle iniziative di interesse culturale, commerciale e turistico che la città metropolitana offre, facilitando l'incontro tra l'offerta di eventi e iniziative con la domanda di fruitori, cittadini e turisti. Attraverso lo Sportello Unico Manifestazioni, nato proprio in occasione di ExpoInCittà, gli operatori milanesi potranno essere accompagnati nell'acquisizione di autorizzazioni e permessi per l'uso degli spazi pubblici, mentre sul sito [expoincitta.com](http://expoincitta.com), è sempre attiva la piattaforma gratuita e georeferenziata in cui sono censiti 967 luoghi e spazi (826 dei quali a Milano e 141 nell'hinterland) proposti da privati e da enti pubblici, all'aperto e al chiuso, per realizzare iniziative che, per entrare a far parte del programma di ExpoInCittà #MilanoaPlaceToBE, devono esse-

re proposte attraverso la compilazione di un form (già attivo) sul sito [expoincitta.com](http://expoincitta.com) e poi approvate dal Comitato di Coordinamento di ExpoInCittà. Attraverso il sito web, i social network e le pubblicazioni, ExpoInCittà - #MilanoaPlaceToBE permette di conoscere in tempo reale, giorno per giorno, mese per mese, tutte le attività in programma.

Per facilitare la ricerca e l'orientamento nelle proposte, le iniziative sono raggruppate in dieci parole chiave che rappresentano altrettanti filoni tematici: Arte, Città mondo, Feed the planet, Kids, Media, Milano Creativa, Scienza e tecnologia, Solidarietà e no profit, Spettacolo, Well being. Online, sempre sul sito [expoincitta.com](http://expoincitta.com), anche il bando per la ricerca di sponsor per ExpoInCittà – #MilanoaPlaceToBE.

## Le icone di ExpoInCittà

Così come per ExpoInCittà, sei nuove icone d'arte saranno la cornice di racconto di ExpoInCittà – #MilanoaPlaceToBE durante il semestre della 21a Triennale, ma quest'anno le icone vengono scelte dal pubblico tra 25 capolavori custoditi nei musei milanesi attraverso un sondaggio online (fino al 29 febbraio) sul sito [expoincitta.com](http://expoincitta.com).



Giacomo Balla,  
*Ragazza che corre sul balcone*,  
1912, Museo del Novecento



Giovanni Bellini,  
*Pietà*, 1470,  
Pinacoteca di Brera



Umberto Boccioni,  
*Rissa in galleria*, 1910,  
Pinacoteca di Brera



Donato Bramante,  
*Cristo alla colonna*, 1490,  
Pinacoteca di Brera



Antonio Canova,  
*Ebe*, 1796,  
Galleria d'Arte Moderna



Caravaggio,  
*Il cesto di frutta*, 1599-1600,  
Pinacoteca Ambrosiana



Leonardo da Vinci,  
*Ritratto di musico*, 1485,  
Pinacoteca Ambrosiana



Giorgio De Chirico,  
*I bagni misteriosi*, 1973,  
Triennale



Piero della Francesca,  
*Ritratto di donna*, 1475,  
Casa Museo Poldi Pezzoli



Piero della Francesca,  
*La pala di Montefeltro*, 1472,  
Pinacoteca di Brera



Lucio Fontana,  
*Struttura al neon*, 1951,  
Museo del Novecento



Vincenzo Foppa,  
*Madonna con bambino*, 1480,  
Castello Sforzesco



Francesco Hayez,  
*Ritratto di Alessandro Manzoni*,  
1841, Pinacoteca di Brera



Gerolamo Induno,  
*Carrozzone delle ferrovie nord*, 1885,  
Gallerie d'Italia



Angelo Inganni,  
*Interno del Duomo di Milano*,  
1844, Gallerie d'Italia



Jannis Kounellis,  
*La rosa nera*, 1964,  
Museo del Novecento



Lorenzo Lotto,  
*Ritratto di giovane con libro*,  
1526, Castello Sforzesco



Bernardino Luini,  
*Ciclo di affreschi*, XVI sec.,  
Chiesa di San Maurizio Maggiore



Andrea Mantegna,  
*Il Cristo morto*, 1475-1478,  
Pinacoteca di Brera



Pablo Picasso,  
*Femme nue*, 1907,  
Mudec



Arnaldo Pomodoro,  
*Il disco*, 1980,  
Piazza Meda



Gaetano Previati,  
*La danza delle ore*, 1899,  
Gallerie d'Italia



Giulio Cesare Procaccini,  
*Pietà*, 1620,  
Museo Diocesano



Alberto Savinio,  
*Annunciazione*, 1932, Casa  
Museo Boschi-Di Stefano



Giovanni Segantini,  
*Le due madri*, 1889,  
Galleria d'Arte Moderna



*Nella sede milanese di Confcommercio testimonianza di imprenditrici e imprenditori della propria esperienza di rete e consegna dei riconoscimenti, da parte della Confcommercio lombarda, alle 23 reti d'impresa più attive*

## Reti d'impresa: il punto con Confcommercio Lombardia

**C**rescono in Lombardia le reti d'impresa. Nel 2015 (fonte: Unioncamere Lombardia) sono state circa 500 le imprese lombarde

che hanno stipulato un contratto di rete portando a 2.435 il numero complessivo delle imprese lombarde in rete (sulle 13mila italiane: la Lombardia è la prima regione per numero di imprese in rete: doppia quasi l'Emilia Romagna). Dopo l'agricoltura (+35%) è il settore dei servizi (+24%) ad aver registrato la crescita più intensa dei contratti di rete. Milano è l'area con il maggior numero di imprese coinvolte (835). E nella sede milanese di Confcommercio "Insieme, protagonisti della ripresa. Storie di Reti del Terziario" è l'evento sulle reti di impresa (vedi anche *Unioneinforma* di gennaio a pag. 20 n.d.r.) organizzato da

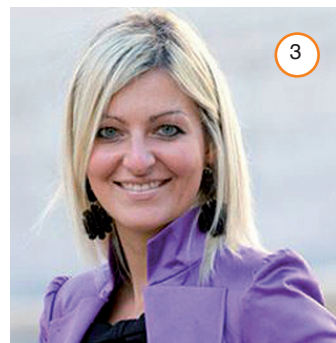
Confcommercio Lombardia con la presentazione dell'indagine TradeLab commissionata dalla Confcommercio lombarda sulle aspettative e i risultati delle imprese che hanno intrapreso percorsi di aggregazione di rete. Evento aperto da Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio e dal presidente di Regione

Lombardia Roberto Maroni. Con gli interventi di Renato Borghi (vicepresidente vicario della Confcommercio lombarda) e Luca Zanderighi (professore ordinario di Economia e gestione delle imprese dell'Università degli Studi di Milano, che ha presentato i dati dell'indagine "Reti d'impresa: aspettative e risultati". Da tre imprenditori, poi, una testimo-

nianza diretta della propria esperienza di rete (Dario Bossi con la rete "Photop"; Luigino Poli con la rete degli albergatori "La Milano che conviene" e Diana Da Ros con "MB Circle" ed "MB Wedding"). L'incontro, moderato da Oscar Giannino, si conclude con la consegna, da parte di Confcommercio Lombardia, di un riconoscimento alle 23 reti di impresa più attive di commercio, turismo e servizi.



**A Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio e Roberto Maroni, presidente di Regione Lombardia, l'apertura dei lavori dell'iniziativa di Confcommercio Lombardia sulle reti d'impresa**



**I testimonial dell'evento sulle reti d'impresa del terziario di Confcommercio Lombardia: Dario Bossi con la rete "Photop" (foto 1); Luigino Poli con la rete degli albergatori "La Milano che conviene" (foto 2) e Diana Da Ros con "MB Circle" ed "MB Wedding" (foto 3)**

## L'indagine TradeLab-Confcommercio Lombardia: le reti d'impresa funzionano

L'indagine TradeLab-Confcommercio Lombardia ha coinvolto imprenditrici e imprenditori del terziario che, nell'ultimo triennio, hanno costituito e/o sono entrati a far parte di una rete d'impresa: nel complesso 21 reti d'impresa.

### Identikit delle aziende nelle reti d'impresa

Dall'indagine emerge come l'86% delle aziende inserite in una rete d'impresa operi in Lombardia: il 36% a Milano e area metropolitana, quasi il 30% a Monza Brianza. In prevalenza sono imprese che appartengono al settore del commercio (45%), seguite dai servizi (25%) e dal turismo (22%). E sono soprattutto pmi: il 56% ha meno di 5 addetti e il 19% occupa almeno 10 persone. Il fatturato dichiarato (dato 2014) è inferiore ai 500mila euro per il 51% delle imprese mentre il 28% dichiara un fatturato di oltre 1 milione di euro. Dal punto di vista della composizione giuridica, il 45% delle aziende nelle reti d'impresa è una società di capitali; il 33% una società di persone e il 22% è costituito da ditte individuali.

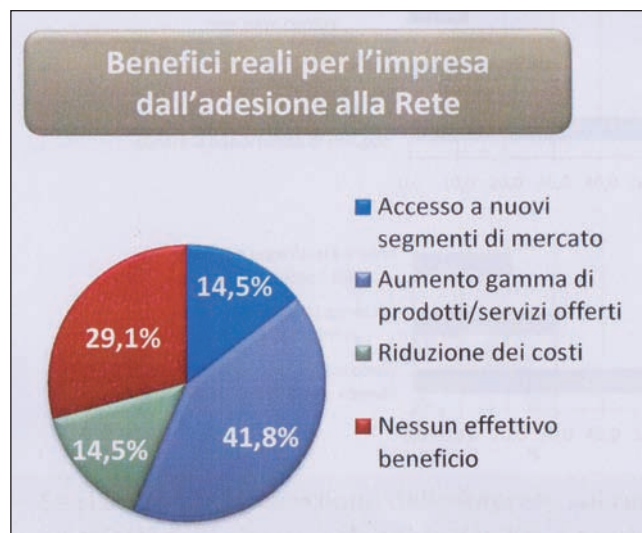
La rete d'impresa coinvolge in maniera significativa le imprese più giovani: quasi il 40%, infatti, svolge la propria attività da meno di 15 anni e tra di esse il 14% ha iniziato ad operare dopo il Duemila. Nel 70% dei casi il titolare dell'azienda che fa parte di una rete d'impresa è uomo. Un quarto degli imprenditori ha meno di 50 anni e il 25% ha conseguito una laurea o un master: essenzialmente fra quelli più giovani.

Ma che caratteristiche hanno le aziende che fanno parte di una rete d'impresa? Il 63% delle imprese è indipendente, il 37% partecipa o è partecipato finanziariamente da altre imprese. Chi opera in una rete d'impresa è in genere comunque già abituato ad avere legami con altre realtà del territorio: il 42% fa parte di un Distretto e il 16% di un consorzio.

### Reti d'impresa: le loro caratteristiche

Le reti d'impresa sono giovani: costituite per oltre il 90% tra il 2014 e il 2013 (l'adesione delle imprese a una rete ha di fatto coinciso con la costituzione della rete stessa). E sono "formali": l'86% delle imprese ha infatti stipulato un contratto di rete (più del 62% di chi attualmente fa invece parte di reti "informali" non ritiene sia necessario stipulare nel prossimo futuro un contratto di rete).

