

Unione *informa*



Unione
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

Indagine Confcommercio:
compila il questionario

LEGALITÀ
mi piace!



GRANDE PARTECIPAZIONE

A MILANO
IN CONFCOMMERCIO
"BOOST YOUR
BUSINESS":
IL ROADSHOW
CON
FACEBOOK





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



Lo sguardo nella vetrina (virtuale)

A Milano il Roadshow Confcommercio-Facebook

Il “passo in più” dell’innovazione



di Carlo Sangalli (*)

Questo non è uno “sguardo sulla vetrina” come gli altri, perché si rivolge sì ad una vetrina, ma non quella fatta di luci e vetri, quanto a quella fatta di “muri” e “mi piace” ideata da Facebook. Non possiamo però ignorare che, anche se virtuale, questa vetrina entra profondamente nella nostra realtà quotidiana, nelle nostre preferenze e nelle nostre scelte di acquisto. E cambia ciò che siamo, come consumatori e come imprenditori. Umberto Eco scriveva, tanti anni fa, quando Facebook non c’era ancora: “Il computer non è una macchina intelligente che aiuta le persone stupide, piuttosto è una macchina stupida che funziona solo nelle mani delle persone intelligenti.”

Ed è partendo da questo approccio che Confcommercio si sta muovendo nell’ambito dell’innovazione. Perché l’innovazione non vuol dire solo più computer, più tablet, più tecnologia, ma rappresenta un vero e proprio “passo in più”: un cambio profondo di atteggiamento nel nostro essere cittadini e imprenditori. Consiste fondamentalmente nel capire che si deve sempre ricominciare, che non ci si deve mai fermare.

Ed è questo il messaggio che abbiamo portato a tantissime imprese del commercio, dei servizi e delle professioni il 7 ottobre, riempiendo una Sala Orlando di facce giovani (e parecchie anche meno giovani), ma tutte interessate alla tappa milanese - l’unica in Lombardia - del Roadshow for-

mativo Confcommercio con Facebook. Con questo evento (vedi alle pagine 3,5,7 n.d.r.), in collaborazione

con un grande partner internazionale come Facebook, abbiamo messo sul piatto una scommessa: di aiutare gli imprenditori a portarsi a casa dall’evento tante tecniche nuove e qualche “trucchetto del mestiere” per fare marketing sui social network, trasformando il “likes” in “buys”. Ma, soprattutto, di aiutarli a portarsi dentro lo stimolo ad essere curiosi, aperti, intraprendenti. Quello dell’imprenditore e del libero professionista è un viaggio che si fa da soli, per tanti aspetti e sempre di più. Ma può non essere un viaggio solitario. E l’innovazione è anche questo: capire che insieme si può fare tanta strada e che essere “social” non è solo stare sul web: significa essere in grado di calarsi nella società e di mettersi in relazione con il mondo e il mercato. Dobbiamo sempre metterci in relazione con gli altri; solo così mettiamo davvero un “mi piace” al nostro essere imprenditori e cittadini.

(...con il sogno nel cassetto di associare a Confcommercio anche Mark Zuckerberg.)

(*) *Presidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza*



Il 25 novembre la Giornata
"Legalità, mi piace"
Indagine Confcommercio:
compila il **questionario**



Il 25 novembre si svolge la Giornata di Confcommercio "Legalità, mi piace" incentrata sull'analisi delle attività criminali che colpiscono le imprese del commercio, del turismo, dei servizi e dei trasporti.

Confcommercio presenterà un'indagine, svolta in collaborazione con GfK Eurisko, per descrivere le dimensioni dell'illegalità nella maniera più corretta, analizzando come sono cambiati i fenomeni criminali (furti, rapine, estorsioni, minacce, taccheggio, ecc.) negli ultimi anni. I dati dell'indagine emergeranno dalle risposte ottenute dalle imprese attraverso un questionario.

Dall'home page del sito di Confcommercio Milano

- www.unionemilano.it -

**è possibile accedere al questionario
(da compilare in forma anonima)**

Un impegno di pochi minuti, ma di particolare rilevanza perché dà modo a Confcommercio di proseguire e rafforzare l'azione di sensibilizzazione nei confronti dell'opinione pubblica, delle Istituzioni e del Governo per prevenire e contrastare con maggiore efficacia i fenomeni criminali.

I risultati dell'indagine vengono illustrati durante l'iniziativa nazionale del 25 novembre che coinvolge tutto il sistema territoriale Confcommercio.



Roadshow Confcommercio-Facebook: Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio

A Milano il roadshow Confcommercio-Facebook Grande partecipazione di imprese

Oltre 600 le pmi che si sono dati appuntamento presso la sede di Confcommercio a Milano per partecipare alla sesta tappa di "Boost your Business", il roadshow promosso e organizzato da Confcommercio e Facebook per imparare a conoscere e gestire le risorse, le strategie e gli strumenti di marketing più efficaci messi a disposizione da Facebook. La giornata di lavori è stata inaugurata dal presidente di Confcommercio Carlo Sangalli e ha visto la partecipazione di Alessandro Micheli, presidente nazionale



Roadshow Confcommercio-Facebook: Alessandro Micheli, presidente dei Giovani imprenditori di Confcommercio - (foto di Mattia Dognini)

▶ ▶ ▶ segue a pag. 5 ▶ ▶ ▶



Sei socio di Unione Confcommercio?
Passa al buono pasto elettronico Pellegrini e **scopri i vantaggi:**

> **nessun onere fiscale** sul buono pasto **fino a 7,00 €** (*legge di stabilità luglio 2015*) 

> **sconto esclusivo** a partire dall'**8%** sul valore facciale del buono 

> **disponibilità** del buono pasto in **24 ore** dall'ordine 

> **APP gratuita** dedicata con tutte le informazioni utili agli utilizzatori 

> massima **sicurezza** in caso di smarrimento o furto della card 

Chiedi un preventivo **su misura** per te:

scrivi: sviluppo.card@gruppopellegrini.it

chiama: 02.89130.550

▶ ▶ ▶ segue da pag. 3 ▶ ▶ ▶

dei Giovani Imprenditori di Confcommercio, e di Marco Grossi, Head of Agency Small and Medium Business EMEA Facebook. "La tappa milanese del Roadshow di Confcommercio con Facebook arriva in una città, come Milano, certamente più abituata di altri territori all'uso del web e dei suoi strumenti", ha commentato Carlo Sangalli. "Eppure, c'è stata una grande manifestazione di interesse da parte dei nostri imprenditori. I social network hanno potenzialità ancora inesplorate. Conoscere e utilizzare in modo efficace Facebook può significare, per le



nostre imprese, aprire nuove e importanti opportunità di mercato. Aiutare l'imprenditore consigliandogli gli

strumenti giusti per stare attivamente sulla rete, significa fare di internet un nostro alleato e non un nostro concorrente".

"Uno dei compiti fondamentali di una moderna organizzazione di rappresentanza di impresa come la nostra è quello di aiutare le imprese ad essere sempre più competitive e a conseguire successo nella loro attività di business", ha rilevato Alessandro Micheli, presidente dei Giovani Imprenditori di Confcommercio. "Questo obiettivo, che il presidente Sangalli ha posto nel programma di Confcommercio per il 2015-2020, indica una strada precisa per la nostra Organizzazione: dare più servizi, adeguarli alle esigenze



▶ ▶ ▶ segue a pag. 7 ▶ ▶ ▶

Social network per fare **business** a Milano per un'impresa su tre. **E Facebook è il più utilizzato:** scelto da un'impresa milanese su quattro

Un imprenditore milanese su tre (28% del campione intervistato) ricorre ai social network per fare business e uno su cinque, pur non usandoli ancora, pensa di poterli adoperare in futuro (18,8%). Scettici invece due imprenditori su cinque (42%) che non vedono i social network ancora come uno strumento per fare business. È quanto emerge da un'indagine e da una stima su oltre duecento imprese dell'area milanese realizzata da

visto con attenzione: il 34,8% delle imprese lo utilizza e il 17,4% afferma di voler usare i social. Percentuali simili anche per le imprese di servizi: il 35,6% già fa uso dei social per il proprio business e il 15,1% conta di usarli a breve. Il social network più utilizzato dalle imprese è Facebook, scelto da un imprenditore su quattro. A seguire LinkedIn (scelto da uno su sette), Twitter e Google plus (uno su dieci entrambi).

Confcommercio Milano in collaborazione con la Camera di commercio di Milano. Nel commercio e nei pubblici esercizi lo strumento dei social network è

Continental 
The Future in Motion

Amare significa proteggere.

Passa subito ai pneumatici
invernali Continental.



Sicurezza. Qualità. Servizio.

I Soci Confcommercio si meritano un trattamento privilegiato.