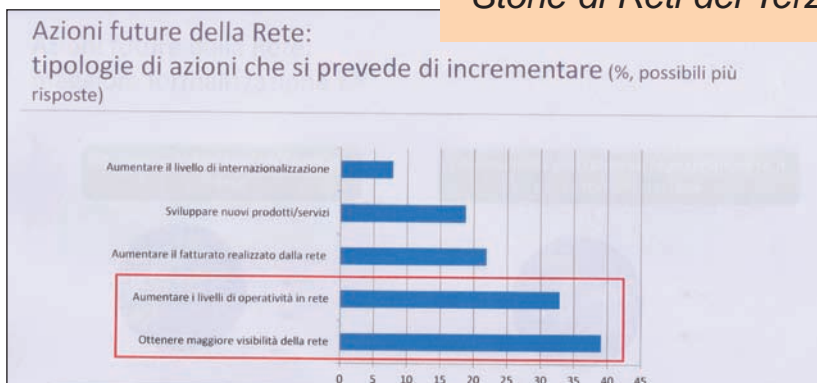
Poco più del 28% delle imprese fa parte di una rete d'impresa con un fondo patrimoniale comune e personalità giuridica; quasi il 22% a una rete con un fondo patrimoniale comune e circa il 36% a una rete "light" (senza fondo patrimoniale comune e personalità giuridica). Le imprese sono comunque più



interessate a consolidare l'esperienza di rete con una maggiore condivisione di azioni e cultura manageriale piuttosto che a costituire un modello contrattuale più "hard" (con un fondo patrimoniale comune).

Le imprese che aderiscono al contratto di rete hanno un elevato grado di collaborazione: il 60% svolge attività in comune e il 31% ha comunque una

### L'evento "Insieme, protagonisti della ripresa. Storie di Reti del Terziario"



frequente consultazione con le altre aziende. E' ancora molto limitata la presenza di un manager di rete. Le reti d'impresa sono per lo più di piccole e medie dimensioni – il 47% con meno di 5 imprese e il 49% con più di 10 – e sono in particolare localizzate a Milano area metropolitana (quasi

il 62%) e nelle altre zone della Lombardia (poco più del 27%).

### L'adesione a una rete d'impresa

Perché, per le imprese del terziario, si aderisce a una rete d'impresa (risposte multiple nell'indagine)? Il 76% per politiche di marketing e di comunicazione in comune, il 54% per sviluppare nuovi prodotti/servizi. Molto importante anche la riduzione dei costi operativi (acquisti in comune, razionalizzazioni della struttura dei costi) sottolineata da circa un terzo delle imprese.

Le maggiori difficoltà che si incontrano nell'avvio della rete riguardano, da un lato, i diversi adempimenti amministrativi necessari (30%) e, contestualmente, reclutare e coinvolgere le imprese (28%). Un aspetto, quest'ultimo, sentito in partico-

segue a pag. 6

segue da pag. 5

lare nel settore commerciale: bene, quindi (e importante, rileva Confcommercio Lombardia, può essere in questo senso il ruolo del sistema associativo) iniziative territoriali che favoriscono incontro e confronto fra potenziali partecipanti a una rete.

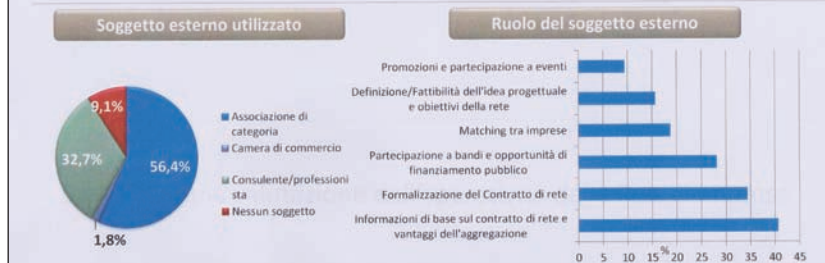
Il ruolo dell'associazione di rappresentanza e di categoria è importante, assieme alle imprese, anche nel predisporre un contratto di rete giudicato molto e/o abbastanza complesso da oltre l'80% delle imprese. Più del 56% degli imprenditori si rivolge alle associazioni per chiedere supporto nello start up della rete. Significativo anche il coinvolgimento di consulenti/figure professionali (più del 32%). Supporto in particolare per il contratto di rete (informazioni 40% e formalizzazione il 34%).

Poi il matching tra imprese (19%) e la definizione degli obiettivi della rete (16%).

### Funzionano le reti d'impresa?

Le reti d'impresa funzionano: oltre i due terzi degli imprenditori dichiarano di aver ricevuto un beneficio effettivo con l'adesione alla rete. Il beneficio riguarda soprattutto l'aumento della gamma di prodotti/servizi offerti (42%) e la riduzione dei costi o la possibilità di accedere a nuovi segmenti di mercato (assieme il 28%). Per il 47% delle imprese l'adesione alla rete è stata in linea con le attese. Più del 23% ritiene di aver avuto effetti superiori alle aspettative mentre il 29% si attendeva di più. Con riguardo all'organizzazione aziendale interna e allo sviluppo di nuove opportunità di mercato, il giudizio positivo è di circa la metà delle imprese.

## Lo start up della Rete di imprese: soggetto esterno e ruolo



### Reti d'impresa e banche

E' un punto ancora critico: solo 15% ritiene che l'adesione alla rete d'impresa abbia effettivamente migliorato il livello di solidità finanziaria e affidabilità nei rapporti con gli istituti di credito.

### Cosa si vuol fare con la rete d'impresa

Nelle azioni future emerge soprattutto la necessità di consolidare il livello di operatività delle imprese in rete (33%) ed è sentita l'esigenza di una maggiore visibilità esterna della rete stessa (quasi il 40%).

### Le reti d'impresa e la sfida futura. Il ruolo delle associazioni

Per Confcommercio Lombardia il giudizio sui dati emersi dall'indagine è complessivamente positivo: dopo una prima iniziale sperimentazione, gran parte delle imprese sembra pronta ad affrontare il consolidamento della rete d'impresa e del suo progetto strategico. Occorre, però, accrescere il livello di cultura manageriale e rafforzare la governance delle reti. E le associazioni d'impresa – conclude Confcommercio Lombardia – hanno, in questo processo, un ruolo decisivo.

## I riconoscimenti alle reti d'impresa di Milano area metropolitana, Monza Brianza, Lodi

### Milano area metropolitana

**ALBERGHI "LA MILANO CHE CONVIENE"** - La rete è composta da 15 alberghi che offrono a turisti, visitatori e operatori economici - tramite un sito web dedicato - informazioni su percorsi e servizi di accoglienza e intrattenimento.

**PHOTOP** - Riunisce 20 imprese di vendita al dettaglio di prodotti fotografici. È la prima rete di impresa nel mercato, a livello nazionale, del foto-digital imaging.

**SYMBIOS** - La rete riunisce 8 imprese ed offre servizi integrati di turismo tecnico-scientifico nei settori della filiera agroalimentare, della green chemistry (chimica ecologica), delle scienze della vita e, più in generale, della bioeconomia.

**HUBIT** - Un network di 4 aziende specializzate nell'uso delle tecnologie digitali che offre ai clienti App realizzate con sofisticati strumenti utilizzando anche il Sistema E015.

**COMVERGO** - Rete composta da tre imprese: un'agenzia di comunicazione e marketing digitale, un'agenzia di trade e retail marketing e un'agenzia indipendente di marketing e di comunicazione di relazione.

**ALL IN ONE GROUP** - Rete composta da 12 imprese, operativa nell'organizzazione di eventi. Le aziende che compongono la rete sono in grado di coprire l'organizzazione di un evento in tutti i suoi aspetti: comunicazione, web design, ufficio stampa, pubblicità, pubbliche relazioni, ecc.

**TECNOSHOP 2015** - Rete composta da 5 realtà operative nei settori dello sviluppo di hardware e software per migliorare la gestione

### Monza Brianza

**MB CIRCLE** - Un gruppo d'imprenditori con una storia commerciale consolidata in diversi settori per rilanciare l'economia dei negozi tradizionali più antichi di Monza.

**MB WEDDING** - Rete composta da 10 imprese che offre servizi legati all'organizzazione del matrimonio. La rete organizza, inoltre, eventi privati e pubblici supportando anche l'organizzazione di manifestazioni della rete MB Circle da cui è nata.

**RETE DEL DISTRETTO "VIVI SEREGNO"** - È uno strumento operativo innovativo nato da un'idea di Confcommercio e condivisa dall'Amministrazione comunale. Si tratta di una rete operativa all'interno di Distretto del Commercio di Seregno ed è lo strumento tramite cui il Distretto realizza eventi e iniziative.

integrata delle vendite nel retail e per attuare efficaci campagne di marketing.

**LEONARDO NETWORK** - Rete di aziende attive nel campo della comunicazione, degli eventi e della tecnologia, capace di gestire eventi e campagne di comunicazione per clienti nazionali e internazionali.

**PMG FILIERA MODA** - Rete d'impresa operativa nell'ideazione, produzione e commercializzazione di nuovi prodotti e servizi nel settore dell'abbigliamento e degli accessori per l'alta moda. La rete si pone l'obiettivo di internazionalizzare i propri prodotti.

**ITALY&YOU** - Rete di oltre 120 imprese italiane che presentano un'offerta turistica di elevato livello qualitativo e competono nei mercati internazionali con un unico brand garantito da un protocollo qualitativo condiviso.

### Lodi

**UN PO' DELLA BASSA** - Percorso enogastronomico con valorizzazione delle piste ciclabili locali. Un "viaggio" alla scoperta, o riscoperta, del territorio della Bassa Lodigiana dove il visitatore può apprezzare le tradizioni agricole, culturali, e i percorsi immersi nella natura, gustando una buona cucina presso i 6 ristoranti promotori che offrono un servizio con un ottimo rapporto qualità/prezzo. Completa l'iniziativa la possibilità di percorrere le numerose piste cicloturistiche della zona.



## A Cernobbio (Villa d'Este) il 18 e 19 marzo torna il **Forum** **Confcommercio**

Il 18 e il 19 marzo torna a Cernobbio (Como), a Villa d'Este, il Forum organizzato da Confcommercio con Ambrosetti: "I protagonisti del mercato e gli scenari per gli anni 2000" con il confronto tra mondo politico, accademico, istituzionale e

imprenditoriale sui temi di maggiore impatto per l'economia globale e la società nel suo complesso.



*Lettera al Papa del presidente dell'Associazione milanese Giorgio Pellegrini (e risposta del Vaticano)*



**Giorgio Pellegrini, presidente dell'Associazione macellai di Milano**

## L'orgoglio dei macellai per le parole di Papa Francesco

News in occasione dell'incontro, a fine 2015, con i "Pueri cantores". Un particolare che non è sfuggito a Giorgio Pellegrini, presidente dell'Associazione milanese macellai (e componente di Consiglio direttivo e Giunta esecutiva di Confcommercio, Milano, Lodi, Monza e Brianza). Pellegrini, a gennaio, ha scritto a Papa Francesco, sottolineando le parole del Pontefice "cariche della forza emozionale che...riempiono d'orgoglio non solo chi oggi ad Ella si sta umilmente rivolgendo, ma l'intera categoria dei macellai". "Sapere di aver la stima" ha scritto Pellegrini o "di essere semplicemente nei pensieri di chi, come Ella, Sua Santità, dà segnali concreti e decisivi, per il consolidamento e l'affermazione dei valori dell'essere, dell'uomo in quanto tale, dà un'energia, una vitalità, che spinge ad affrontare la quotidianità senza il timore del domani". E monsignor Peter B. Wells (Segreteria di Stato del Vaticano) ha scritto a Pellegrini: "Sua Santità, a mio mezzo, desidera manifestarLe cordiale gratitudine per il premuroso gesto e per i sentimenti di filiale venerazione che lo hanno suggerito..."