Entrare in FSC Connect come Socio Confcommercio ha i suoi vantaggi. Troverai il meglio del supporto professionale relativo al mondo Continental e condizioni di acquisto irrinunciabili. Chiedi le credenziali di accesso alla tua Associazione o all'indirizzo convenzioni.impres@unione.milano.it.

Vai sul sito www.fsc-connect.it e registrati. Scoprirai quanto è vantaggioso affidarsi ai rivenditori di pneumatici del Gruppo Continental.

La frenata è la miglior performance.

www.continental-pneumatici.it



reali ed attuali delle nostre imprese, aiutare queste nei processi di evoluzione ed innovazione; il mondo cambia sempre più rapidamente – nessuno può restare indietro - e la nostra Organizzazione non può e non vuole lasciare indietro nessuno. Una maggiore conoscenza e consapevolezza dell'opportunità che il web, i social, e quindi Facebook, rappresentano per il nostro business, consentendo di raggiungere un bacino di clienti più ampio e geograficamente più lontano e, contemporaneamente, offrire un ulteriore canale di contatto alla clientela locale, ci permetterà di vincere la sfida". "Boost your Business ha rappresentato per noi un'importante occasione per educare le aziende di ogni dimensione a un utilizzo efficiente degli strumenti e delle risorse che Facebook offre, per supportarle nel raggiungimento dei propri obiettivi di marketing", ha commentato Marco Grossi, Head of Agency Small and Medium Business EMEA Facebook. "Le pmi rappresentano la spina dorsale dell'economia italiana e,

▶ ▶ ▶ segue da pag. 5 ▶ ▶ ▶

per rimanere competitive, non possono più prescindere dal cogliere le opportunità offerte dal web e dall'innovazione tecnologica e digitale. Facebook è lo strumento ideale a supporto della crescita del business, e i casi di successo che ci accompagnano in ogni tappa lo confermano sempre di più". Durante l'evento, un team di esperti Facebook ha spiegato come impostare campagne di marketing di successo utilizzando la piattaforma. E nelle sessioni formative i partecipanti hanno avuto l'opportunità di dialogare direttamente con gli esperti e imparare a conoscere e gestire le risorse, le strategie e gli strumenti di marketing più efficaci per incrementare le vendite, fidelizzare la clientela e attrarre nuovi clienti. Nell'ambito del programma "Boost Your Business" sono stati rilasciati materiali formativi sul minisito condiviso con Confcommercio per approfondire gli argomenti trattati.



ABBIAMO LE CARTE
GIUSTE PER
LA TUA IMPRESA.

INTESA  SANPAOLO

SCOPRI LA NUOVA LINEA DI CARTE DI
PAGAMENTO PER LA TUA ATTIVITÀ.
Con Carta Credit, Carta Debit e Carta Prepaid
hai tante soluzioni diverse per gestire con più
semplicità le spese aziendali.



Messaggio Pubblicitario con finalità promozionale. Per le condizioni contrattuali fare riferimento ai fogli informativi disponibili in Filiale e sul sito internet delle Banche del Gruppo Intesa Sanpaolo che commercializzano il prodotto. La concessione delle carte è soggetta ad approvazione della Banca.

www.intesasanpaolo.com/piccole-impres

In Expo il "Panettone Day"



Da sinistra Carlo Freni, consigliere di Epam; Liberata dell'Arciprete e Alfredo Zini, consiglieri della Camera di Commercio di Milano

Cinquemila: tanti sono i panettoni distribuiti (e andati a ruba in pochi minuti) in Expo Milano in occasione del "Panettone Day" iniziativa ideata per promuovere il dolce meneghino ancora oggi prodotto da maestri pasticceri e panificatori secondo l'antica ricetta tradizionale oggi tutelata da un marchio di qualità. Un marchio per il cui utilizzo occorre seguire un apposito disciplinare di produzione che indica ingredienti, modalità di preparazione e tempi di cottura. Promotori dell'iniziativa: la Camera di Commercio di Milano e il Comitato dei Maestri Pasticceri con la collaborazione dell'Associazione panificatori, di Assofood Milano (dettaglianti alimentari) ed Epam (pubblici esercizi) aderenti a Confcommercio Milano, e delle associazioni degli artigiani. Sponsor: le Tre Marie. (BB)



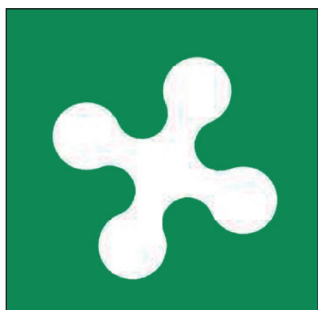
Da sinistra Pietro Restelli, presidente dell'Associazione panificatori; Claudio Salluzzo, direttore della Filiera agroalimentare della Confcommercio milanese e Sergio Monfrini, presidente di Assofood Milano

(foto del Panettone Day di Benedetta Borsani)

Iscriverti agli incontri di "Fai la mossa giusta per diventare imprenditore": (13, 16, 20 novembre)

"Fai la mossa giusta per diventare imprenditore" è l'iniziativa di Confcommercio Milano rivolta agli aspiranti imprenditori e ai neoimprenditori:

un ciclo di brevi incontri con le imprese il cui obiettivo è quello di fornire le conoscenze di base necessarie ad avviare una nuova attività e/o le nozioni per consolidare le attività appena costituite. Gli incontri sono previsti venerdì 13, lunedì 16 e venerdì 20 novembre; i vari moduli sono indipendenti uno dall'altro e consentono ai partecipanti di seguire solo quelli di interesse. E' possibile iscriversi compilando il form on line disponibile nella sezione dedicata all'iniziativa e accessibile dal sito di Confcommercio Milano www.unionemilano.it.



Lombardia, nuova legge sul turismo

Nuova legge sul turismo approvata dal Consiglio Regionale della Lombardia.

Prevede risorse complessive per 25 milioni di euro (in tre anni) per riqualificare le strutture ricettive, per accrescere digitalizzazione e innovazione, per l'accesso al credito e per azioni di marketing territoriale (è stato approvato un emendamento con il quale si esclude la possibilità di accedere ai finanziamenti per quelle strutture ricettive che negli ultimi 3 anni abbiano avuto un fatturato non integralmente derivante da attività turistica).

Vengono poi estese a tutte le tipologie ricettive, comprese le locazioni turistiche, gli adempimenti fiscali, di sicurezza, di comunicazione dei flussi, di segnalazione degli ospiti all'autorità di P.S., così come il divieto di pubblicità menzognera con inclusione anche dell'offerta sul web. Ed è previsto un inasprimento delle principali sanzioni in caso di violazioni. In questo modo si ha una disciplina comune che ora riguarda tutte quelle forme di ricettività finora operanti in una situazione di limbo normativo: come i bed and breakfast (per queste attività viene preservato il periodo di interruzione di almeno 90 giorni/anno) e gli immobili



Renato Borghi,
vicepresidente vicario
di Confcommercio Lombardia

dati in locazione a uso privato. Per gli alberghi, inoltre, nel caso d'introduzione di nuovi e diversi standard edilizi, si prevede comunque la possibilità di deroga per le strutture alberghiere già in attività (la deroga è in ogni caso concessa in presenza di oggettiva impossibilità tecnica).

Per l'avvio d'attività delle agenzie di viaggio sono stati incrementati gli importi della cauzione e delle sanzioni: una misura che funziona da deterrente contro l'abusivismo. Si mantiene, inoltre, il carattere di continuità ed esclusività del direttore tecnico dell'agenzia. Per gli organizzatori di viaggi diversi dalle agenzie viene inserito l'espresso divieto di pubblicizzare le iniziative orga-

nizzate al di fuori dei propri aderenti (con relativa sanzione). Tutelata anche l'attività dei pubblici esercizi: nessuna estensione ai bed and breakfast della possibilità di somministrare pranzi e cene. Infine, per la nuova tipologia di locanda, si diminuisce la capacità ricettiva massima da 18 a 14 posti letto e vengono inoltre introdotti gli obblighi di gestione unitaria dello stesso titolare dell'esercizio di somministrazione (e nello stesso edificio) e di standard edilizi alberghieri per le nuove costruzioni.



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
LOMBARDIA

Confcommercio Lombardia: bene l'allargamento delle regole

"Un provvedimento importante, frutto di un lungo confronto con la Regione, che punta a innovare, sostenere e rilanciare il turismo in Lombardia in un'ottica di attrattività integrata soprattutto pensando al dopo Expo" così Confcommercio Lombardia, con il vicepresidente vicario Renato Borghi, ha commentato l'approvazione della nuova legge regionale sul turismo. "I cambiamenti radicali vissuti dal comparto negli ulti-

mi anni, le sfide e le opportunità rappresentate dai nuovi mezzi di comunicazione e promozione dell'offerta turistica - ha rilevato Borghi - hanno richiesto elementi di chiarezza che garantiscano un ambito di concorrenza leale e trasparente con regole chiare per tutti, anche nell'interesse dei milioni di visitatori che ogni anno la Lombardia ospita". "Il provvedimento approvato non è che l'inizio di un percorso di valorizzazione delle oltre 60mila imprese lombarde del settore - ha aggiunto Borghi - da completarsi con provvedimenti attuativi della legge, ma che riteniamo possa fin d'ora contribuire fattivamente alla crescita della destinazione turistica "Lombardia".