“**Q**uand'ero piccolo cosa sognavo di diventare? Andavo spesso con la nonna e la mamma a fare la spesa. Non c'erano i supermarket, c'era il mercato per la strada con i banchi della verdura e del pesce. Un giorno a casa, a tavola, mi fecero questa domanda. Sapete cosa ho detto? Il macellaio". Ha risposto così Papa Francesco alla domanda di un bimbo come ha documentato Rai

zione dei valori dell'essere, dell'uomo in quanto tale, dà un'energia, una vitalità, che spinge ad affrontare la quotidianità senza il timore del domani". E monsignor Peter B. Wells (Segreteria di Stato del Vaticano) ha scritto a Pellegrini: "Sua Santità, a mio mezzo, desidera manifestarLe cordiale gratitudine per il premuroso gesto e per i sentimenti di filiale venerazione che lo hanno suggerito..."

**MILANO: IN VIA GOZZI 1 LA NUOVA SEDE ASSOFERMET** - Nuova sede a Milano per Assofermet (l'Associazione delle imprese del commercio, della distribuzione e della prelaborazione di prodotti siderurgici, dei commercianti in metalli non ferrosi, in rottami ferrosi e delle imprese di distribuzione della ferramenta): in via Gaspare Gozzi 1 (quarto piano – scala B) nella zona corso Plebisciti-piazzale Susa (adiacente alla sede Assofermet, per il parcheggio, l'Autosilo Susa). Non cambiano recapiti telefonici (0276008824-07), fax (02781027) ed email (assofermet@assofermet.it).





**Promo.Ter** Unione

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



UNI EN ISO 9001:2008  
CERTIFICATO n°628



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

## LE NOSTRE PAROLE CHIAVE ... ... PER LA SICUREZZA



### **SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO**

(D.lgs. 81/08)  
Tel 02 77.50.590/591  
[club.sicurezza@unione.milano.it](mailto:club.sicurezza@unione.milano.it)

### **IGIENE DEGLI ALIMENTI**

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

### **PRIVACY**

(Trattamento dati D.lgs. 196/03)  
Tel 02 77.50.590/591  
[club.privacy@unione.milano.it](mailto:club.privacy@unione.milano.it)

## ... PER L'INNOVAZIONE

### **QUALITA'**

(Sistema gestione qualità aziendale)  
Tel 02 77.50.590/591  
[club.qualita@unione.milano.it](mailto:club.qualita@unione.milano.it)

### **ENERGIA & AMBIENTE**

(Risparmio Energetico e Servizi Ambientali)  
Tel 02 77.50.590/591  
[club.energia@unione.milano.it](mailto:club.energia@unione.milano.it)



**Club della Sicurezza/Club Servizi Innovativi:**

Via Marina 10 - 20121 Milano

Tel 02 77.50.590/591 - Fax 02 77.50.895

Con le Associazioni territoriali di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, Epam (Associazione milanese dei pubblici esercizi) e il supporto tecnico e formativo del Capac Politecnico del Commercio

## Contrasto alla ludopatia e obblighi formativi I risultati di un grande impegno associativo per le imprese

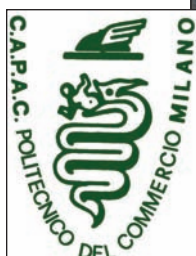
**H**anno avuto un importante riscontro presso gli esercizi interessati le iniziative sul contrasto alla ludopatia promosse nel nostro territorio dal sistema associativo Confcommercio. Un adempimento, quello degli obblighi formativi – con l'impegno delle Associazioni territoriali di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e

Brianza e di Epam (l'Associazione milanese dei pubblici esercizi) e il supporto tecnico e formativo del Capac Politecnico del

Commercio - affrontato dalle imprese con serietà e responsabilità per un fenomeno sociale grave. Ed è stato anche generato un buon ritorno in termini associativi con l'acquisizione complessiva di oltre 1.100 nuove imprese associate. Ricordiamo che la legge di Regione Lombardia (8/2013) ha posto a carico dei titolari degli esercizi dove sono installate le slot machine l'obbligo di seguire un percorso formativo per poter gestire consapevolmente situazioni e criticità connesse alla ludopatia. Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, in considerazione della delicatezza della questione, aveva perciò avviato un processo di confronto e collaborazione con le Asl (con la realizzazione di apposite convenzioni) per condividere i contenuti dei corsi destinati agli operatori



	Corsi	Partecipanti
Milano città	19	619
Provincia di Milano	79	2249
Lodi	10	286
Monza	24	705
<b>Totale</b>	<b>132</b>	<b>3859</b>



*Serietà e responsabilità degli operatori nell'affrontare un fenomeno sociale grave. Acquisizione di nuovi soci*



**I vicepresidenti di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Carlo Alberto Panigo (competenza per le province – qui sopra) e Lino Stoppani (presidente di Epam, l'Associazione milanese dei pubblici esercizi – a fianco)**

con docenti esperti. Inoltre, in partnership con le varie Amministrazioni comunali e le Asl coinvolte, è stata consegnata



agli operatori, dalle Associazioni territoriali Confcommercio, una lettera informativa relativa all'obbligatorietà della formazione. E ai frequentatori dei corsi è stata data una vetrofania (foto) da esporre nel proprio esercizio. Si è infine realizzato anche un libro (redatto dal dottor Alfio Lucchini) per illustrare il progetto formativo.

**CONVENZIONI RISERVATE  
AI SOCI. AGGIORNAMENTI  
CONTINUI SUL SITO.**

**PER LA TUA ATTIVITÀ  
E LA TUA FAMIGLIA**



**CONDIZIONI  
ESCLUSIVE**

**ESCLUSIVA**

**NUOVE  
CONVENZIONI**

**PROMOZIONI  
SEMPRE  
AGGIORNATE**



**[www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it)**  
TUTTO NUOVO, UTILE E SEMPRE CON TE



**Unione**  
**CONFCOMMERCIO**  
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA



*Iniziativa in collaborazione con le Associazioni territoriali Confcommercio di Rho, Bollate, Magenta (e Busto Arsizio)*

## Ai Comuni le competenze sulle **agenzie di viaggio** In Confcommercio Legnano il workshop per formare i **Suap dell'Alto Milanese**

Un incontro, quello promosso dall'Associazione territoriale Confcommercio di Legnano con il coinvolgimento delle Associazioni territoriali Confcommercio di Rho, Bollate e Magenta (e, al di fuori dell'area metropolitana milanese, anche dell'Associazione di Busto Arsizio), che ha avuto una forte partecipazione e si è trasformato in un vero e proprio workshop formativo per i Suap (Sportelli unici attività produttive) dei Comuni rafforzando il ruolo di interlocuzione del sistema associativo nei confronti delle Amministrazioni locali. L'iniziativa svoltasi a Legnano – supportata nel contatto con la Regione da Confcommercio Lombardia - ha avuto per tema le competenze per le agenzie di viaggio che, con la nuova legge regionale sul turismo, sono ora in capo ai Comuni: sono stati

illustrati linee guida e documenti pratico-operativi. Un workshop – lo rileva con soddisfazione Paolo Ferrè, presidente della Confcommercio di Legnano – molto concreto ed apprezzato dagli operatori dei Suap. Ampio il

*Importante ruolo di raccordo e interlocuzione del sistema associativo con le Amministrazioni locali*

numero dei Comuni dell'Alto Milanese presenti all'incontro. Con Legnano, c'erano i rappresentanti dei Comuni di Busto Garolfo, Canegrate, Cerro Maggiore, Nerviano, Rescaldina, San Giorgio su Legnano, San Vittore Olona, Arconate, Bernate, Buscate, Casorezzo, Cuggiono, Magnago, Castano Primo, Dairago, Inveruno, Parabiago, Robbечchetto, Fagnano Olona, Senago, Garbagnate, Vanzaghello, Paderno Dugnano, Olgiate, Bollate, Novate.



**Paolo Ferrè, presidente dell'Associazione territoriale Confcommercio di Legnano**  
(foto di Benedetta Borsani)



## Abbategrasso e il **Premio Italo Agnelli** Appuntamento il 10 marzo per la seconda edizione

La seconda edizione del Premio in memoria di Italo Agnelli (Italo Agnelli - foto - è stato presidente della Confcommercio abbatense e storico segretario della stessa) avrà luogo ad Abbiategrasso giovedì 10 marzo alle 21 presso l'ex Convento dell'Annunciata.

Sarà l'occasione, rileva l'Associazione territoriale Confcommercio di Abbiategrasso, per conferire una serie di onoreficenze ad eccellenze locali e nazionali, con particolare riguardo al comparto commerciale.

Nel corso della serata (a invito) vi saranno ospiti musicali e autorità del mondo della cultura e della politica.

# Con EBiTer Milano formazione per le imprese: i prossimi appuntamenti

**S**egnaliamo, per le imprese associate di Milano, Monza e Brianza, in regola con la contribuzione a EBiTer, l'Ente Bilaterale del Terziario, alcuni interventi formativi (a partire dalla metà di marzo):

- 15 e 22 marzo: "Fare business con i social media" (16 ore);
- 29 marzo e 5 aprile: "La comunicazione al telefono e il telemarketing" (16 ore);
- 20 e 27 aprile: "Public speaking in english" (16 ore);
- 26 aprile, 3 e 10 maggio: Excel intermedio/avanzato (24 ore - con test di valutazione).

I corsi si svolgono a Milano presso la Scuola Superiore, in viale Murillo 17, dalle 9 alle 18.

Nell'Area Formazione del sito della Confcommercio milanese ([www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it)) sono indicati i programmi in dettaglio. Per le iscrizioni occorre inviare la scheda di adesione (segnalando il corso prescelto e i dati dei partecipanti) a [iniziative.formazione@unione.milano.it](mailto:iniziative.formazione@unione.milano.it).



## Dal 14 al 21 marzo

**D**opo il buon esito della prima serie di iniziative, torna "Fai la mossa giusta per diventare imprenditore" (vedi *Unioneinforma* di dicembre 2015 a pag. 13 n.d.r.) con un nuovo ciclo di seminari promosso da Confcommercio Milano (Direzione rete organizzativa) per un'ampia partecipazione da parte di aspiranti e neoimprenditori. Il secondo ciclo di seminari si svolge il 14, 15 (giornata intera), 16 e 21 marzo (mezza giornata al mattino).

Ecco i temi di questa seconda edizione:

- 1) Analisi del mercato di riferimento e del territorio
- 2) Business plan e sostenibilità economica
- 3) Aprire un'attività
- 4) Il fisco nell'impresa e i sistemi di contabilità
- 5) Le regole fiscali sui costi aziendali
- 6) Il contratto di affitto e di trasferimento d'azienda - profili civilistici e fiscali
- 7) La disciplina della privacy in azienda
- 8) Il mercato del lavoro e la gestione del personale dopo il Jobs Act e la Legge di Stabilità
- 9) E-commerce: il commercio elettronico b2c (business to consumer) – profili fiscali e gestionali
- 10) Le vendite straordinarie in Lombardia
- 11) Crescere all'estero: come sfruttare le opportunità offerte dai mercati internazionali
- 12) A, B, C degli scambi intracomunitari di beni e servizi



## "FAI LA MOSSA GIUSTA PER DIVENTARE IMPRENDITORE" Secondo ciclo di appuntamenti

Promosso da Confcommercio Milano  
(Direzione rete organizzativa).  
Info e iscrizioni su [www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it)  
(dall'home page)



Come nell'edizione precedente, vengono raccolte le iscrizioni ai seminari (i vari moduli sono indipendenti uno dall'altro) attraverso un form on line presente nella sezione dedicata all'iniziativa e accessibile dall'homepage del sito Unione ([www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it)) cliccando sulla mattonella "FAI LA MOSSA GIUSTA PER DIVENTARE IMPRENDITORE". (SC)



*Lavoratori in Cassa integrazione guadagni straordinaria (Cigs) e in deroga (Cigd)*

## “Anticipazione sociale” dei trattamenti di integrazione salariale prorogata in Lombardia fino al 31 dicembre

**S**ottoscritta tra Regione Lombardia, Fondazione Welfare Ambrosiano, Finlombarda, Abi (Associazione bancaria italiana), Confcommercio Lombardia e le altre parti sociali l'intesa che proroga, fino al 31 dicembre, l'iniziativa di “anticipazione sociale” dei trattamenti di integrazione salariale per i lavoratori in Cassa integrazione guadagni straordinaria (Cigs) e in deroga (Cigd). Per il periodo che intercorre fra la richiesta dell'ammortizzatore sociale da parte delle aziende e l'erogazione del trattamento da parte dell'Inps, i lavoratori possono ricevere, dalle banche aderenti all'iniziativa, un'anticipazione dell'indennità. Le parti si impegnano a verificare, nel corso dei prossimi mesi, la possibilità di estendere l'anticipazione sociale a tutte le nuove forme di sospensione dal lavoro previste dal Jobs Act.