Per la mia salute
ho scelto uno strumento di precisione.

**ASSISTENZA SANITARIA DEDICATA AGLI IMPRENDITORI
E PROFESSIONISTI ISCRITTI ALLE ASSOCIAZIONI
ADERENTI AD UNIONE CONFCOMMERCIO MILANO,
LODI, MONZA E BRIANZA**

Ente Mutuo grazie alle sue caratteristiche e alla varietà dell'offerta è la soluzione ottimale per i **Soci Unione Confcommercio** che desiderano accedere ad un'Assistenza Sanitaria altamente qualificata.



www.entemutuomilano.it
marketing@entemutuomilano.it



Corso Venezia, 49 - 20121 Milano
Numero di telefono unico: 02.7750.950

Ente Mutuo. Piacere di stare bene. Insieme a chi ami.

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
INTESA SANPAOLO
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

* per **associato fedele** si intende il socio che ha onorato la quota per almeno 3 (tre) anni (per l'anno 2015 le annualità si riferiscono agli anni 2013/2014/2015).



Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA



*Giacomo Errico,
presidente Fiva
Confcommercio
e Apeca:
i Comuni ne diano
reale applicazione
senza scorciatoie*

Commercio ambulante in Lombardia: con le nuove norme regionali limiti al proliferare dei mercati occasionali

Il Consiglio Regionale lombardo ha approvato il progetto di legge che modifica e integra il Testo unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere regolamentando l'attività dei cosiddetti mercati occasionali. Il provvedimento punta a limitare l'anomala concorrenza agli ambulanti di iniziative estemporanee, ma fortemente ripetute.

"Grazie al nostro impegno assieme a Confcommercio Lombardia, la Regione ha messo un punto fermo sul proliferare incontrollato della babele di pseudomercati-mercattini ammantati da finti eventi a tutto danno degli ambulanti che con regolarità operano nei mercati" ha commentato Giacomo Errico, presidente di Fiva Confcommercio e presidente di Apeca (l'Associazione del commercio ambulante di Confcommercio Milano). Sono "iniziative - ha proseguito Errico - che si ammantano dei più fantasiosi brand, ma che non altro non sono che fotocopie negative dei mercati istituzionali già esistenti nelle nostre città. Una situazione intollerabile: noi di queste iniziative francamente non ne possiamo più".

I punti chiave delle modifiche approvate sono la calendarizzazione annuale, da parte dei Comuni,



Giacomo Errico

degli eventi fieristici locali secondo le modalità che verranno definite dalla Giunta Regionale; l'obbligo di coinvolgere le parti sociali nella stesura di questo calendario; la possibilità per i Comuni di autorizzare fiere al di fuori della programmazione annuale, sempre consultando prima le parti sociali, soltanto per quelle manifestazioni nelle quali lo spazio destinato alla vendita al dettaglio sia inferiore al 50% dello spazio complessivo utilizzato.

"Auspichiamo - ha concluso Errico - che dai Comuni venga data reale applicazione a queste nuove norme senza trovare scorciatoie".



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

IGIENE DEGLI ALIMENTI

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

PRIVACY

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

... PER L'INNOVAZIONE

QUALITA'

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

ENERGIA & AMBIENTE

(Risparmio Energetico e Servizi Ambientali)
Tel 02 77.50.590/591
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

Fioristi lombardi: più tutela con la nuova legge regionale che disciplina le vendite temporanee a scopo benefico

“Finalmente vi saranno strumenti più precisi ed efficaci per poter regolamentare la miriade di iniziative, con l’allestimento di banchetti e gazebo, per offrire piante e fiori a sostegno delle più diverse cause, che - troppo spesso per collocazione ed eccessiva ripetitività - di fatto influiscono negativamente sull’attività dei negozi di vicinato” ha affermato Anna Lucia Carbognin, presidente dell’Unione regionale lombarda dettaglianti fiori e piante di Confcommercio, dopo l’approvazione, da parte del Consiglio Regionale lombardo, della legge che disciplina le vendite temporanee da parte di enti non commerciali.

Con la nuova legge i Comuni dovranno predisporre un “Piano comunale delle cessioni a fini solidaristici” con il quale saranno disciplinate le attività di raccolta fondi sulla scorta di apposite linee guida deliberate dalla Giunta Regionale: le iniziative temporanee di vendita dovranno avere un carattere occasionale e provvisorio; si dovrà favorire l’avvicendamento e la tur-nazione delle categorie merceologiche; andranno adottate distanze minime fra gli esercizi commerciali in

sede fissa e le iniziative di raccolta fondi

con la vendita di beni della stessa merceologia.

“Il calo dei consumi - ha rilevato Anna Lucia Carbognin - ha duramente colpito, in questi anni, le imprese del commercio al dettaglio di fiori e piante. Siamo soddisfatti per questa nuova legge: senza nulla togliere alla grande valenza sociale di alcune vendite a fini solidaristici, il nostro obiettivo, ed in questo senso abbiamo lavorato in stretto raccordo con Confcommercio Lombardia e Federfiori con il presidente Carlo Sproccati, è sempre stato quello di trovare una soluzione condivisa che consentisse a tutti i soggetti di poter operare con equilibrio. Gli oltre 2.000 fioristi lombardi devono poter continuare a svolgere il proprio lavoro con la dedizione e la professionalità che da sempre li contraddistinguono”.



Anna Lucia Carbognin, presidente dell’Unione regionale lombarda dettaglianti fiori e piante di Confcommercio (al centro) in occasione dell’incontro dei fioristi lombardi - nella sede milanese di Confcommercio - con i consiglieri regionali Angelo Ciocca e Carolina Toia sulla nuova legge regionale che disciplina le vendite temporanee a scopo benefico

Dal 26 novembre l'attuazione di quanto previsto dal Regolamento Edilizio del Comune di Milano

Accessibilità ai disabili: l'obbligo di rispettare la normativa vale solo per quelle attività che possono dotarsi di pedana mobile con campanello di chiamata. Esonero per tutte le altre



Lo ha ottenuto Confcommercio Milano dal Comune

Il nuovo Regolamento Edilizio del Comune di Milano prevede (art. 77) che tutte le attività – di tipo commerciale, ricettivo, culturale, sportivo, di spettacolo - aperte al pubblico con un ingresso fronte-strada debbano essere accessibili alle persone con disabilità. Nell'interlocuzione con l'Amministrazione Comunale, Confcommercio Milano ha operato affinché gli interventi da attuare con la nuova disciplina causassero il minor impatto possibile per le imprese. Confcommercio Milano ha ottenuto dal Comune che le uniche attività (non oggetto di intervento edilizio) che hanno l'obbligo di rispettare la nuova normativa, sono quelle che possono dotarsi di pedana mobile con un campanello di chiamata. Tutte le altre attività che non possono dotarsi di pedane mobili all'ingresso (ad esempio per troppi gradini o per marciapiedi molto stretti) sono esonerate dall'obbligo. Entro il 26 novembre le attività aperte al pubblico devono rendersi accessibili alle persone con disabilità. Conf-

commercio Milano ha ottenuto che entro questo termine si debba aver almeno istruito la pratica.

La procedura - elaborata dall'Assessorato all'Urbanistica e dal Settore Gestione Occupazione Suolo di Palazzo Marino - prevede un'apposita modulistica semplificata disponibile sul link dedicato ad "abbattimento barriere: negozi accessibili" del Comune di Milano. Tra le facilitazioni per le imprese ottenute da Confcommercio Milano, vi è anche la gratuità del canone d'occupazione di suolo pubblico (Cosap) per le pedane.

Garantita anche la gratuità del canone d'occupazione di suolo pubblico (Cosap) per le pedane

Per dare un ulteriore supporto agli associati, Confcommercio Milano ha sottoscritto una convenzione con la società IRE.DA. & C. Srl che offre a condizioni esclusive i prodotti per il superamento delle barriere architettoniche, oltre ad una consulenza personalizzata gratuita per verificare che il prodotto scelto sia adeguato alle esigenze. Inoltre, sempre in convenzione, i soci possono avvalersi della consulenza di professionisti (associati a Italiaprofessioni - vedi riferimenti qui sotto) per la predisposizione degli allegati e la presentazione al Comune di Milano della modulistica.