*Con il Capac Politecnico del Commercio e la Scuola Superiore*

## Formazione per gli apprendisti: opportunità per le imprese

**A**nche per il 2016 Regione Lombardia ha confermato i finanziamenti per la formazione di base e trasversale degli apprendisti assunti con apprendistato professionalizzante. Le strutture che fanno riferimento a Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza – Capac Politecnico del Commercio e Scuola Superiore del Commercio, del Turismo, dei Servizi e delle Professioni - offrono un servizio formativo adeguato, in coerenza con le disposizioni normative e senza alcun costo per l'azienda.

L'impresa (art. 44 decreto legislativo 81/2015) può assumere in apprendistato professionalizzante i soggetti in età compresa tra i 18 e i 29 anni (17 se in possesso di qualifica professionale) e i soggetti beneficiari di indennità di mobilità o di trattamento di disoccupazione, senza limiti di età.

Il decreto prevede che l'azienda, entro 6 mesi dall'assunzione, avvii il percorso formativo previsto, articolato in ore di formazione base/trasversale e professionalizzante.

La formazione base/trasversale è costituita da corsi di formazione validati dalla normativa regionale proposti dagli enti accreditati e si articola in questo modo: 120 ore nel triennio per gli apprendisti in possesso di licenza media; 80 ore nel triennio per gli apprendisti in possesso di diploma di scuola superiore o

qualifica di formazione professionale; 40 ore nel triennio per gli apprendisti in possesso di laurea.

La formazione professionalizzante, invece, è la parte di percorso specialistico di cui si occupa l'azienda al proprio interno e garantisce l'acquisizione delle competenze collegate alla mansione lavorativa. (SM)



*Per info contattare la Direzione risorse umane formazione e studi della Confcommercio milanese: 02.7750677 o 02.7750688; [formazione@unione.milano.it](mailto:formazione@unione.milano.it).*

*Promossa dalle principali organizzazioni di agenti di commercio e promotori (Fnaarc, Usarci, Fiarci, Anasf e FISASCAT-Cisl) e dalle organizzazioni imprenditoriali: Confindustria, Confcommercio, Confesercenti e Confcooperative*



## Elezioni Enasarco: a Monza la presentazione della coalizione “Insieme per Enasarco”

**A** Monza incontro presso il teatrino della Villa Reale per presentare le liste “Insieme per Enasarco” (vedi *Unioneinforma* di gennaio a pag. 14 n.d.r.) e i candidati della grande coalizione che riunisce le principali rappresentanze degli agenti di commercio e delle imprese case mandanti. Dall’1 al 14 aprile gli iscritti ad Enasarco saranno chiamati a scegliere, con votazione elettronica, i nuovi organi di vertice dell’Ente, che ogni anno eroga oltre 100mila pensioni e 70mila liquidazioni.

All’incontro, promosso dalla Confcommercio di Monza e Brianza, erano presenti rappresentanti di Confindustria e Confcooperative, per Confcommercio il direttore generale Francesco Rivolta oltre al presidente Fnaarc (la Federazione degli agenti e rappresentanti di commercio) Adalberto Corsi e al Coordinatore del comitato di “Insieme per Enasarco” Gianroberto Costa.

Da tutti gli interventi è emersa la volontà comune di impegnarsi per rendere maggiormente diffuso tra gli operatori quest’importante appuntamento per il rinnovo della governance dell’Enasarco.

Forti della vasta diffusione territoriale e della varietà delle attività imprenditoriali e professionali rappresentate, le due liste - “Agenti per Enasarco” e “Imprese per Enasarco” - hanno scelto di presentarsi al voto con un unico progetto condiviso.

Tra i punti principali del programma vi sarà quello di rilanciare

l’attività di Enasarco sul territorio all’insegna della trasparenza

e dell’efficienza gestionale e finanziaria, per far tornare protagonisti gli agenti e le imprese. Sono questi gli obiettivi della coalizione che presenterà alle urne 81 candidati (54 scelti tra gli agenti e 27 in rappresentanza delle ditte mandanti) che provengono da ogni parte d’Italia.



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



*Due liste: “Agenti per Enasarco” per gli agenti di commercio e “Imprese per Enasarco” per le case mandanti. Al voto dall’1 al 14 aprile*



Contatti: Segreteria elettorale  
Insieme per Enasarco  
02.7750407/453  
info@insiemeperenasarco



# UNIONE

premia la tua

# FEDelta

Per il sesto anno consecutivo continua l'iniziativa dedicata  
**a Te socio che sei Fedele**  
alla nostra *Organizzazione*

Per le imprese regolarmente iscritte da almeno 3 anni, a titolo di **PREMIO FEDelta**\*, Unione Confcommercio riserva ulteriori condizioni esclusive all'interno di alcune **convenzioni bancarie** sottoscritte con i principali istituti di credito.

Il **PREMIO FEDelta**' è un contenuto esclusivo delle convenzioni stipulate con:

**BANCA SELLA**  
**BANCA POPOLARE DI VICENZA**  
**CREDITO ARTIGIANO**  
**HOBEX**  
**INTESA SANPAOLO**  
**MONTE DEI PASCHI DI SIENA**  
**VENETO BANCA**

Per approfondire le condizioni a Tua disposizione e le agevolazioni previste dal **PREMIO FEDelta**', contatta la Tua Associazione di Categoria o Territoriale, oppure scrivi a: [convenzioni.bancarie@unione.milano.it](mailto:convenzioni.bancarie@unione.milano.it)

\* per **associato fedele** si intende il socio che ha onorato la quota per almeno 3 (tre) anni (per l'anno 2016 le annualità si riferiscono agli anni 2014, 2015, 2016).



Unione  
**CONFCOMMERCIO**  
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA



Nuovo Regolamento europeo sui tetti massimi. Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza rinegozia con le banche le condizioni presenti in convenzione ottenendo riduzioni sul transato e il servizio POS

Per poter fruire delle convenzioni bancarie occorrerà presentare presso la propria filiale l'attestato di fedeltà associativa, da richiedere all'indirizzo [convenzioni.impres@unione.milano.it](mailto:convenzioni.impres@unione.milano.it)

## Pagamenti elettronici e commissioni interbancarie

### Le condizioni di Monte dei Paschi e Credito Valtellinese per le imprese associate

Il nuovo regolamento dell'Unione Europea ha disciplinato i tetti massimi sulle commissioni interbancarie, ovvero il costo sostenuto dalle banche con gli intermediari abilitati alla gestione dei servizi dei pagamenti elettronici. Questo si riflette sul costo che la banca applica al proprio cliente/azienda e, per questo, Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, sta rinegoziando con le banche le condizioni presenti in convenzione ottenendo una riduzione sulle

commissioni percentuali di transato del servizio POS, già definite negli accordi.

Le nuove opportunità sono pubblicate sul sito [www.unione-milano.it](http://www.unione-milano.it) nella sezione Vantaggi e Opportunità - Banche. Monte dei Paschi di Siena e Credito Valtellinese (vedi tabelle in queste pagine) sono i primi istituti di credito ad aver adeguato la proposta per i soci.



#### Servizio POS MPSShop (le condizioni di seguito riportate sono valide per 12 mesi, per i nuovi rapporti aperti entro il 30 settembre 2016)

##### POS FISICO

- Installazione singolo terminale	€ 0
- Disinstallazione singolo terminale	€ 100
- Canone POS fisso	€ 0
- Canone POS cordless	€ 0
- Canone POS GPRS/GSM	€ 11
- Comm. di attivazione SIM	€ 10
- Comm. singola operazione SIM (solo per Gsm)	€ 0,10
- Comm. di inattività mensile cassa	€ 10

##### PAGOBANCOMAT

- Comm. % sul transato	0,40%
- Comm. minima per transazione	€ 0,20
- Comm. minima mensile	€ 12
- Valuta di accredito	1 giorno di calendario

##### CARTE DI CREDITO

- Comm. % sul transato MC CONSUMER	0,70%
- Comm. % sul transato MC COMMERCIAL	1,30%
- Comm. % sul transato VISA CONSUMER	0,70%
- Comm. % sul transato VISA COMMERCIAL	1,30%
- Comm. % sul transato MAESTRO	0,70%

##### CARTE DI DEBITO

- Comm. % sul transato VPAY	0,70%
- Valuta di accredito carte	2 giorni lavorativi

##### MOBILE POS

- Installazione singolo terminale	€ 10
- Disinstallazione singolo terminale	€ 100
- Canone	€ 0
- Comm. di inattività mensile cassa	€ 0

##### PAGOBANCOMAT

- Comm. % sul transato	0,60%
- Comm. minima per transazione	€ 0,13
- Comm. minima mensile	€ 5
- Valuta di accredito	1 giorno di calendario

##### CARTE DI CREDITO MC/VISA

- Comm. % sul transato MC CONSUMER	1,35%
- Comm. % sul transato MC COMMERCIAL	1,70%
- Comm. % sul transato VISA CONSUMER	1,35%
- Comm. % sul transato VISA COMMERCIAL	1,70%

##### CARTE DI DEBITO MAESTRO

- Comm. % sul transato MAESTRO	1,20%
--------------------------------	-------

##### CARTE DI DEBITO

- Comm. % sul transato VPAY	1,20%
- Valuta di accredito	2 giorni lavorativi

## SERVIZI P.O.S. (PAGOBANCOMAT E CARD) E ACQUIRING PAGOBANCOMAT



Canone di locazione mensile per ogni terminale installato e attivato:	
- per ogni P.O.S. fisso/P.O.S. fisso contactless	€ 5
- per ogni P.O.S. fisso GPRS/P.O.S. fisso GPRS contactless	€ 10
- per ogni P.O.S. GSM – GPRS/P.O.S. GSM – GPRS contactless	€ 15
- per ogni P.O.S. cordless/P.O.S. cordless contactless	€ 15
- per ogni P.O.S. ethernet/P.O.S. ethernet contactless	€ 10
- per ogni P.O.S. ethernet cordless/P.O.S. ethernet cordless contactless	€ 15
- per ogni P.O.S. ethernet GPRS/P.O.S. ethernet GPRS contactless	€ 15
- per ogni P.O.S. esercenti carburanti (benzinaì)	€ 10
- per ogni Mobile P.O.S.	€ 5
Mesi gratuità canone di locazione mensile	3 mesi
Installazione P.O.S.:	
- express (spedizione tramite corriere, solo per P.O.S. fisso)	€ 0
- on site (intervento tecnico in loco)	€ 20

### Commissione bancaria Pagobancomat:

Transazione	Quota fissa € (a transazione)	Commissione % (sul transato)
- importo superiore a € 30	€ 0,12	0,45%
- importo ridotto (uguale o inferiore a € 30)	€ 0,11	0,44%



### ESERCENTI CARTASI

Commissione per transazione di importo superiore a € 30:

- Visa Credito	1,40%
- MasterCard Credito	1,70%
- Visa Debito	1,20%
- MasterCard Debito	1,30%
- Visa Commercial	2,10%
- MasterCard Commercial	2,40%
- Visa Prepagato	1,20%
- MasterCard Prepagato	1,30%
- JCB	2,40%
- CUP	1,90%

## Convenzioni: due novità



**R Progetti** - R Progetti è un'azienda di software specializzata nella realizzazione di progetti su misura per la piccola e media azienda. Oltre alla convenzione, offre in promozione fino al 28 febbraio: 50 sms omaggio sul primo ordine di almeno 20 euro su iTechMegaStore <http://www.itechmegastore.com/> (gli sms devono

essere utilizzati entro il 30 aprile dal portale [www.rprogetti.com/it/sms.html](http://www.rprogetti.com/it/sms.html)) e uno sconto del 10% sulla categoria lampade a Led (offerta valida salvo esaurimento scorte).