Per informazioni è possibile rivolgersi alla propria associazione di categoria



Superamento delle barriere architettoniche:
le **convenzioni agevolate** per gli associati

**SCONTO SULLE RAMPE PER DISABILI
PORTATILI - REMOVIBILI E COMPONENTI**



ARCH. BASILE PAOLA Via G. da Procida, 35/2 - 20149 Milano
Tel. 02.36511605 - 3356692687 - studioarchbasile@gmail.com

ARCH. CARRARA DANIELE Via Boiardo, 23 - 20127 Milano
Tel. 3477942198 - architetto.carrara@tiscali.it

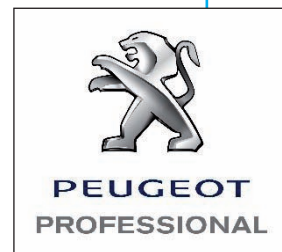
ARCH. DAVI' DAVIDE ALFREDO Via Santa Croce, 6 - 20122 Milano
Tel. 02.45483052 - 3357258349 - Fax 02.99982190 - davidealfredodavi@gmail.com

D3 ARCHITETTI ASSOCIATI Via F. Confalonieri, 21 - 20124 Milano
Tel./Fax 02.49633162 - 3392907114 - info@d3architetti.it



Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Aggiornamento sulle convenzioni esclusive per i soci

Peugeot Milano offre una consulenza personalizzata e sconti esclusivi su auto nuove e veicoli commerciali nelle sue sedi di Milano Gallarate, Milano Missaglia, Sesto San Giovanni (gli sconti sono consultabili sul sito www.unionemilano.it nella sezione delle convenzioni dedicata a Peugeot Milano). Oltre ai venditori presenti nelle concessionarie, Peugeot Milano mette a disposizione due professionisti che, previo appuntamento, fanno visita direttamente in azienda.



Ribes S.p.A. offre servizi di informazioni com-



merciali ed immobiliari per la valutazione, la gestione ed il recupero

del credito a condizioni esclusive. Le soluzioni Ribes sono a misura di pmi e supportano l'impresa lungo l'intero ciclo di vita del credito: dalla selezione della clientela alla concessione del credito commerciale, dal monitoraggio dell'intero portafoglio clienti al recupero del credito.

Aisinfortuni è un'Associazione di professionisti specializzata in infortunistica, principalmente stradale, che fornisce un servizio senza anticipi ad aziende e proprietari di auto, occupandosi di tutto quanto è necessario per arrivare all'ottenimento del rimborso del danno. I soci potranno beneficiare, oltre che del servizio gratuito per la gestione della pratica, anche del ricorso alla contravvenzione (massi-

mo 50 euro di multa) fondamentale per ottenere il rimborso assicurativo, anch'esso gratuitamente. Qualora la contravvenzione sia superiore a 50 euro, Aisinfortuni offre uno sconto del 50% sull'onorario del ricorso e la presentazione dello stesso davanti al giudice di pace.



BMConsulting offre ad imprese, strutture ricettive, pubblici esercizi, professionisti che trattano i dati personali, i servizi legati all'adeguamento obbligatorio alla normativa sulla privacy a condizioni esclusive. Tra i servizi proposti ai fini dell'a-



deguamento e dell'assistenza sulla normativa: adempimenti codice privacy, sistemi di videosorveglianza, social network - pagine istituzionali, siti internet - "web cookies"; marketing, direct marketing, web marketing, mail marketing; profilazione dei clienti, responsabilizzazione consulenti e fornitori, responsabilità generale interna.

Sul sito www.unionemilano.it tutte le nuove convenzioni e le promozioni con molteplici opportunità di risparmio - in diversi ambiti - per l'imprenditore ed i propri collaboratori

*Eccellenza formativa "in diretta" per il pubblico:
dai laboratori di pasticceria,
alla Scuola orologiai, alle lezioni di cocktail*



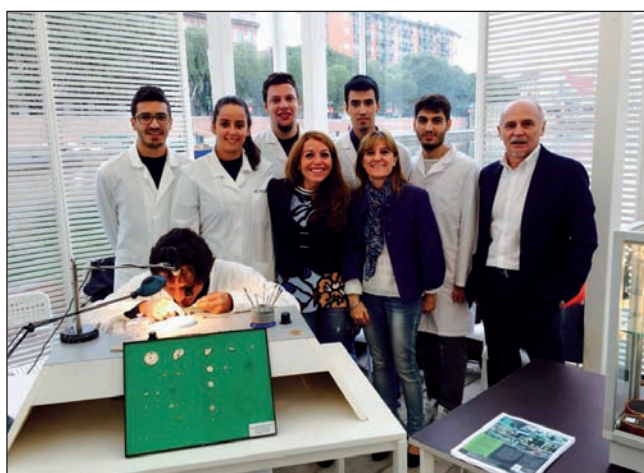
A Milano sulla **Darsena** con il Capac Politecnico del Commercio: le immagini de "I **tempi del gusto**"

A Milano - sulla Darsena - il Capac Politecnico del Commercio (ente formativo di Confcommercio Milano) con Navigli Lombardi e in collaborazione con i brand Valrhona e Molino Quaglia, con Assorologi e pasticcerie milanesi, ha promosso "I

tempi del gusto": evento-show su mestieri e competenze. L'iniziativa ha fatto parte della rassegna "Terre e Colori di Lombardia, accendiamo la formazione professionale, idee sull'acqua" organizzata da Aef, Associazione di coordinamento degli enti di formazio- ▶



ne professionale della Lombardia. "Tempi del gusto" si è articolato per far conoscere a cittadini milanesi e visitatori l'eccellenza formativa lombarda che favorisce l'inserimento dei giovani nel lavoro: il Capac ha presentato "in diretta" i suoi laboratori didattici con gli allievi, i formatori e le imprese con le quali collabora. "I tempi del gusto", iniziativa di ExpoInCittà, ha messo in mostra le produzioni delle pasticcerie Alberto Migliavacca, Alvin's, Clivati, Cucchi, I Dolci Namura, Mac Mahon Rampinelli, Massimo Pica, Pavé. Sono stati realizzati, inoltre, un laboratorio con gli allievi della Scuola di Orologeria del Capac; un laboratorio di pasticceria per bambini (con Marco Canevari); si sono effettuate proiezioni per illustrare i cicli naturali e produttivi del cacao e del grano. E, infine, spazio alla lezione di cocktail (con Matteo Pinna, allievo del Capac, vincitore di "New talented italian chef for Expo 2015" di Regione Lombardia con il tiramisù cocktail), alle degustazioni e all'aperitivo.





Oltre 700 le persone (con molte domande, curiosità e consenso per l'iniziativa) al gazebo anti-contraffazione allestito a Milano in piazza San Carlo da FederModaMilano/FederazioneModaItalia con il Comune di Milano e la Polizia locale in occasione

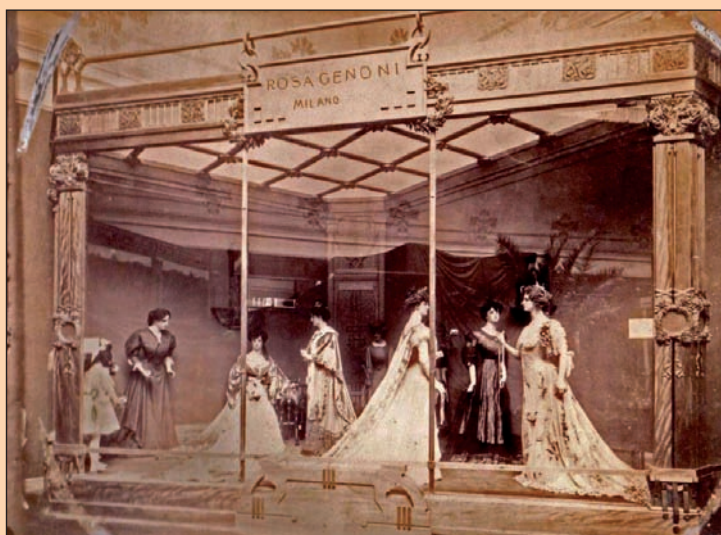
Il gazebo anticontraffazione di FederModaMilano/FederazioneModaItalia con il Comune di Milano e la Polizia locale

della Vogue Fashion's Night Out. La Polizia locale, nei primi mesi del 2015, ha effettuato 3.150 sequestri per 2 milioni di pezzi. E FederModaMilano (elaborazione dati Mise - Ministero dello Sviluppo Economico) ha ricordato come il 73% dei prodotti contraffatti sequestrati riguardi il comparto moda. (BB)

"Omaggio a Rosa Genoni": la mostra a Palazzo Castiglioni in Confcommercio Milano

"Omaggio a Rosa Genoni" è la mostra ospitata a Palazzo Castiglioni, sede di Confcommercio

Milano: è stata dedicata a Rosa Genoni, creatrice di moda, imprenditrice ante litteram, che partecipò all'Expo di Milano del 1906 con una vetrina nel Padiglione delle Arti Decorative (foto) al quale fu assegnato il "Grand Prix" della Giuria. Sono stati esposti documenti inediti, schizzi, libri, cimeli e fotografie, carteggi ed epistolari di valore storico oltre a manufatti, abiti e accessori dal guardaroba privato di Rosa Genoni. La mostra, valorizzata da alcuni protagonisti della moda contemporanea con le loro creazioni ispirate a Rosa Genoni realiz-



zate in esclusiva per Expo Milano 2015 in un percorso d'arte contemporaneo, è stata organizzata da Edizioni EVI per l'Associazione Profumo di Milano, con il patrocinio di Confcommercio Milano (Promo.Ter Unione), del Comune di Milano, e la collaborazione del Gruppo Terziario Donna della Confcommercio milanese. (AL)

Fashion week: Milano è moda

La moda? Una questione di numeri: 23/28 settembre è la data in cui si è svolta Milano Moda Donna con le anticipazioni per la primavera-estate 2016. 177 le collezioni: per 70 si è scelta la sfilata, mentre altri stilisti hanno presentato la collezione senza defilé. Da non dimenticare, poi, gli appuntamenti da non perdere (compresi gli eventi). Davvero una sbornia. Meglio, un tour de force, una sorta di maratona.

Insomma, ancora una volta il Made in Italy proposto alla grande. E, se vogliamo essere precisi, non va dimenticata un'altra cifra: i 65 miliardi di fatturato al quale mira il nostro Sistema Moda proprio in questa performance. Naturalmente non è mancato il gossip per appagare il curioso più esigente.

Milano e moda, dunque: binomio ormai indissolubile. E se il Quadrilatero della moda, appunto, è Montenapoleone e dintorni, all'ombra della Madonnina ecco fiorire, per esempio, corso Como District, vale a dire una sorta di quartier generale che ospita boutique, showroom, e gallerie d'arte perché anche design e cultura appartengono al Made in Italy. E con l'occasione sorgono altri saloni, protagonisti insieme a vie e palazzi che raccontano Milano, che per me è diritto di cronaca, diritto di critica, diritto e rovescio. Rovescio per raccontare quello che sta dietro alla moda meneghina: molti giovani addetti ai lavori immaginano che questa entusiasmante avventura sia sempre stata così. Suoni, luci, passerelle, top e toppissime, parterre di celebrità più o meno celebri, la prima fila riservata a quelli che contano (ma contano?), prelibata selvaggina per fotografi e tv.

Milano e la moda ci sono dal 1977 quando, con un golpe, alcuni nomi avventurosi decisero di mollare Firenze, allora tempio del prêt à porter, per sfilare sotto la Madonnina. Prima di quella data nessuno ci aveva pensato: anzi, nessuno ne voleva sapere ed a riprova di ciò si ripeteva "Parlare di vestiti non interessa nessuno, Milano non è Parigi".

Ecco, il "rovescio" della moda appartiene al passato, il "diritto" sta nell'attuale realtà che fa di Milano, la capitale. Della moda, appunto. Da sempre incontro prestigioso,



mercato di importanza internazionale. E qui, vale la pena di ripetere l'ultimo numero: l'obiettivo dei 65 miliardi che significano il fatturato a chiusura del 2015, con un più 7%. Avanti tutta, mai disperare.



* di Lucia Mari
(giornalista di moda)

Menu davvero ghiottissimo in questa fashion week. Collezioni diversificate, attenzione, per la serie "la moda propone e la donna dispone": Moda estate, dunque. Mai come questa volta si è visto uneclettismo che assicura ampia scelta e declina la femminilità a misura dell'animo e dei desideri. Spesso gli spacchi salgono, gli scolloni scendono, i top sono topless, le trasparenze inventano l'eleganza fantasma e si onorano le gambe con il corto, vuoi come "shorts" oppure mini. Ma attenzione: in questa esibizione di sfrontatezza avanza anche la maxi, con l'orlo che spazzola le caviglie, sottanone che ondeggiano sulle gambe come ubriache. E' il folk dell'estate prossima ventura, per vedere cosa succede all'altro capo del mondo. Una sorta di complicità fra

tessuto e corpo, "allure" seduttivo che valorizza il ruolo delle scarpe. Niente antiestetici trampoli con fumettistiche zeppe; avanza con pudore una ballerina piatta, vista da più parti. I colori di stagione? Tutti e moltissime fantasiose fantasie: i fiori soprattutto. Avanza il rosa, colore-proposta che conduce a Brigitte Bardot, ai favolosi anni Sessanta. Anche il giallo fa tendenza: chissà, forse in onore del risotto alla milanese. Femminilità coniugata ora a sexy ora alla buona educazione. Sempre ok i pantaloni: a pinocchietto, cioè alla caviglia o nella nuova versione "alla zuava", riservata alle giovanissime. Come vedete, sono tante le proposte, perché la donna oggi è più consapevole: molto bene, la creatività diversificata fa da volano al business.

Assofermet e il progetto EDI per il comparto ferramenta

A Milano, presso la sede della Fiera di Colonia, il Comitato Tecnico di Assofermet ha promosso un incontro, con la partecipazione di grossisti e produttori del Settore Ferramenta, che ha visto al centro dell'attenzione Idrolab/EDI: "con EDI - spiega Andrea Lenotti, presidente di Assofermet Ferramenta - si abbatte drasticamente il costo del ciclo normale di un ordine": da 79 a 16 euro. "Ed è possibile concentrare le risorse su ricerca, sviluppo, formazione". Avviato a giugno, il progetto Idrolab/EDI ha già visto l'adesione della maggioranza dei grossisti e di oltre 80 produttori: "entro il primo semestre del 2016 - prosegue Lenotti - dovrà essere pienamente implementato".

Il presidente del Settore Ferramenta di Assofermet ha fatto anche il punto della situazione sul mercato: "la

crescita per quest'anno è tra il 4 e il 5%. Nel 2014 era stata del 3,25%". Un comparto che pesa oltre 10 miliardi di euro all'anno nel settore Trade (dati elaborati da Assofermet e Fox&Parker anche su fonte Agenzia delle Entrate).



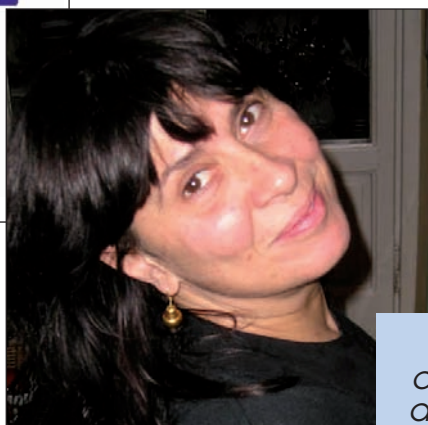
Andrea Lenotti, presidente Assofermet Ferramenta



Assonidi e i PEQ Percorsi Educativi di Qualità

Percorsi Educativi di Qualità (PEQ) è una supervisione sul campo, direttamente nei nidi, che affianca il lavoro della coordinatrice e delle educatrici. Il tema della qualità dei servizi per la prima infanzia e, più in particolare, dei requisiti che qualifica-

no i servizi educativi di buona qualità e la loro valutazione, è sempre stato al centro del dibattito pedagogico nonché una tra le "mission" più importanti che Assonidi (l'Associazione degli asili nido e delle scuole d'infanzia privati) si pone a favore delle strutture associate. La scelta di Assonidi e del suo team formativo è stata quella di coinvolgere in prima persona le coordinatrici e le educatrici dei servizi ed utilizzare un approccio che valorizzasse l'autovalutazione, consapevoli del valore di potenziamento delle risorse del personale coinvolto. La proposta di Assonidi chiede infatti il coinvolgimento diretto e nasce dal desiderio di promuovere l'incontro e il confronto.



Francesca Campolungo, responsabile scientifico e della formazione di Assonidi

Punti di partenza: la normativa UNI 11034, alcune le scale di valutazione del Nido, in particolare la SVANI ed ASEI, e la ricca letteratura sul tema della valutazione della qualità nei servizi educativi per la prima infanzia.

Il Progetto PEQ, avviato lo scorso maggio in collaborazione con la Scuola Superiore del Commercio, del Turismo, dei Servizi e delle Professioni, vede attualmente impegnate circa 20 strutture associate medio-grandi le quali, per

Iniziativa avviata con la collaborazione della Scuola Superiore

il prossimo biennio, potranno beneficiare di un percorso formativo gratuito ed unico nel suo genere, in

grado di soddisfare i requisiti previsti dalla normativa di Regione Lombardia in materia di accreditamento.