**Radio In Store** - Perché scegliere di trasmettere una radio personalizzata nella propria attività commerciale? Radio In Store offre la risposta più adatta alle Tue esigenze con la nuova convenzione esclusiva per i soci di Confcommercio Milano.



Su [www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it)  
tutte le convenzioni e promozioni  
(con interessanti opportunità di risparmio  
per l'impresa ed i propri collaboratori)

2016

# Assistenza Sanitaria Dedicata



**ENTE MUTUO**  
ASSISTENZA SANITARIA



Corso Venezia, 49 • 20121 Milano • Tel. 02.7750.950 • [marketing@entemutuomilano.it](mailto:marketing@entemutuomilano.it) • [www.entemutuo.com](http://www.entemutuo.com)

**Ente Mutuo**  
**Fedele per tutta la vita.**



# Chi siamo

Ente Mutuo Unione Confcommercio Società di Mutuo Soccorso, nasce nel 1955 nell'ambito dell'Unione Commercianti; non ha scopi di lucro e ha per oggetto l'assistenza sanitaria dei propri iscritti. Ente Mutuo è riservato agli Imprenditori e Professionisti iscritti alle Associazioni aderenti a Confcommercio Milano - Lodi - Monza e Brianza. Nel dicembre del 2009 Ente Mutuo ha ottenuto la Certificazione di Qualità. Le attività svolte, i servizi offerti, le Strutture convenzionate nel corso di più di 60 anni sono aumentate a tal punto che oggi Ente Mutuo si pone a pieno merito tra le prime assistenze sanitarie integrative a livello nazionale.

## Ente Mutuo. I punti di forza

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

## Ente Mutuo. I servizi

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

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

• **Nuovi servizi: Assistenza 24h/24h**

• **Nuovi servizi: Possibilità di versare i contributi mensilmente grazie a ProFamily**

## Ente Mutuo. I numeri

- Opera da 60 anni
- 25.000 Assistenti
- 680 Medici e Strutture Convenzionate
- 250.000 Prestazioni erogate ogni anno
- Presente sul territorio di Milano, Lodi, Monza e Brianza

## Ente Mutuo. La sede

**Milano** - Corso Venezia, 49 - Salone Piano Terreno

**Orario sportello:** da lunedì a giovedì dalle 8.30 alle 16.30 e venerdì dalle 8.30 alle 15.30

**Numero di telefono unico: 02.7750.950**

### Uffici distaccati di Milano:

#### Casa di Cura S. Camillo

Via Mauro Macchi, 5 - tel. 02 67071816  
da lunedì a giovedì 8.00 - 12.30 / 13.00 - 16.30  
venerdì 8.00 - 12.30 / 13.00 - 15.30

#### Centro Diagnostico Italiano

Via Saint Bon, 20 - tel. 02 48317592  
da lunedì a giovedì 8.45 - 13.15 / 13.45 - 16.30  
venerdì 8.45 - 13.15 / 13.45 - 15.30

## Ente Mutuo. Uffici provinciali presso le Associazioni Territoriali di Unione Confcommercio Imprese per l'Italia - Milano, Lodi, Monza e Brianza

**Abbiategrosso** - Via Annoni 14

tel. 02 94967383

**Binasco** - S.S. dei Giovi 8

tel. 02 9055219

**Bollate** - Via degli Alpini 4

tel. 02 3502814

**Bresso** - Via Patellani 58/60

tel. 02 66501379

**Cassano d'Adda** - Via Verdi 5

tel. 0363 61503

**Castano Primo** - C.so San Rocco 1

tel. 0331 880691

**Cernusco S/N** - Piazza Repubblica 14

tel. 02 9230715

**Cinisello Balsamo** - Via Frova 34

tel. 02 66049259

**Cologno Monzese** - Piazza Italia 7

tel. 02 2543690

**Corsico** - Via della Liberazione 26/28

tel. 02 4479582

**Desio** - Via Diaz 8

tel. 0362 624541

**Gorgonzola** - Piazza S. Francesco 2

tel. 02 9513320

**Legnano** - Via XX Settembre 12

tel. 0331 440335

**Lissone** - Via Madonna 13

tel. 039 482045

**Magenta** - Via Volta 62

tel. 02 97298074

**Melegnano** - Via Pertini 18/24

tel. 02 9830768

**Melzo** - Via Turati 6

tel. 02 9550084

**Monza** - Via De Amicis 9

tel. 039 360771

**Paderno Dugnano** - Via Fanti d'Italia 37

tel. 02 9181247

**Rho** - Via XXV Aprile 6

tel. 02 9303480

**Rozzano** - Via Mimose 63

tel. 02 8257653

**Segrate, Fraz. Rovagnasco** - Via Monzese 20

tel. 02 2134518

**Seregno** - Via Don Minzoni 2

tel. 0362 231234

**Sesto S. Giovanni** - Viale Marelli 5

tel. 02 2621679

**Seveso** - Corso Marconi 35

tel. 0362 506724

**Vaprio d'Adda** - Via Vanvitelli 32

tel. 02 90966402

**Vimercate** - Largo Pontida 3/9

tel. 039 6850839

### Unione Confcommercio Lodi

**Lodi** - Via Haussmann 1/B

tel. 0371 432106



CAMERA DI  
COMMERCIO  
MILANO

## PREMIO MILANO PRODUTTIVA 2016 XXVII edizione



# Camera di Commercio di Milano Entro il 31 marzo le domande per il “Premio Milano Produttiva 2016”

**E**ntro le ore 13 del 31 marzo sono presentabili le domande di partecipazione alla 27esima edizione del “Premio Milano Produttiva 2016” indetto dalla Camera di Commercio di Milano che prevede riconoscimenti a 150 imprese e 150 lavoratori dipendenti: imprese (e associazioni imprenditoriali) con sede legale e/o unità operativa a Milano o in un Comune della Città Metropolitana milanese che, alla data del 31 dicembre 2015, svolgono o hanno svolto continuamente la propria attività per almeno 15 anni; lavoratori dipendenti che, sempre alla data del 31 dicembre 2015, prestano o hanno prestato servizio ininterrotto per almeno 20 anni (15 anni per i lavoratori che abbiano ricoperto effettivi incarichi dirigenziali). Non possono concorrere al premio i lavoratori dipendenti, le imprese e le associazioni imprenditoriali che hanno cessato l'attività in data anteriore al 31 dicembre 2013.

Le domande di partecipazione devono essere presentate esclusivamente tramite:

- invio on line accessibile da <http://www.mi.camcom.it/web/guest/come-partecipare>;
- lettera raccomandata A.R. indirizzata al Protocollo Generale della Camera di Commercio di Milano (via San Vittore al Teatro, 14 – 20123 Milano) con la dicitura: ‘Premio Milano Produttiva 2016 – LAVORATORI’ oppure ‘Premio Milano Produttiva 2016 – IMPRESE’.



**Premio Milano Produttiva (foto di repertorio): il presidente Carlo Sangalli e Antonio Monzino**

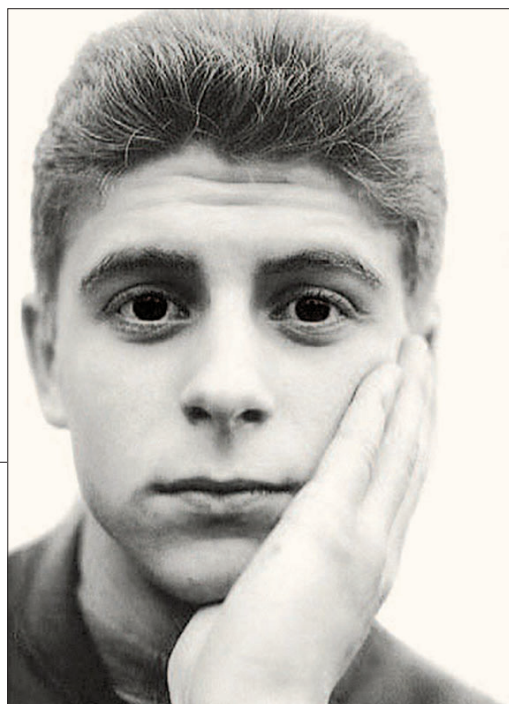
Gli elenchi dei vincitori del premio – lavoratori e imprese – saranno pubblicati sul sito internet della Camera di Commercio di Milano - [www.mi.camcom.it](http://www.mi.camcom.it), sezione link utili, ‘Premi annuali’ - entro il 31 maggio. La premiazione si terrà domenica 19 giugno presso il Teatro alla Scala di Milano. Per info rivolgersi alla propria associazione di riferimento. Sul sito di Confcommercio Milano, [www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it), è scaricabile il testo ufficiale del bando (bando, relativi allegati e guida alla compilazione delle domande sono naturalmente consultabili anche sul sito internet della Camera di Commercio di Milano - *vedi prima n.d.r.*).

# EVENTI IN CONFCOMMERCIO MILANO

(Palazzo Castiglioni, corso Venezia 47, sala Orlando – MM1 Palestro)

## “Autobiografia di un campione”: il 3 marzo (ore 18.30) Gianni Rivera presenta il suo libro

Oltre 500 pagine (con immagini, racconti, articoli/interviste di giornale, anche la possibilità di accedere a video, con il proprio dispositivo digitale, grazie al codice QR inserito in ogni capitolo) per conoscere meglio Gianni Rivera, un grande uomo di sport: dall’Alessandria al Milan, le Olimpiadi, il Pallone d’oro, i campionati mondiali, l’impegno politico, la famiglia. Fino ad arrivare ad oggi. E’ il libro “Gianni Rivera ieri e oggi, autobiografia di un campione” che Rivera presenta giovedì 3 marzo alle 18.30 in Confcommercio Milano: Palazzo Castiglioni, corso Venezia 47, sala Orlando (MM1 Palestro).



*Gianni Rivera*

AUTOBIOGRAFIA DI UN CAMPIONE

[WWW.GIANNIRIVERA.IT](http://WWW.GIANNIRIVERA.IT)

## 50&Più Milano e Gruppo Terziario Donna Concerto per l’8 marzo

Insieme per un 8 marzo diverso. 50&Più Milano e Gruppo Terziario Donna di Confcommercio Milano organizzano per l’8 marzo una Festa di primavera con un concerto di arie d’opera, eseguite dal soprano Monika Lukacs, alle ore 18 nella sala Orlando di Palazzo Castiglioni, la sede della Confcommercio milanese (corso Venezia 47, fermata MM1 Palestro). L’iniziativa si attua con la collaborazione della Fondazione Monzino e il supporto di



Promo.Ter Unione (che 50&Più Milano e il Gruppo Terziario Donna ringraziano). Dopo il concerto, alle 20, nell’adiacente Circolo del Commercio di Conf-

*La collaborazione  
della Fondazione Monzino  
(e il supporto  
di Promo.Ter Unione)*

commercio Milano (corso Venezia 51) sono previsti un aperitivo e una cena. Una serata conviviale

aperta dalla giornalista di moda Lucia Mari (collaboratrice del giornale) che parlerà del “suo” 8 marzo.

Lettera del presidente  
Carlo Sangalli  
a Silvana Biassoni



Silvana Biassoni (con la busta che contiene la lettera del presidente Sangalli) e le figlie Annamaria e Patrizia

## Vedano al Lambro: i 135 anni del Bar Biassoni

le figlie Annamaria e Patrizia. Un locale, come Silvana Biassoni ha detto in una recente intervista al Giornale di Monza che “non ha mai cambiato né nome né ubicazione, nel 1974 abbiamo acquisito anche il vecchio bar di via 4 Novembre allargandoci. Da 70 anni sono dietro al bancone e il nostro punto di forza è l'onestà e la disponibilità”. Ed uno dei simboli del bar Biassoni è un glicine pluricentenario che, ancora oggi, si arrampica sulla facciata. Lo ricorda, in una lettera alla signora Silvana, il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli: “pianta non solo bellissima, ma che nel linguaggio dei fiori – se non ricordo male – ha un significato preciso: amicizia. Mi piace allora pensare che spegnendo queste 135 candeline del Bar Biassoni si festeggi non solo un'attività storica e una famiglia che la conduce con orgoglio e passione da oltre un secolo, ma un po' anche la storia di un'amicizia: quella tra Confcommercio e il Vostro locale”.

**A** Vedano al Lambro c'è una storia lunga 135 anni. E' quella del Bar Biassoni - fondato da Eugenio Biassoni nel 1881 - gestito da Silvana Biassoni con

## 50&Più Milano e le “Lezioni della Storia” Il 4 aprile incontro-dibattito su Eugenio Montale

**T**orna il ciclo “Lezioni della Storia” di 50&Più Milano “Dopo un secolo quale memoria”. Quello che parte ora è il “secondo scenario” (il primo, nel maggio 2015, era stato dedicato ai Poeti Italiani nella Grande Guerra). Anticipiamo che lunedì 4 aprile in Confcommercio Milano (corso Venezia 47 – sala Colucci – ore 17,30) terrà banco l'incontro-dibattito “Eugenio Montale: l'Italia nella poesia e nella cultura, da ‘Ossi di Seppia’ a ‘La Bufera e Altro’”. Saluto introduttivo di Renato Borghi (presidente di 50&Più nazionale e milanese) e approfondimenti con Gianmarco Gaspari (docente di Letteratura italiana all'Università degli Studi dell'Insubria e direttore dell'International Research Center for Local Histories and Cultural Diversities – Varese) e Filippo Ravizza (poeta e critico letterario, coordinatore di 50&Più Università Milano).





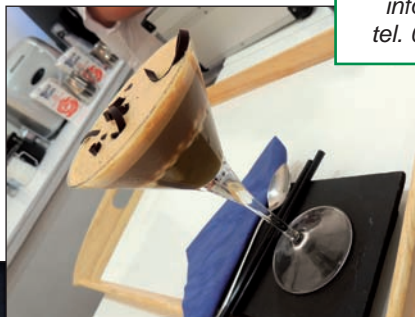
*Il convegno ICA  
(Associazione Italiana del Caffè)  
in Confcommercio Milano  
giovedì 10 marzo*

## Caffè sì? Caffè no? “Il ruolo del caffè sulla salute: le più aggiornate evidenze dalla ricerca scientifica”

**R**ito, piacere, compagno di tanti momenti della giornata, il caffè vanta una storia lunga secoli, ricca di aneddoti che, a fasi alterne, lo hanno celebrato o, al contrario, bistrattato. E sebbene nel tempo abbia assunto a pieno titolo un ruolo importante all'interno di una sana ed equilibrata alimentazione, ancora il dibattito su “caffè sì, caffè no?” scalda le “parti”, come dimostrano i circa 200 studi scientifici che ogni anno coinvolgono caffè e caffeina. Per questo ICA (l'Associazione Italiana del Caffè) – per informare sui benefici del caffè alla luce delle più recenti ricerche scientifiche sottraendo così il giudizio tra “semplici” detrattori e/o estimatori - organizza il convegno “Il ruolo del caffè sulla salute - Le più aggiornate evidenze dalla ricerca scientifica”, con la consulenza scientifica di Weber Shandwick, il patrocinio di Confcommercio, FederGrossisti e FIPE (Federazione Italiana Pubblici Esercizi). L'appuntamento è il 10 marzo in Confcommercio Milano (corso Venezia 47, sala Orlando, registrazione dalle 10). Spetterà ad Amleto D'Amicis (coordinatore scientifico, dirigente di ricerca già direttore UO INRAN) aprire i lavori introducendone gli obiettivi che verranno poi declinati nelle relazioni di Gian Franco Gensini (professore ordinario Medicina interna e presidente CESMAV Centro Studi



**Le adesioni al convegno del 10 marzo**  
– l'iniziativa è aperta a tutti gli operatori della filiera del caffè – vanno inviate alla segreteria organizzativa **entro il 2 marzo** (Elisa Franchi [efranchi@webershandwick.com](mailto:efranchi@webershandwick.com) tel. 02 57.37.83.04 - fax 02 57.37.85.70 e Antonella Paganoni [info@associazioneitalianacaffe.it](mailto:info@associazioneitalianacaffe.it) tel. 02 77.50.232-fax 02 77.50.381)



Due foto di Benedetta Borsani



Marino Petracco (ingegnere chimico, docente scientifico Università del Caffè di Trieste) su “La ricerca tecnologica sul caffè: le sostanze attive”; Sabina Sieri (ricercatrice in Epidemiologia nutrizionale, Fondazione IRCCS Istituto Nazionale dei Tumori di Milano) su “Caffè e cancro: gli studi epidemiologici”; Luca Scalfi (professore ordinario di Fisiologia, Dipartimento di Sanità pubblica, Università degli Studi di Napoli Federico II) su “Caffè e sistema cardiovascolare” e Daniele Del Rio (professore associato di Nutrizione umana, Dipartimento di Scienze degli alimenti, Università degli Studi di Parma e Scientific Director, the Need For Nutrition Education/ Innovation Programme, University of Cambridge, Gran Bretagna) su “Caffè e sistema gastroenterico”.



Foto di Antonella Paganoni

Spetterà, infine, sempre ad Amleto d'Amicis il compito di trarre le conclusioni. (BB)

*Intervista al presidente Donatella Galli*

## ART (Arti della tavola e del regalo) e le sfide di questo 2016



**Donatella Galli, presidente di ART** (immagine di Benedetta Borsani)

**L**’occasione è stata, in Fieramilano, la fiera internazionale degli stili di vita Homi (già Macef). L’obiettivo: presentare ai visitatori il nuovo piano di comunicazione ed i progetti di sviluppo del mercato 2016. L’idea è venuta a Donatella Galli, presidente di ART, l’Associazione Arti della tavola e del regalo di Confcommercio, per incontrare certamente gli associati, ma anche per “correggiare” quelli potenziali in una situazione favorevole al proprio settore di vendita.

### E’ soddisfatta?

“Sì. La presentazione è andata molto bene perché abbiamo avuto la possibilità di presentare i nostri progetti ‘one to one’, ovvero alle singole aziende. Abbiamo così potuto raccogliere le loro opinioni e riscosso pareri favorevoli sui progetti presentati per lo sviluppo dell’Associazione nel corso di questo 2016: Enjoy The Table - Shopping community e una nuova formula di pagamento dilazionato per la clientela con Cofidis Pagodil.

Enjoy The table è il format che abbiamo già testato con successo lo scorso anno e che ora intendiamo sviluppare in una sorta di road show per ripresentarci sul territorio e fare cultura di prodotto. A Milano (al Castello) durante il Salone del mobile, poi Roma. E ancora, Sicilia.

In collaborazione con una società di Assintel (l’Associazione Confcommercio delle imprese Ict n.d.r.), abbiamo poi ‘traslato’ in rete il concetto creando una ‘Shopping community - Enjoy The Table’ ideata con un doppio obiettivo: mettere in comunicazione le aziende tra di loro, ma anche con i clien-

*La presentazione al recente Homi in Fieramilano: Enjoy The Table - Shopping community e un sistema semplice per i pagamenti dilazionati con Cofidis Pagodil*

ti. Clienti che troveranno offerte e occasioni da concretizzare poi fisicamente nei negozi.

Ancor più - poi - è piaciuto il sistema di pagamento dilazionato per i consumatori di Cofidis Pagodil che abbiamo stipulato per gli associati ART: per le modalità (il pagamento può essere dilazionato fino a 12 mesi) e i massimali accordati (fino a 5.000 euro). Il tutto tramite un credito al consumo tradizionale o un pos dedicato, Pagodil, appunto, strumento che ART spinge per la semplicità di attivazione: con una strisciata del bancomat la vendita è conclusa. Senza dover presentare buste paga o dichiarazione dei redditi.

### Un piano di sviluppo che punta su tre strumenti, dunque?

“Sì. Enjoy The Table, Shopping community e una nuova formula di pagamento dilazionato: spero che tutto ciò porti ad una semplificazione dei rapporti tra aziende e punto vendita, ma anche tra punto vendita e consumatore finale. In sintesi, cultura di prodotto e facilità di acquisto. In particolare sono soddisfatta per essere riuscita a sviluppare una fattiva collaborazione con altre associazioni di Confcommercio, ma soprattutto perché con la Shopping community permettiamo alle aziende di fare veramente rete”. (BB)



*Al Casello Ovest di Porta Venezia con il sindaco Pisapia*

## I panificatori milanesi e la tradizione di San Biagio

**T**radizionale (e sempre sentita) ricorrenza di San Biagio a Milano, al Casello Ovest di Porta Venezia, con un evento conviviale e l’assaggio del panettone tipico: l’iniziativa è stata promossa dall’Associazione panificatori milanesi. E’ intervenuto (foto) anche il sindaco di Milano Giuliano Pisapia.



Trasparenza e correttezza nella vendita al pubblico



## Mercato ittico all'ingrosso di Milano Apeca (ambulanti) e Associazione grossisti ittici sottoscrivono il Protocollo con SO.GE.M.I.

Il Mercato ittico all'ingrosso di Milano, nelle ore di apertura al pubblico il sabato, non è una pescheria: un impegno comune per garantire correttezza e trasparenza è l'obiettivo del Protocollo (che rinnova un'intesa del dicembre 2013) sottoscritto da

Apeca, l'Associazione milanese del commercio ambulante, e Associazione grossisti ittici (aderenti alla Confcommercio milanese) con SO.GE.M.I. S.p.A., la Società che gestisce i mercati all'ingrosso milanesi.

Con il Protocollo si prevede un costante monitoraggio e vengono stabilite le sanzioni per le violazioni individuate: come vendere oltre il quantitativo stabilito al di sotto di 1,5 kg per singolo prodotto o specialità ittica; sfilettare ed eviscerare il pesce; presentare al pubblico preparazioni pronte (tranci di

**APECA**  
Associazione  
Provinciale  
Esercenti il  
Commercio  
Ambulante

**ASSOCIAZIONE  
GROSSISTI  
ITTICI**

**Stogem**  
SOGEMI S.p.A.  
MERCATI ALL'INGROSSO DI MILANO



spada, tonno, carpacci – fatta eccezione per i prodotti preconfezionati). “Occorre valorizzare fortemente, e non snaturare - afferma Giacomo

Errico, presidente di Apeca - la funzione del Mercato ittico all'ingrosso, molto importante per l'attività degli ambulanti. Siamo attenti al rispetto delle regole ed è significativo che, con il Protocollo, si rinnovi l'impegno, condiviso con i grossisti, di sensibilizzazione degli operatori associati”.