PEQ nasce e si sviluppa da un'idea di Francesca Campolungo, pedagoga con anni di esperienza nel mondo del coordinamento dei servizi alla prima infanzia e responsabile scientifico e della formazione di Assonidi, affiancata da Paola Canni, pedagoga, collaboratrice con il Dipartimento di Scienze umane



Paola Canni, pedagoga

per la formazione dell'Università di Milano Bicocca ed impegnata nei percorsi di formazione e consulenza nei servizi educativi per l'infanzia.

Il rinnovo delle cariche sociali dopo la scomparsa di Dino Abbascià

Sindacato dettaglianti ortofrutticoli: è Gianluigi Zaffaroni il nuovo presidente

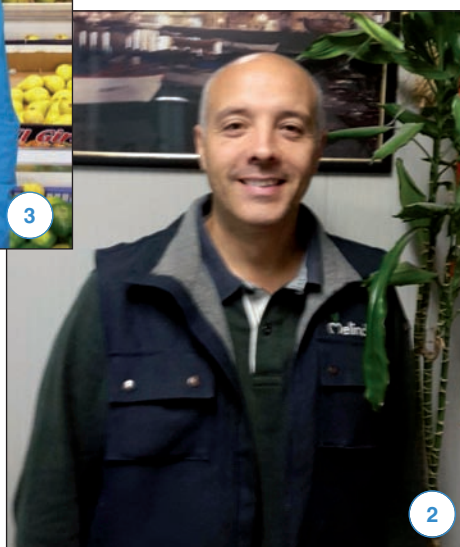
Gianluigi Zaffaroni è il nuovo presidente del Sindacato dettaglianti ortofrutticoli (Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza). Il rinnovo delle cariche sociali è avvenuto dopo la scomparsa del presidente Dino Abbascià.

Vicepresidenti del Sindacato sono: Gianfranco Gentile (per Milano) e Francesco Agrimi (per l'hinterland). Completano il Consiglio direttivo: Pietro Abbascià, Vito Angarano, Pierangelo Baroni, Vincenzo Di Buduo, Pietro Ferrante, Teodosio Galantino, Raffaele La Notte, Egidio Salvia, Mauro Todisco e Valentino Tosi (per Milano); Maurizio Baroni,

Gioacchino Fiorella, Paolo Mangialetti, Domenico Moro (per l'hinterland). Collegio dei probiviri: Pietro Tamiazzo, Mauro Troisi, Mario Valente. Consigli, operatività e trasparenza dei comportamenti: "in queste tre aggettivazioni - ha affermato il neopresidente Zaffaroni - si racchiude il mio pensiero di programma. I consigli che chiedo a Voi colleghi sono la base di un lavoro sinergico per trovare la coesione sulle notorie nostre problematiche sia in tema di Ortomercato, sia in tema di concorrenza sleale, sia in tema di sviluppo della categoria. Operatività è estesa a tutto il nostro territorio e quindi sia alla città e sia ai lavori che vengono svolti nelle



Gianluigi Zaffaroni, nuovo presidente del Sindacato dettaglianti ortofrutticoli di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza (foto 1) e i vicepresidenti Gianfranco Gentile (foto 2) e Francesco Agrimi (foto 3)



associazioni territoriali perché il messaggio del Sindacato non sia racchiuso solo all'interno di questo gruppo di lavoro. Trasparenza dei comportamenti è la base per lavorare sui temi che ho appena tracciato perché, altrimenti, "si corre il rischio di fare inutili pettegolezzi quando

invece dobbiamo continuare la traccia lasciata dal nostro presidente Dino Abbascià e proseguire dando anche la nostra impronta".

Anche l'assemblea di **FIDA, LA FEDERAZIONE ITALIANA CONFCOMMERCIO DETTAGLIANTI DELL'ALIMENTAZIONE**, ha rinnovato le cariche sociali dopo la scomparsa del presidente Dino Abbascià. Nuovo presidente nazionale è Donatella Prampolini Manzini. Sergio

Monfrini, presidente di Assofood Milano, è stato eletto nel Consiglio direttivo di Fida. Alfredo Giordano e Michele Gumina sono componenti del Collegio dei probiviri e Luigi Currenti fa parte dei Revisori dei conti della Federazione.

Evento in Confcommercio Milano con il presidente di Fnaarc Adalberto Corsi e il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli



Agenti di commercio In un libro i 70 anni di Fnaarc

“70 anni di F.N.A.A.R.C. 1945-2015” è il libro (di Fabio Majocchi) che racconta la storia di Fnaarc, la Federazione degli agenti e rappresentanti di commercio di Confcommercio (vedi *Unioneinforma* di settembre a pag. 24 n.d.r.)

Con il presidente di Fnaarc Adalberto Corsi e Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio, il libro è stato presentato in un evento nella sede milanese di Confcommercio (con la giornalista del Sole 24 Ore Rosalba Reggio). All'iniziativa è intervenuto Maurizio Bernardo, presidente della Commissione

finanze della Camera dei deputati.

Il presidente di Fnaarc Adalberto Corsi ha sottolineato come la memoria di quanto è stato fatto andasse tutelata, raccolta e trasmessa per il futuro. Sono le vicende di persone coraggiose, orgogliose della loro professione, preparate, animate da un enorme spirito di servizio e da una passione sindacale inestinguibile. La storia di questi 70 anni è fatta proprio per i giovani: è assolutamente necessario – ha rilevato

Una storia di grande impegno sindacale per costruire il futuro



Adalberto Corsi, presidente Fnaarc

▶ ▶ ▶ segue a pag. 26 ▶ ▶ ▶



Gli agenti di commercio in Italia

- ✓ 250.000 operatori organizzati al 90% in forma di impresa individuale.
- ✓ Il numero di agenti di commercio in Italia non ha eguali negli altri Paesi europei. Sono 50mila e 500 in Spagna, 49mila e 400 in Francia, circa 42mila in Germania (fonte Eurostat 2012).
- ✓ Gli agenti di commercio inter-mediano circa il 70% del Pil italiano.
- ✓ Ogni giorno gli agenti di commercio producono 1.000.000 di contatti con il mondo delle imprese e l'utenza finale.
- ✓ Ogni anno acquistano autoveicoli per più di 2 miliardi di euro.
- ✓ All'anno consumano 1,2 miliardi di euro di carburante.
- ✓ I chilometri percorsi ogni anno dagli agenti di commercio italiani (7,5 miliardi) corrispondono a 30 viaggi su Marte.
- ✓ Sono circa 30 milioni all'anno in Italia i recuperi economici a favore degli agenti di commercio a seguito di controversie/conciliazioni con le case mandanti.

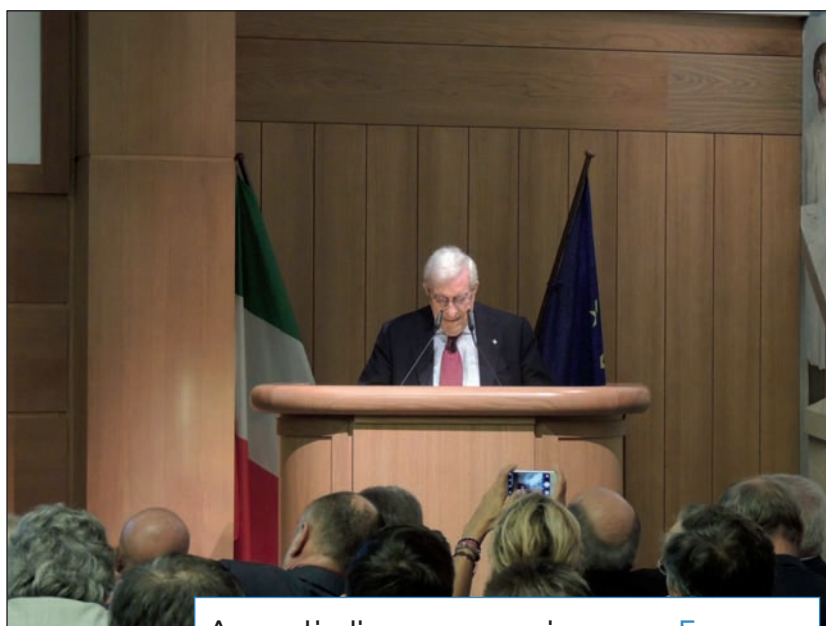
Adalberto Corsi e Carlo Sangalli





segue da pag. 24

Corsi – che si abbia consapevolezza di dove si è partiti: diritti degli agenti di commercio che oggi appaiono scontati sono frutto dell’impegno di chi si è dedicato all’attività sindacale. E di impegno per il futuro ha parlato il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli: “Mi fa davvero piacere essere qui a festeggiare con Fnaarc i suoi primi 70 anni”. Il Settantennale – ha proseguito – è una sfida per Fnaarc: “sfida di cui parla proprio il presidente di Fnaarc Adalberto Corsi nel suo intervento: quella, cioè, di consegnare una grande Fnaarc alle giovani generazioni”.



Agenti di commercio: con Fnaarc per affrontare la sfida di una professione che si evolve



- ✓ Comunicazione e uso integrato delle tecnologie
- ✓ Lingue straniere e internazionalizzazione
- ✓ Marketing operativo
- ✓ Capacità di costituire reti

Foto di Massimo Garriboli e Benedetta Borsani

informa Unione

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

PROPRIETÀ
Unione del Commercio del Turismo dei Servizi e delle Professioni della Provincia di Milano
www.unionemilano.it

DIRETTORE RESPONSABILE
Gianroberto Costa

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

REDAZIONE
Federico Sozzani
corso Venezia 47/49
20121 Milano

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

PER LA PUBBLICITÀ:
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.

A Roma in Parlamento con **Asseprim** e **Cartoon Lombardia** l'animazione italiana

Con Asseprim (l'Associazione dei servizi professionali per le imprese) e l'Associazione Cartoon Lombardia è arrivata a Roma in Parlamento (Montecitorio, sala del Mappamondo) la realtà dell'animazione italiana. Negli ultimi 25 anni l'animazione italiana ha avuto un forte sviluppo sia per la qualità sia per la sempre maggiore capacità di penetrazione dei suoi prodotti nei mercati esteri anche con la realizzazione di numerose coproduzioni internazionali. Questi risultati sono stati raggiunti grazie all'apporto finanziario della Rai ed al forte impegno professionale dei produttori. Negli stessi anni l'animazione è stato il linguaggio adottato da molti dei film e serie televisive più amati e di successo commerciale; con lo sviluppo della digitalizzazione, l'animazione è presto divenuta la tecnica di realizzazione più utilizzata nelle grandi produzioni, affermando la propria centralità nel settore audiovisivo a livello internazionale. Questo sviluppo ha beneficiato, in altri Paesi europei ed extra-europei, di ingenti investimenti pubblici e di legislazioni fortemente incentivanti; per confrontarsi con questo scenario internazionale ed accrescere la propria dimensione, il comparto dell'animazione nazionale – che, paradossalmente, si trova oggi ad affrontare un serio rischio di recessione produttiva – ha davanti a sé una sfida che necessita di strumenti che ne supportino il consolidamento.



L'animazione italiana vuole confermarsi sempre più un settore di punta dell'audiovisivo, che valorizza le grandi capacità italiane nella creatività artistica e dei contenuti e nell'innovazione tecnologica.



L'appuntamento in Parlamento ha tre panel di discussione ("L'animazione digitale: il ruolo educativo e di intrattenimento, lo scenario economico e l'evoluzione del comparto"; "L'animazione digitale e la realtà produttiva italiana"; "L'animazione digitale e le Istituzioni") per condividere aspetti educativi e di intrattenimento, scenari economici, culturali e politici propri di una realtà che può svilupparsi con la collaborazione di tutti i soggetti ed enti ad essa interessati e coinvolti. (SM).



Asseprim, in collaborazione con Luoghi di Relazione, organizza l'Engagement Content Marketing: evento di un'intera giornata (dalle 9.30 alle 18) – in programma in Confcommercio Milano il 12 novembre - con interventi di professionisti del settore, finalizzati ad analizzare lo scenario genera-

"Engagement Content Marketing"
Giovedì 12 novembre
con Asseprim

le e ad approfondire il #contentmarketing e la gestione dei meccanismi di creazione di

engagement.
Aree di intervento: #Progettare #Creare #Pubblicare #Promuovere #Misurare #CaseHistory. Un comitato seleziona le migliori proposte di intervento giunte (segnalate a segreteria@asseprim.it) da inserire nei panel della giornata.

Con l'Università Cattolica supporto alle iniziative di aspiranti imprenditori nella green economy

La Scuola Superiore e il progetto Investingreen

Al Circolo del Commercio di Milano la Scuola Superiore del Commercio del Turismo e dei Servizi e delle Professioni ha organizzato l'evento finale del progetto Investingreen, realizzato nell'ambito del programma europeo "Leonardo da Vinci" con l'obiettivo di supportare aspiranti imprenditori nel settore della green economy.

All'appuntamento sono intervenuti Federica Poli (coordinatore del corso di laurea "Economia e gestione aziendale - Service Management" Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano); Piersergio Trapani (vicepresidente del Gruppo Giovani imprenditori di Confcommercio Milano); Luca Toffenetti (BNL Gruppo BNP Paribas); Ersilia De Rosa e Alessandro De Benedittis (aziende speciali e società controllate della Camera di Commercio di Milano).

All'evento erano presenti sia rappresentanti del mondo associativo e della formazione/lavoro sia studenti universitari appartenenti all'Associazione JeCatt (Junior Enterprise Università Cattolica). Da tutti i relatori è stata sottolineata l'importanza di iniziative che possano accompagnare i giovani verso le attività imprenditoriali, con particolare riferimento ai settori emergenti quale quello della green economy.



L'iniziativa è stata anche l'occasione per presentare le "business ideas" che quattro giovani aspiranti imprenditori green hanno sviluppato con il supporto del progetto Investingreen:

MandorliAMO: produzione di mandorle biologiche. I macchinari saranno a basso impatto ambientale e i gusci potranno essere utilizzati per produrre energia.

LOMBRICOAMICO 3.0: creazione di un impianto di smaltimento rifiuti organici attraverso i lombrichi; un metodo naturale e virtuoso di gestire i rifiuti organici.

2green2lock: servizio di box-rental (noleggio box), declinato in una offerta diversificata in grado di poter rispondere a più esigenze così da ridurre gli spostamenti e dunque le emissioni di CO2.

NATURALMENTE FOOD: servizio di consegna di cibo a basso impatto, poiché utilizza prodotti a Km 0 che sono consegnati con un triciclo cabinato elettroassistito senza utilizzo di petrolio.

Tra i quattro, il progetto giudicato più completo e "cantierabile" da una commissione di esperti e docenti universitari è stato **2green2lock**, premiato con un assegno di 500 euro messi a disposizione dalla Scuola Superiore. L'evento si è concluso con l'auspicio da parte dell'Università Cattolica che anche il prossimo anno possa venire realizzata un'iniziativa che orienti i laureandi verso l'imprenditorialità.



Il "Caffè centrale", con una composizione ispirata all'Albero della Vita di Expo (foto), si è classificato al primo posto sia nel voto della giuria di esperti sia nel voto popolare, del concorso vetri-

■ - notizie dal territorio - ■ - notizie dal territorio - ■

Trezzo sull'Adda: i riconoscimenti del concorso vetrine

ne di Trezzo sull'Adda (32 gli esercizi commerciali partecipanti) promosso dall'associazione territoriale Unione Confcommercio dell'Adda Milanese con l'Amministrazione comunale e la Pro Loco. Secondo classificato per la giuria tecnica "A tuttafrutta", terza nel voto popolare. Al terzo posto "Arte del regalo" per la giuria degli esperti. Nella votazione popolare, al posto d'onore si è classificata "La maison del Juliette". La coppa Pro Loco è stata assegnata a "Mazza Biancheria per la Casa" e la coppa del Comune a "Majalacc". Un premio anche alla frazione Concesa (che ha visto la partecipazione di diverse attività commerciali) con la coppa Concesa a "Rosy Fiori". (SM)



La festività di San Francesco (patrono del commercio)

Domenica 4 ottobre a Milano, in occasione della ricorrenza della festività di San Francesco, patrono degli operatori del commercio e del terziario, presso la chiesa di San Francesco d'Assisi di Fopponino in via Paolo Giovio si è svolta – presente il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli (con lui diversi altri esponenti di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e delle associazioni) - la tradizionale concelebrazione eucaristica presieduta, quest'anno, da monsignor Carlo Ghidelli, vescovo emerito di Lanciano (Ortona). Nella foto il presidente Sangalli con il vescovo emerito monsignor Ghidelli. Nella giornata di festa distribuito, con il contributo dei panificatori milanesi, il "Pane di San Francesco".

le aziende informano - ■

Con Melchioni il LED Made in Italy

I grandi marchi mondiali hanno incontrato sulla loro strada la Melchioni di Milano a partire dalla fine degli Anni '40. Tra di essi il primo rasoio elettrico, il mitico Philishave. Nel 1955 è stata la volta dei primi televisori Philips. E' seguito un impegno verso Oriente con i videogiochi Atari e il monitor Fujitsu. Dagli Usa vi è stato, poi, il Commodore 84. Oggi il gruppo Melchioni è a capitale interamente italiano e familiare, organizzato in divisioni: Home electronics, Car System, Elettronica professionale, Componenti elettronici per l'industria. Ultima nata, ma con una crescita 2015 prevista intorno ai 5 milioni di euro, è la Melchioni LED.