“Il Protocollo è un momento importante per garantire trasparenza nelle vendite – sottolinea Alex Vagnoli, presidente dell'Associazione grossisti ittici – nella piena collaborazione di tutti gli operatori coinvolti”.

### Federazione asili nido e scuole dell'infanzia privati

## Nasce Federnidi

Costituita su iniziativa di un gruppo di imprenditrici lombarde, piemontesi e venete, nasce Federnidi, la Federazione italiana asili nido e scuole dell'infanzia privati. Federnidi (aderente a Confcommercio) si sviluppa sulla scia di Assonidi Milano (vedi, su *Assonidi*, pag. 28 con l'iniziativa “Insieme SorriDenti” n.d.r.) e riunisce, ad oggi, oltre 600 operatori in tutto il Nord Italia.



Federnidi vuole rappresentare e tutelare, sul piano nazionale, le aziende che operano nel campo dei servizi all'infanzia: settore che, negli ultimi anni, è cresciuto in maniera rilevante, con oltre 5.000 gestioni attive su tutto il territorio. Aziende che vogliono garantire un servizio di eccellenza alle famiglie.

Federnidi intende porsi come interlocutore privilegiato concentrando i propri sforzi per creare una migliore collaborazione tra i gestori del servizio, le istituzioni e le famiglie che vogliono operare una scelta consapevole.

La volontà comune è, infatti, quella di contribuire a diffondere la cultura dell'infanzia che considera l'asilo nido non più come luogo di semplice custodia, ma come tappa fondamentale per la socializzazione

e la crescita del bambino, per favorire e tutelare il suo benessere e sviluppo psicofisico.

# L'impresa e la gestione del rischio

## Ciclo di webinar Asseprim

La "Survey Asseprim Focus 2015: la gestione del rischio in azienda" ha evidenziato, tra le imprese coinvolte da Asseprim, la Federazione dei servizi professionali per le imprese, una forte inconsapevolezza ed indifferenza nei confronti della tematica della gestione del rischio. Tematica, invece, afferma Asseprim, sempre più rilevante per le imprese che sono costrette a dover continuamente cambiare e innovare esplorando nuove opportunità di business, modificando i propri processi operativi e adottando nuove tecnologie.

Il rischio è parte integrante del fare impresa ed è un fenomeno che si amplia con il crescere dell'azienda; sottovalutarlo può costituire un serio pericolo. Per aiutare, quindi, le aziende ad orientarsi nelle

Formazione

WEBINAR

Si svolgeranno da marzo ad aprile, ogni lunedì dalle 12 alle 13. Collegarsi a [www.asseprim.it](http://www.asseprim.it)



**Umberto Bellini,**  
presidente Asseprim

giuste scelte di pianificazione aziendale e a non sottovalutare il problema, Asseprim organizzerà un ciclo di sei webinar con l'obiettivo di analizzare i molteplici rischi trasversali comuni alle piccole e

grandi imprese: rischi di compliance, informatici, connessi al personale, legali/fiscali, assicurativi/finanziari e rischi commerciali.

I webinar si svolgeranno da marzo ad aprile, ogni lunedì dalle 12 alle 13: collegarsi a [www.asseprim.it](http://www.asseprim.it)



**Maurizio Naro, presidente Apam** (foto di Mattia Dognini)

Un report del sito [Travelmag.com](http://Travelmag.com) (realizzato analizzando i maggiori portali di booking) – lo ha segnalato Apam, l'Associazione albergatori (servizio messo in evidenza sulle pagine milanesi del Corriere della Sera) – ha messo a confronto in 30 città europee il costo medio di una camera doppia la notte del 31 dicembre prendendo come riferimento la camera meno cara, disponibile sul mercato, offerta dalle diverse piattaforme online (alberghi 3-4-5 stelle) e confrontandola con l'offerta in una giornata di minore "appeal": il 7 gennaio.

E il risultato – rileva Apam – è certamente un buon biglietto da

*I dati emersi da un report su [Travelmag.com](http://Travelmag.com)*

## Fine anno e i prezzi degli hotel nelle città europee

### Apam (albergatori): Milano è competitiva

visita per Milano: come prezzo (123 euro) e per l'incremento tariffario rispetto alla giornata "normale", tra i più bassi nei confronti di molte altre città. Edimburgo (in Scozia) dove si è registrato il valore più alto (per la fine d'anno vi sono le celebrazioni dell'Hogmanay) era oltre tre volte più cara di Milano che ben si è collocata anche nei confronti di Roma e Venezia. L'incremento percentuale maggiore nel prezzo – nel confronto tra la fine d'anno e la giornata "normale" – è stato, invece, appannaggio di Praga.

"Il report testimonia come gli aumenti di prezzo 'mostruosi' non siano una prerogativa di Milano. Questa survey – spiega Maurizio Naro, presidente di Apam – dimostra come nei periodi festivi, e qui comprendo anche i weekend, i prezzi di Milano siano già molto competitivi. Competitivi anche rispetto al fenomeno Airbnb considerato che, all'interno del prezzo dell'albergo, sono compresi servizi quali prima colazione, pulizia della camera, servizio di reception e facchinaggio e diversi altri".

L'indagine Assomoda fotografa l'evoluzione degli operatori associati

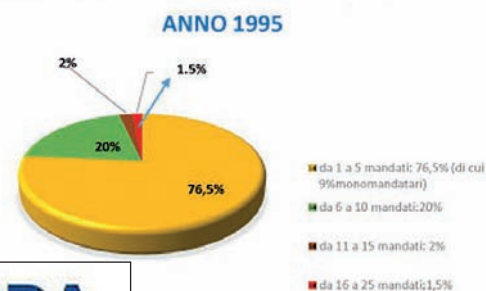
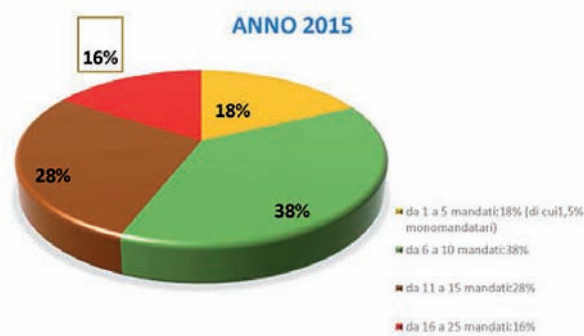
# Agenti di moda con showroom plurimarca

**A**ssomoda, l'Associazione degli agenti e distributori della moda e dello sport, ha realizzato un'indagine tra le agenzie commerciali associate per delineare la fisionomia e le caratteristiche del proprio target di riferimento. "Il quadro emerso dalle risposte al questionario predisposto dall'Associazione - osserva il segretario generale Massimo Costa -

conferma un trend iniziato negli anni '90 e consolidatosi nell'ultimo decennio, secondo il quale appare quasi 'in via di estinzione' l'agente monomandatario ed emerge una tipologia di showroom plurimarca con in media una dozzina di marchi in portafoglio".

Ecco gli aspetti più rilevanti emersi dall'indagine di Assomoda: l'85% degli agenti possiede uno showroom (vale a dire uno spazio espositivo di non meno di 80 mq.), nel quale svolge una parte significativa della sua attività. Il dato, spiega Assomoda, è tutt'altro che trascurabile se

confrontato con il 60% circa di un decennio or sono; per quanto riguarda i segmenti di mercato, il 52% degli agenti li tratta tutti: uomo, donna ed accessori (ad eccezione del bimbo) a conferma di una tendenza alla despecializzazione. L'intimo e il "childrenwears" continuano invece ad essere "terreno fertile" per gli specialisti (78% del totale); circa il 45% degli agenti opera



**E il 45% opera almeno anche su un mercato estero**

almeno su un mercato

estero, oltreché sul mercato italiano, mentre il restante 40% opera esclusivamente sul mercato nazionale ed il 15% esclusivamente su mercati esteri (7% worldwide); tra gli agenti/rappresentanti vi è l'89% che lavora in qualità di agente di commercio, mentre l'11% agisce come distributore almeno per uno dei marchi o delle aziende rappresentati. I dati sui mandati di agenzia, che sono raffrontati con quelli dei precedenti decenni (vedi grafici sopra n.d.r.), attestano l'aumento progressivo dei marchi presenti negli showroom.



**ASSOMODA: VICEPRESIDENTI E GIUNTA ESECUTIVA** - Accanto a Giulio Di Sabato (qui a fianco - immagine di Benedetta Borsani), riconfermato presidente di Assomoda (vedi Unioneinforma di dicembre 2015 a pag. 24 n.d.r.) riconferme anche dei vicepresidenti Massimo Billi, di Torino, in rappresentanza del settore fashion e Maurizio Governà, di Milano, in rappresentanza del settore sportivo. Eletti nella Giunta esecutiva dell'Associazione: Lubrano, Pasutto e Motti per la Lombardia; Porro, Turrini, Pelaia e De Albertis per il Piemonte; Gismondi per il MUAM e Casarin per il Triveneto.



Andrea Bianchi, presidente di Ascomut

## 70esimo di Ascomut: logo celebrativo e iniziative in preparazione



**C**ompie 70 anni Ascomut, l'Associazione nazionale delle imprese che operano nell'importazione e distribuzione in Italia di macchine, tecnologie e utensili, aderente a Confcommercio. Fondata a Milano il 2 agosto 1946, Ascomut ha vissuto da protagonista gli anni faticosi

si della ricostruzione post bellica lavorando alla crescita del Paese e del suo tessuto imprenditoriale. "La ricorrenza del Settantesimo anniversario sarà ricordata da alcune iniziative attualmente in fase di definizione e da un logo celebrativo" spiega il presidente di Ascomut Andrea Bianchi.

"Desideriamo cogliere l'occasione dell'anniversario di fondazione per riaffermare il ruolo di Ascomut quale punto di riferimento importante per la meccanica in Italia". (BB)

Sabato 27 febbraio

## "Insieme SorriDenti" con Assonidi

**S**abato 27 febbraio in Confcommercio Milano (corso Venezia 47, ore 9), Assonidi (l'Associazione degli asili nido e scuole d'infanzia privati) - in collaborazione con l'Università degli Studi di Milano e l'azienda socio-sanitaria territoriale Santi Paolo e Carlo - organizza l'incontro formativo "Insieme SorriDenti", una mattinata per approfondire le conoscenze sulla salute della bocca dei bambini nei primi anni di vita. L'iniziativa è dedicata agli educatori delle strutture associate e alle famiglie interessate. Intervengono le professoressa Laura Strohmenger e Maria Grazia Cagetti (Dipartimento di Scienze biomediche, chirurgiche e odontoiatriche, Università degli Studi di Milano) e collaborano gli studenti del 6° anno del Corso di laurea in Odontoiatria e Protesi Dentaria, Università degli Studi di Milano. (BB)



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI MILANO

Sistema Socio Sanitario  
Regione  
Lombardia  
ASST Santi Paolo e Carlo



## #partecipoanchio Le iniziative di Assintel

All'insegna di #partecipoanchio una prima parte del 2016 ricca di iniziative per Assintel, l'Associazione Confindustria delle imprese Ict. A cominciare, assieme alle altre associazioni di settore, dalla presentazione del nuovo Osservatorio delle Competenze Digitali (vedi in questa pagina n.d.r.). Al via anche l'attività seminariale di approfondimenti tematici, su due versanti: uno legato a temi Ict & legali, ed uno dedicato all'empowerment degli imprenditori.