Le LED sono semiconduttori che generano emissione di luce. LED è una nuova forma di tecnologia, la più significativa innovazione nel settore illuminotecnico degli ultimi 100 anni. LED garantisce, infatti, maggiore efficienza luminosa che permette risparmi in termini di costi di manutenzione e di consumo tra il 50 e il 75%.

La Melchioni LED è affidata a Paolo Migiarra, 45 anni, milanese, una gioventù trascorsa nel mondo dell'editoria grazie alla madre top manager nel settore.

L'incontro con i Melchioni risale a quattro anni fa. Oggi Migiarra si definisce "consulente di illuminazione" alla guida di un team di



Paolo Migiarra (Melchioni LED)

Per le aziende che non spengono mai le luci: risparmio energetico fra il 50 e il 75%

I vantaggi della scelta LED: risparmio ecosostenibile, luce di qualità, bassi costi di manutenzione, sicurezza, progettazione ad hoc, realizzazioni Made in Italy, rispetto della normativa UNI EN ISO 9001.

esperti in LED, con idee, progetti e realizzazioni Made in Italy. "In questa fase di decollo nel settore LED abbiamo fatto realizzazioni luminose al Four Season di Milano, al magazzino Amazon di Castel San Giovanni, alla Triennale di Milano. In questi mesi abbiamo ampliato il rapporto con il gruppo Finmeccanica. Abbiamo lavorato, inoltre, per Luxottica e Vodafone – racconta Paolo Migiarra – l'obiettivo non è quello di diffondere le lampadine LED, ma coinvolgere nel progetto Melchioni le aziende che non spengono mai le luci e, dunque, ottengono il miglior risultato economico in LED. Il tutto nel rispetto dell'ambiente, con i massimi standard di qualità, grazie ad una filiera produttiva completamente made in Italy".



Ed ora
approda
in Expo

La grande Bottiglia eco-solidale: passaggio di consegne tra Legnano e Melegnano

Si è spostata da Legnano a Melegnano la grande bottiglia eco-solidale che a breve – nel momento in cui si scrive n.d.r. - approderà ad Expo Milano 2015. Da maggio, a Legnano, sono stati raccolti 55 quintali di tappi. L'iniziativa, promossa dall'associazione "Sorgente dei sogni" e ha visto la collaborazione di Unione Confcommercio e degli operatori commerciali, andrà a sostenere a Legnano, per un anno, un'infermiera ricercatrice per seguire i trattamenti di alte dosi di chemioterapia per il trattamento del midollo osseo. Le associazioni territoriali Unione Confcommercio di Legnano e Melegnano – con i presidenti Paolo Ferrè e Lucia Ippolito – hanno partecipato al passaggio di

consegne della Bottiglia eco-solidale tra le città di Legnano e Melegnano: con – fra gli altri – i primi cittadini

Alberto Centinaio e Vito Bellomo e la responsabile de "La Sorgente dei Sogni" Viviana Cadamuro.
(Foto di Benedetta Borsani)



Paolo Ferrè e Lucia Ippolito, presidenti Unione Confcommercio di Legnano e Melegnano



Monza e l'aperitivo ai tempi di Stendhal

Nell'ambito delle attività programmate dalla Consulta comunale del Quartiere Centro storico – San Gerardo, l'Unione Commercianti di Monza ha organizzato lungo via Bergamo (zona di "movida" dell'intera Brianza), il concorso per scegliere l'aperitivo apprezzato da Stendhal durante i suoi soggiorni in Brianza nel diciannovesimo secolo. Sette fra i migliori barman di Monza si sono cimentati nella creazione di cocktail di colore rosso che dovevano colpire la giuria ed essere scelti come l'aperitivo del grande scrittore francese. Assegnazione ex aequo del premio per gli aperitivi preparati da "Il Gusto della Vita" di via Bergamo e "Velvet" di via Stelvio.

Binasco: "Risottata" e concorso vetrine

A Binasco si è ripetuta l'ormai storica "Risottata", organizzata dall'Associazione territoriale Unione Concommercio di Binasco con gli operatori commerciali e con il patrocinio del Comune. E, in occasione della "Risottata", si è svolta la premiazione di "Binasco in Vetrina", il tradizionale concorso vetrinistico. Ecco il risultato: "L'Arancia 2" in via Matteotti (primo classificato); "Bar caffetteria Alberizzi" in via De Amicis (secondo classificato) e "Mary Flor di Balossi" in via Matteotti (terzo classificato).



la prima risottata di Binasco distribuendo, al termine della corsa, il risotto a tutti con l'aiuto di giovani ragazze, rendendo il tutto ancora più bello e scenografico. Da allora, tutti gli anni – senza alcuna interruzione – in occasione della festa del patrono, si svolge questa ricorrenza molto sentita dagli abitanti di Binasco e dei paesi limitrofi. Nel 2013, poi, grazie all'impegno del Comune di Binasco e alla collaborazione di Sodexo, nasce anche la "Risottata gigante", preparata in un'enorme pentola di acciaio inossidabile nella quale numerosi cuochi e gastronomi muovono con lunghe pale, simili a remi, "risotto e luganega" destinato a tutto il pubblico presente alla festa. La maxipentola diventa, quindi, il simbolo del piatto della tradizione e il risotto è il protagonista del Settembre Binaschino. (SM)



La "Risottata" di Binasco riprende una tradizione iniziata nel 1962 quando Antonio Tondù, titolare dell'omonimo salumificio, volle offrire a tutti, nel giorno della festa patronale di Binasco, un risotto preparato direttamente in piazza. A quell'epoca si svolgeva a Binasco un'importante gara ciclistica sponsorizzata proprio dal Salumificio Tondù: fu un attimo realizzare



Imprenditrici di Cinisello Balsamo I riconoscimenti dello "Scontrino Rosa 2015"

Unione Confcommercio Delegazione di Cinisello Balsamo, Comune di Cinisello e Fondazione Paganelli hanno dedicato la giornata di sabato 3 ottobre alle imprenditrici cinisellesi: i negozi di Cinisello hanno esposto il simbolo dello Scontrino Rosa quale segno di riconoscenza verso l'imprenditoria femminile. Il "Premio Scontrino Rosa 2015" è il momento conclusivo dell'iniziativa, avviata a marzo, che ha visto i cittadini assegnare la propria preferenza alla loro imprenditrice di fiducia.

A Cinisello, in piazza Gramsci, si sono svolte varie attività di aggregazione, con momenti ludici ed educativi. Vi sono state occasioni di riflessione-confronto sull'educazione stradale, anche attraverso una mostra di immagini, promossi da Autoscuola Ricci e NickPilla, e spazi per avvicinare i bambini alla natura con ministrutture di simulazione percorsi avventura, progettate da Parco Avventura Resinelli, ed il laboratorio Euroverdebio "Fai germogliare la tua piantina". Divertimento, musica, karaoke, spettacoli di danza, mostre e tanti giochi e dolcetti Caffarel per bambini, hanno allietato il pomeriggio insieme. In questa occasione le imprenditrici cinisellesi associate hanno promosso i propri articoli in piazza, in uno spazio antistante al negozio oppure sotto un gazebo. Nel tardo pomeriggio è stato il momento di un "Assaggio Aperitivo" con le specialità offerte da imprenditori di Cini-



sello. E alle 22.30 il cielo di piazza Gramsci è stato illuminato dalle lanterne volanti di AssospettacoloAzione.

Cerimonia ufficiale di premiazione dello "Scontrino Rosa 2015" nella sede di Villa Ghirlanda (Sala degli Specchi) alla presenza del sindaco Siria Trezzi (con l'assessore

alle pari opportunità Patrizia Bartolomeo e l'assessore alle Attività produttive Andrea Catania) del consigliere della Fondazione Paganelli professor Mario Marcante, del presidente della

Delegazione Unione Confcommercio di Cinisello Balsamo Rodolfo Meda (con il segretario dell'Associazione territoriale Unione Confcommercio Bruno Milani).

Sono state premiate tre imprenditrici: prima classificata, Debora Zorzitto del panificio "Nuovo Forno" di via Risorgimento 6; al secondo posto Laila Civardi del panificio "Il Golosone" di piazza Gramsci 57; terza classificata, Olimpia Nocera del "Panificio pasticceria Di Martino" di via Corridoni 55. (SM)



Gorgonzola e le blogger internazionali

In occasione della 17esima Sagra nazionale del Gorgonzola, l'Unione di Confcommercio di Gorgonzola ha promosso, con il coinvolgimento dei commercianti, un blog-tour con blogger di ExpolnCittà: americana (Mia Rose Tassone), russa (Irina Popova), cinese (Huijuan Zhu) e peruviana (Leyla Menchola).

Un'occasione utile per promuovere Gorgonzola e le sue attività commerciali.

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