Continueranno gli incontri territoriali – rileva Assintel – sia in forma di networking (sempre in questa pagina l'iniziativa a Milano l'8 marzo n.d.r.), sia di approfondimenti e dialogo con le aziende. Oltre a Milano e Roma, Assintel sarà a Napoli, Perugia, Bergamo, Alessandria e Catania e poi con il roadshow Smau a Padova, Firenze, Bologna e Torino. E a maggio Assintel sarà fra gli organizzatori di un importante evento a Milano sui temi del Digital Marketing & Security (insieme a CSA e Clusit).

## Osservatorio delle Competenze Digitali: le sfide della trasformazione

Dopo Roma verrà presentata anche a Milano la seconda edizione dell'Osservatorio delle Competenze Digitali, condotto dalle principali associazioni dell'Ict (Information communication technology) - con Assintel, AICA, Assinform, Assinter Italia - promosso dall'Agenzia per l'Italia Digitale (AgID) e realizzato da NetConsulting-cube. La diffusione delle competenze digitali è ancora a macchia di leopardo: dal 37% per la pubblica amministrazione locale al 73% per le aziende tecnologiche; la crescita delle competenze interne è basata sul "training on the job" e vi è poca formazione digitale (la



Giorgio Rapari, presidente Assintel

media è di 6,2 giornate l'anno nelle imprese Ict, 4 nella pubblica amministrazione, 3 nelle aziende utenti). Al top le lauree in informatica e ingegneria. I profili più ricercati sono il Security specialist, l'Enterprise architect e il Business analyst per le aziende informatiche (cercati per il 70% nei network professionali). Nelle aziende utenti e nella pubblica amministrazione

le più ricercati sono il Cio, il Security manager, il Database administrator, il Digital media specialist, l'Enterprise architect, il Business information manager, l'Ict consultant e il Business analyst. Le retribuzioni per i profili digitali sono in lieve crescita per gli impiegati (+3,6%) e in calo per i dirigenti (-1,2%) e i quadri (-2,9%). (SM)

### PRESENTA LA TUA AZIENDA: CON ASSINTEL L'8 MARZO INCONTRO DI NETWORKING ICT

Dopo l'appuntamento di febbraio torna l'8 marzo in Confindustria Milano (corso Venezia 47, sala Sommaruga, ore 14.30) con Assintel un incontro per creare opportunità di networking. Il format è semplice: circa 12 aziende, 10 minuti a testa, slide. E' aperta la possibilità di partecipazione anche ad aziende che conoscono Assintel, ma non sono ancora socie. Per informazioni e iscrizioni: marco.sangalli@assintel.it - Tel. 027750231-235.





## Vimercate: il riconoscimento al presidente emerito Giacomo De Palo

**P**resso l'Osteria della Buona Condotta di Ornago conviviale Consiglio direttivo straordinario dell'Associazione territoriale Confcommercio di Vimercate per premiare Giacomo De Palo, ora presidente emerito, che ha ricoperto la carica di presidente dell'Associazione di Vimercate per 20 anni.

La targa, consegnata dal presidente di Confcommercio Carlo Sangalli, costituisce – spiega l'Associazione – il riconoscimento per l'ottimo lavoro svolto in tutti questi anni e l'intensa partecipazione all'attività degli organi istituzionali di Unione Confcommercio.



**Foto 1: la targa a Giacomo De Palo consegnata dal presidente di Confcommercio Carlo Sangalli (nella foto, a sinistra, Carlo Alberto Panigo, vicepresidente di Confcommercio, Milano, Lodi, Monza e Brianza e, a destra, il presidente dell'Associazione territoriale Confcommercio di Vimercate Alessandro Barbone).  
Foto 2: Sangalli e De Palo**

**informa**  
**Unione**

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

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

**DIRETTORE RESPONSABILE**  
Gianroberto Costa

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

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

**FOTOCOMPOSIZIONE e STAMPA**  
GRAPHITI SRL - INDUSTRIA GRAFICA  
via Newton 12 - Pero (Milano)

**PER LA PUBBLICITÀ:**  
[marketing@unione.milano.it](mailto:marketing@unione.milano.it)  
Tel. 02 7750 372

**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.



*Esposizioni dedicate  
all'immagine femminile:  
le iniziative  
in programma*



*Il 27 giugno  
seconda edizione  
del Premio  
Dino Sangalli*

## Tornano “Le Sale dell’Arte” al Circolo del Commercio di Milano

**T**ornano con tre esposizioni “Le Sale dell’Arte”: il percorso di mostre a Palazzo Bovara, il Circolo del Commercio di Milano, (corso Venezia 51) realizzato in collaborazione con la Consulta della Cultura della Confcommercio milanese. Un ciclo dedicato, quest’anno, all’immagine femminile. Anticipiamo le iniziative in programma.

*Immagine femminile:  
"viaggio senza fine"*

**Dal 7 marzo** (inaugurazione alle 18)

**“Artisti nel ‘900”**

*Presentazione critica:* professor Stefano Crespi

*Esposizione:*

fino al 6 aprile (dal lunedì al venerdì, ore 10/17)

**Dal 26 aprile** (inaugurazione alle 18)

**“Artisti nel Contemporaneo”**

*Presentazione critica:* professor Stefano Crespi

*Esposizione:*

fino al 18 maggio (dal lunedì al venerdì, ore 10/17)

**Dal 27 giugno** seconda edizione

**del Premio Dino Sangalli (concorso  
per gli artisti-studenti dell’Accademia di Brera)**

*Premiazione:*

lunedì 27 giugno, ore 18 (opere visibili dalle ore 10)

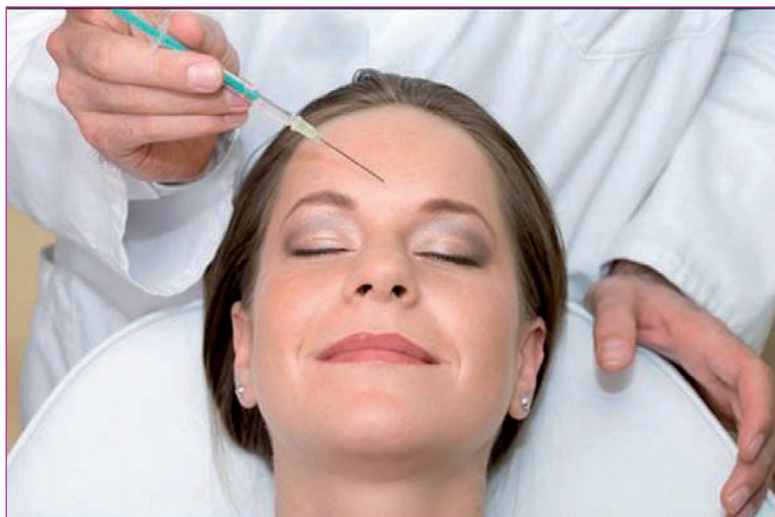
*Esposizione:*

fino al 20 luglio (dal lunedì al venerdì, ore 10/17)





\* di Lucia Mari  
(giornalista di moda)



## Donne: la tentazione del "ritocchino"

**D**a non credere. Mi riferisco al "ritocchino", intervento che parrebbe non conoscere crisi visto quante sono le donne assetate della giovinezza griffata Dorian Gray: è lo scrittore inglese che si era assicurato l'eterna giovinezza. Invecchiava al posto suo il quadro che lo ritraeva: così fino alla morte.

Ma torniamo al nostro "ritocchino": non ne avrei parlato se non avessi coinvolto perfino il Natale. Ho sentito, infatti, un paio di scriteriate

disposte a risparmiare sul budget del Natale appunto (eliminando, forse, parecchi regali ai bimbi) per poter racimolare i quattrini utili per assicurarsi questo benedetto o maledetto "ritocchino". Ma già quest'estate ne ho sentite altre, pronte a rinunciare alle ferie, pur di raggiungere lo scopo: insomma, è il fenomeno che coinvolge purtroppo molte, troppe donne in favore del famoso ritocchino. Che significa destinare questa spesa all'inseguimento della giovinezza.

Certo, sconfiggere le rughe equivale a un sogno: lo so bene anch'io. Ma il viso non basta, perché c'è il collo spietato come una carta di identità insieme alle mani, alle braccia e a tutto quanto "crolla" perché ha perso quella freschezza che fa rima con giovinezza.

Intendiamoci, capisco la tentazione: da tempo amo definirmi ex ragazza, quindi se tutto potesse risolversi con un colpo di bacchetta magica, forse ne approfitterei anch'io. E sottolineo forse, perché non vorrei diventare come certe grottesche replicanti di volti senza tempo, nei quali c'è tutta la menzogna che comunque affascina. Me ne rendo perfettamente conto: e va anche sottolineato, a discolpa del chirurgo plastico dispensatore di bellezza tout court, che mai come oggi donna e bellezza vivono di una complicità assoluta che esige, anzi pretende, l'illusione. Insomma, l'inganno del bel volto ritrovato diventa specchio nel quale rimirarsi: perché artificio e contraffatto domineranno sempre di più, cercando l'equilibrio proprio nella finzione.

Ah, donna della porta accanto dove sei? Con pregi e difetti, con le

rughe nel rispetto dell'età: eppure mi rendo conto che la giovinezza è ormai l'indispensabile passepartout anche per chi non conta. Per chi non ha meriti. Già, perché oggi chi non conta è perduto: e qui andrebbe fatta veramente un'indagine per sapere "chi" veramente conta. E soprattutto "perché". E' anche vero che nella società dell'apparire è indispensabile apparire. Punto e basta. L'intelligenza? Soltanto un optional.

Bene, a questo punto lasciatemi divertire ed ipotizzare, per esempio, l'avvento di medici "inestetici": che da un bel seno o ad un bel "lato B", perfino da un viso levigato, possano ricavare piccoli cedimenti, deliziose e finissime smagliature. Così, giorno dopo giorno, ogni donna potrà (potrebbe) costruirsi per tempo la sua sana vecchiaia.



Tanto da abituarsi: con risultati incoraggianti anche sul piano psicologico.

Fantascienza? Mica tanto: ci sarebbero risvolti positivi anche per uno stile di vita ritrovato.

Non più tensione da confronto, non più paura di solitudine sociale, grazie alla nuova voglia di vivere non repressa. Come dite? Non ve ne frega niente? Allora continuate ad inseguire donne illustrazione che questa crudele epoca ci propina, edonistica ed effimera, simile ad

un'onda del nostro inquieto e fasullo oceano quotidiano.

Io, al solito, ho detto la mia: è così, da sempre. Non solo, vi anticipo fin d'ora che tratterò le acciughe: per carità, non mi riferisco al pesce azzurro così salutare per la nostra salute. Penso alle ragazze risicate all'osso che le passerelle, spesso, ci propinano. Che alcune sventurate vogliono emulare: sì, parlerò dell'anoressia. E senza attenuanti.

Unione Confcommercio,  
tutti gli strumenti giusti per  
illuminare il **futuro** della tua  
**attività.**



Per mantenere efficiente la tua azienda  
e sfruttare ogni opportunità.

**140 ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA E TERRITORIALI**

La tua Associazione conosce il tuo settore di mercato e sostiene e tutela  
il tuo lavoro nelle province di Milano, Lodi, Monza e Brianza



CONTRATTI E LAVORO



APRIRE UN'ATTIVITÀ



SUPPORTO  
FISCALE E LEGALE



FORMAZIONE



BANDI, CREDITO  
E FINANZIAMENTI

UNIONE  
CONFCOMMERCIO.  
MOLTO DA SCOPRIRE,  
MOLTO DA FARE,  
INSIEME A TE.



IMPRESA E PERSONA



IMPRESA E ISTITUZIONI



Unione  
CONFCOMMERCIO  
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA