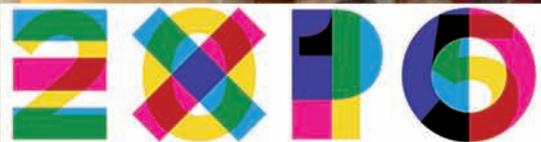


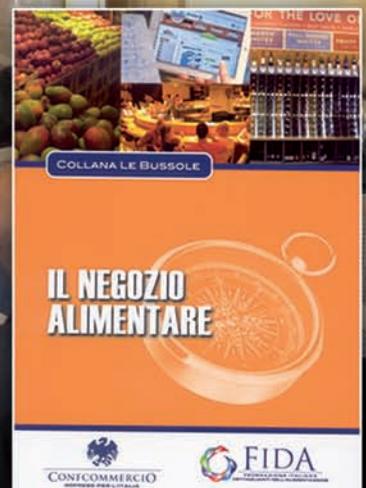


**Le "Bussole"**  
 Un aiuto per orientare  
 le imprese



MILANO

**Sempre più nel vivo**



Progetto Extra Milano,  
 Tourism summit,  
 Explora,  
 accordo bilaterale  
 Lombardia-Liguria  
 (pagg. da 4 a 11)

- L'editoriale  
 pag. 1
- La seconda guida  
 presentata a Milano con  
 Fida Confcommercio  
 pag. 3

CONFCOMMERCIO CARD.  
ESSERE SOCI HA TANTI VANTAGGI. PORTALI SEMPRE CON TE.



## CHIEDILA SUBITO ALLA TUA ASSOCIAZIONE.

Per informazioni: **02.7750362**

**marketing@unione.milano.it - www.unionemilano.it**

## I PRIVILEGI DELLA TUA TESSERA SOCIO, LA COMODITÀ DI UNA CARTA DI CREDITO.

- Tessera Associativa e carta di credito in un'unica Card.
- Addebitabile su qualsiasi banca.
- Disponibilità flessibile a partire da 1.600 euro al mese.
- Addebito mensile dopo 35 giorni dall'invio della lettera di addebito con un risparmio medio di 50 giorni di valuta.
- Canone annuo di 20 euro, gratis al superamento di 1.000 euro di spesa annua.
- Zero commissioni per rifornimento carburante.
- Commissioni di prelievo contante dimezzate.
- Pacchetto assicurativo dedicato.
- Progettata con ABCapital, realizzata da Deutsche Bank, utilizzabile negli esercizi commerciali che espongono il marchio MasterCard: oltre 32 milioni in tutto il mondo.
- In esclusiva per le imprese associate.
- Valida per accedere a sconti e convenzioni del Sistema Confcommercio.



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

Partner finanziari Confcommercio Card:



# “Le Bussole”: un aiuto alle imprese



con Fida, la Federazione italiana dettanti dell'alimentazione (il primo, presentato a Roma con Fipe, Federazione italiana pubblici esercizi, è stato dedicato alla ristorazione), è focalizzato principalmente sugli aspetti pratici e operativi della gestione di un esercizio al dettaglio alimentare (vedi pagina 3 n.d.r.).

“Le Bussole” – con un taglio pratico, operativo, di facile lettura – vuol essere un’iniziativa a supporto dell’attività d’impresa, soprattutto di quelle operanti in settori cosiddetti “tradizionali” che poi, a ben vedere, guardando alle innovazioni che sono in grado di produrre, tanto tradizionali non sono.

Le attività commerciali contribuiscono anche, e in maniera fondamentale, a formare quella fitta trama di relazioni sociali che animano la vita del nostro territorio.

Là dove c’è un’attività commerciale, ma anche turistica e di servizio, si creano, infatti, le condizioni di vitalità e qualità dei territori; si realizzano con più facilità opportunità di

sviluppo per i rapporti sociali e culturali, si limita il degrado. Stimolando, allo stesso tempo, la riqualificazione urbana, lo sviluppo, la legalità. Per questo è importante

scongiorare il fenomeno della “desertificazione commerciale” che ha colpito molti centri urbani e che è l’anticamera del degrado sociale.

Le eccellenze non mancano: abbiamo imprenditori con idee e progetti di grande qualità, espressioni di una creatività riconosciuta e ammirata a livello internazionale; abbiamo imprese pronte a cogliere e utilizzare i vantaggi dell’innovazione. Per innovare bisogna innanzitutto partire dalla conoscenza del cliente, che cambia inevitabilmente, anno dopo anno, territorio per territorio, generazione per generazione. L’imprenditore che innova è anche quello che esce prima e meglio dalla crisi.

Bisogna poi essere “corazzati” dal punto di vista della gestione economica.

La collana “Le Bussole” vuole, perciò, essere un utile strumento al servizio degli imprenditori: sia di quelli che già operano nel settore sia per chi intende avviare un’attività. Bisogna, inoltre, essere attenti e curiosi delle esperienze di successo altrui: la guida è quindi corredata di una specifica ricerca di mercato sulle preferenze dei consumatori, soprattutto relativamente ai criteri di scelta di un esercizio commerciale e di un’analisi approfondita dei principali trend di domanda e offerta nazionali ed internazionali, con l’illustrazione di molti casi pratici da cui poter trarre spunto.

Il ruolo delle associazioni d’impresa nel tempo è cambiato e, direi, è diventato più complesso. Insieme agli aspetti legati alla tutela e alla rappresentanza degli interessi è, infatti, sempre più sentita l’esigenza di fornire strumenti concreti di sostegno all’attività quotidiana d’impresa.

Va quindi un sentito ringraziamento a coloro che hanno reso possibile la realizzazione di questo progetto editoriale e che collaborano alla stesura dei manuali.

**CARLO SANGALLI**

Presidente di Unione Confcommercio  
Milano, Lodi, Monza e Brianza

**A** Milano è stato presentato il secondo volume dei manuali di business della collana di Confcommercio “Le Bussole” Questo secondo volume sul negozio alimentare



**Unioneinforma** - ottobre 2013 - n. 9 - anno 19 (questo numero è stato ultimato il 6 ottobre)

# Galbiati

A R R E D A



ADIMEMBER



ALIVAR Artemide calligaris CITTERIO DEIDON' DESALTO DESIGNERS GUILD  
desirée divani Euromobil FIAM ITALIA FLEXFORM FLOS flou FontanaArte  
GAGGENAU GLAS Kartell MERIDIANI Minotti D à MOBILAC PAOLA LENTI  
PEDINI Poliform porada PRESOTTO Rimadesio RODA ROSSANA Varenna Zalf

Arredatori da generazioni, i Galbiati hanno aperto nel 1950 il loro primo negozio a Milano dopo l'inizio artigianale in Brianza, e da allora sono diventati un punto di riferimento per clienti e architetti italiani e internazionali. Oltre alla loro produzione i Galbiati hanno selezionato i prodotti delle migliori marche per offrire un servizio sempre più ampio e qualificato, ma hanno soprattutto sviluppato un modo diverso di servire il cliente, caratterizzato da una consulenza totale e personalizzata che va dalla progettazione alla produzione su misura sino alla spedizione in ogni paese del mondo.

*Interior decorators for generations, the Galbiati opened their first store in Milan in 1950, after having started out as a hand-Craft shop in Brianza, and soon became a point of reference for Italian and international clients and architects. In addition to their own products, the Galbiati also select the best brands of other products so as to be able to offer a more complete, qualified service. They have also developed a different way of providing client service, which is characterized by total, personalized consulting ranging from design to customized production to shipping to all points on the globe.*

P R O G E T T A R I S T R U T T U R A P E R S O N A L I Z Z A

MILANO

ESPOSIZIONE PRINCIPALE

TOTALHOMEDESIGN

V.le Certosa, 21 (P) - tel. 0233001254 r.a. - fax 0233005952

Via Pier Capponi, 3 - tel. 0248008338 - fax 0236568416

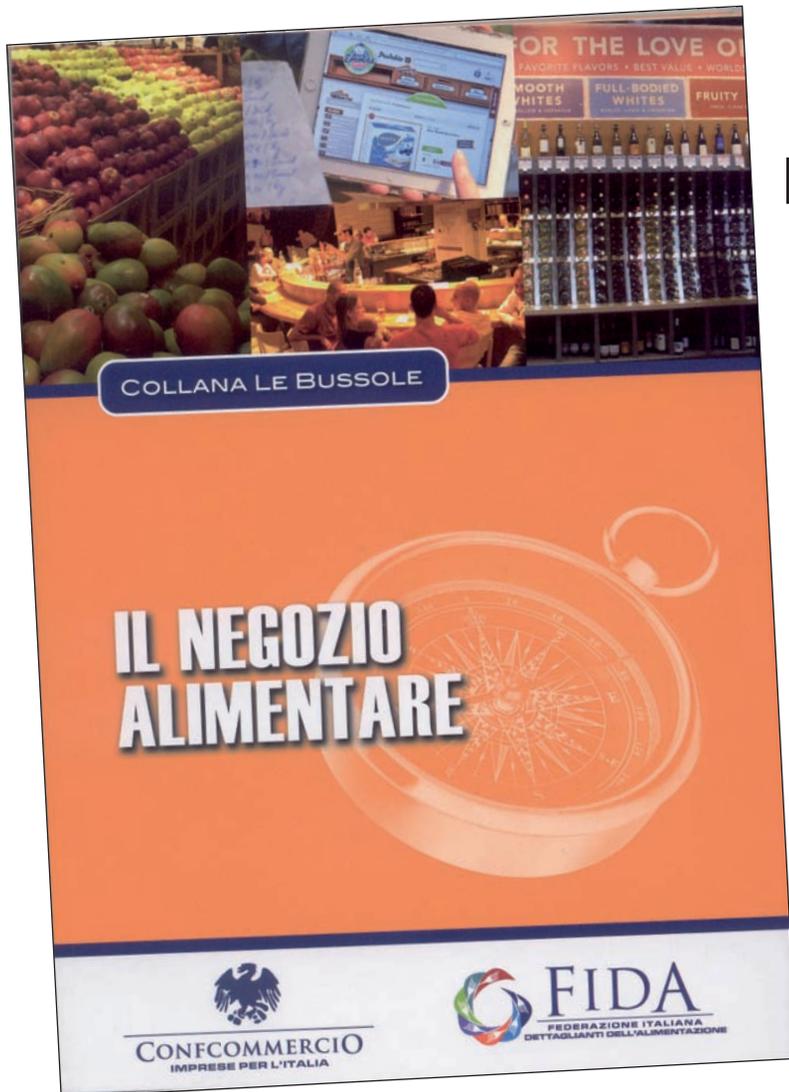
HONG KONG

Galbiati  
SALON  
IN  
STILE

Suite 1515, 15/F One Island South, 2 - Heung Yip Road, Wong Chuk Hang

www.galbiatiarreda.com - info@galbiatiarreda.com

*Dopo il debutto della collana a Roma con Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) con una pubblicazione sulla ristorazione*



Il volume "Il negozio alimentare" è un manuale di business per il dettaglio food. In Italia, caso unico in Europa, la rete di esercizi al dettaglio in sede fissa (sia specializzati sia non specializzati a prevalenza alimentare) è costituita – rileva Fida – da circa 190 mila punti vendita (il 25% del totale degli esercizi commerciali al dettaglio) con una diffusione molto più capillare nel Sud del Paese. Area alimentare che, naturalmente, ha vissuto in questi ultimi anni importanti processi di ristrutturazione della rete distributiva con un calo degli esercizi specializzati e la crescita delle tipologie di media e grande distribuzione.

"Il negozio alimentare" (qui sopra la foto della copertina) affronta diversi argomenti: dai consumi e i negozi alimentari; alle sperimentazioni innovative dei punti vendita (tendenze, casi di successo italiani e stranieri); ai conti economici del negozio.

"Crediamo che questa guida – scrive nella prefazione Dino Abbascià, presidente di Fida Confcommercio (immagine di Benedetta Borsani n.d.r.) – possa essere di grande aiuto non solo per chi si affaccia per la prima volta al mondo del dettaglio alimentare, ma

## "Il negozio alimentare": la seconda "Bussola" presentata a Milano da Fida Confcommercio

**"**dee e strumenti per il successo dei negozi alimentari" è stato il titolo del convegno, svoltosi giovedì 3 ottobre nella sede della Confcommercio milanese, durante il quale Fida Confcommercio (la Federazione italiana dettaglianti dell'alimentazione) ha presentato "Il negozio alimentare" (manuale teorico-pratico commissionato a Kiki Lab da Fida e Confcommercio) che costituisce il secondo volume de "Le Bussole" (il primo, presentato a Roma con Fipe, Federazione italiana pubblici esercizi, era invece rivolto alla ristorazione) pubblicazioni nelle quali vengono trattati temi idee e suggerimenti utili agli operatori commerciali. All'appuntamento del 3 ottobre nella sala Orlando di Palazzo Castiglioni sono intervenuti, fra gli altri, il presidente di Fida Dino Abbascià e il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli (vedi l'editoriale di pag. 1 n.d.r.).

anche per chi è nel settore da anni e può verificare, utilizzando il sistema del benchmarking, se esistono aree di criticità nella propria azienda".



▲ **Dino Abbascià, presidente Fida Confcommercio**

*A Milano  
Tourism summit  
a Palazzo Reale*



## Expo 2015, presentazione ai tour operator

Oltre 60 tour operator internazionali e nazionali hanno partecipato a Milano, a Palazzo Reale, al primo Tourism Summit di Expo Milano 2015, organizzato da Expo 2015 spa in collaborazione con FieraMilano/Bit2014 e

Agenzia Nazionale del Turismo-Enit. I lavori, aperti dal sindaco di Milano Giuliano Pisapia, sono proseguiti con le relazioni di Piero Galli, direttore generale divisione gestione evento di Expo 2015 spa, sull'importanza strategica dell'Esposizione Universale per il settore del turismo nazionale e internazionale, e di Sergio Rossi, della Camera di Commercio di Milano, che ha parlato di Explora (società





## I biglietti per l'Esposizione Universale

*La vendita dei biglietti per Expo Milano 2015 comincerà il 1 marzo 2014. L'obiettivo è arrivare a vendere 4-5 milioni di ticket prima che inizi l'esposizione e di riuscire a vendere un milione di biglietti alle famiglie di origini italiane, in particolare del Sud America.*

*“Il prezzo medio dei biglietti – ha detto Giuseppe Sala, commissario unico di Expo - si aggirerà intorno ai 22 euro, ma ci saranno biglietti differenziati, ad esempio a seconda del fatto che siano per giorni specifici o per periodi flessibili, per particolari categorie come giovani e anziani, a seconda del canale di vendita (via web o cartaceo), o se per visite pomeridiane (per evitare ingorghi al mattino) o per Expo by night. Le tariffe verranno nel dettaglio rese note a dicembre prima della data ufficiale di marzo; toccherà a Bit 2014 e, in particolare, al BitBuy Expo offrire la possibilità di programmare e acquistare in anteprima i pacchetti turistici legati all'Esposizione Universale. (SC)*

per la promozione del turismo che unisce Camera di Commercio di Milano, Unioncamere, Regione Lombardia ed Expo) e spiegato come la rete delle camere di commercio italiane possa contribuire alla crescita del sistema turistico. Filippo del Corno, assessore alla Cultura del Comune di Milano, e Alberto Cavalli, assessore a Commercio, Turismo e Terziario di Regione Lombardia, hanno presentato l'offerta culturale e artistica di

Milano e della Lombardia.  
Il direttore generale



▲ **Giuseppe Sala, commissario unico Expo 2015**

dell'Agenzia nazionale del Turismo-Enit, Andrea Babbi, ha illustrato il piano promozionale di fiere ed eventi in ambito italiano e internazionale previsto per l'appuntamento del

2015. Il presidente di Explora Giuliano Noci ha invece presentato gli obiettivi della società costituita per promuovere il territorio milanese, lombardo e italiano presso i grandi tour operator mondiali, in vista di Expo Milano 2015.

A fine lavori conferenza stampa con Carlo Sangalli (presidente della Camera di Commercio e di Confcommercio Milano); Giuseppe Sala (commissario unico Expo 2015), il sindaco Pisapia e il presidente di Regione Lombardia Roberto Maroni. Per Sangalli “Il successo di Expo sarà determinato soprattutto dai nuovi flussi turistici che il sistema Milano-Italia saprà attrarre e valorizzare. Per ottenere questo risultato è necessario un sistema integrato del turismo che è alla base della creazione di Explora, la nuova società che unisce

▶▶▶ segue a pag. 7 ▶▶▶



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



▶▶▶ segue da pag. 5 ▶▶▶

Camera di commercio di Milano e Unioncamere, Regione Lombardia ed Expo 2015 spa. Significa anche creare nuovi percorsi rispetto alle classiche mete e servizi nell'offerta turistica proponendo una nuova modalità di visitare il nostro territorio. Questo 'pacchetto turismo per Milano e la Lombardia', che allargheremo all'Italia, può rappresentare un importante indotto economico e culturale e sarà una delle principali eredità dell'Esposizione Universale". (SC)



## "Effetto" Expo: i voti e le attese

**E**xpo 2015: per il turismo milanese è attesa una crescita del 10% nel fatturato e come "eredità" verso il 2020 per il Paese la creazione

di 84mila unità di lavoro aggiuntive. Un turismo, quello milanese, che si sposta dai soli affari e include sempre più la cultura mentre cresce il peso degli stranieri. E' quanto emerge da un'indagine condotta a settembre dalla Camera di

## Indagine della Camera di Commercio di Milano

Commercio di Milano attraverso Digicamere su 400 imprese milanesi del turismo (metodo CATI), che hanno dato un voto positivo al sistema turistico milanese: quasi 7.

I punti di forza per il turismo sono: i monumenti (29,9%), i collegamenti (22,3%), lo shopping (21,1%) e l'offerta culturale (18,2%).

Tra i luoghi di attrazione, le imprese del turismo indicano al primo posto il Duomo (39,0%), poi il Castello Sforzesco (26,6%), il Cenacolo di Leonardo a Santa Maria delle Grazie

▶▶▶ segue a pag. 9 ▶▶▶

**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



▶▶▶ segue da pag. 7 ▶▶▶

(12,4%), la Galleria Vittorio Emanuele il (11,3%) e il Teatro alla Scala (5,5%). Per cogliere appieno l'effetto Expo, le proposte delle imprese sono: potenziare i mezzi pubblici che collegano Milano a zone vicine (laghi, città d'arte, mare) (43%); i servizi informativi tradizionali (punti informativi, mappe) (17%); gli orari di apertura della città e dei monumenti (16%). E tra le esigenze segnalate per la manifestazione ci sono le toilette pubbliche (14%).

In queste pagine su Expo immagini di Mattia Dognini

*L'iniziativa Duezerodue a Palazzo Bovara (Circolo del Commercio) con la Confcommercio milanese*

## Expo con un'App: il progetto Extra Milano



Con Confcommercio Milano, a Palazzo Bovara (Circolo del Commercio), la presentazione di Extra Milano®, progetto di Duezerodue. Extra Milano® è un progetto di ser-

vizi e iniziative dedicati alle imprese e ai cittadini stranieri presenti in Italia e ai visitatori stranieri di Expo Milano 2015. Extra Milano® è anche un'applicazione multilingua per smartphone, già disponibile sulle principali piattaforme. Le due

attività sono state ideate per rispondere alle esigenze dei Paesi Partecipanti a Expo Milano 2015 e si propongono ai Consolati e alle Ambasciate presenti in Italia per la comunicazione istituzionale diretta ai propri concittadini. L'iniziativa ha fra i patrocinatori Regione Lombardia, Camera di Commercio di Milano e Provincia di Milano. Numerosi i rappresentanti di numerose associazioni del sistema Confcommercio: Aice (Associazione italiana commercio estero); Asseprim (Associazione dei servizi professionali alle imprese); Assintel (l'Associazione delle imprese Ict); Federlingue (l'Associazione dei servizi linguistici e d'interpretariato); Gitec (l'Associazione delle guide turistiche); Anips (Associazione imprenditori e professionisti stranieri).

*segnaliamo che...*



◀ **ANNA LUCIA CARBOGNIN**, presidente dei fioristi milanesi, riconfermata alla presidenza dell'Unione regionale lombarda fioristi.

**MARCO MOLA**, presidente dei macellai lodigiani, eletto alla presidenza di Federcammi Lombardia. ▶



# UNIONE

premia la tua

# FEDELTA'

Per il quinto 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 VALTELLINESE**

**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](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 2013 le annualità si riferiscono agli anni 2011/2012/2013).



Unione  
CONFCOMMERCIO  
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

*A La Spezia Confcommercio Lombardia  
al Tavolo bilaterale sul turismo  
Lombardia-Liguria (con la presentazione  
di Explora e la sottoscrizione del protocollo  
di collaborazione fra le due Regioni)*



◀ **Tavolo bilaterale sul turismo Lombardia-Liguria: Lino Stoppani, presidente Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e coordinatore di Confcommercio Milano per Expo 2015, interviene sulla nave Amerigo Vespucci**

## Expo vincente? Con un'offerta turistica integrata sul territorio

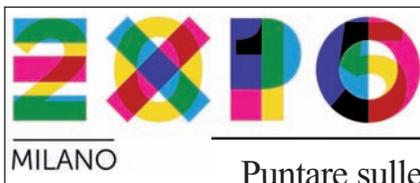
Il successo di Expo sarà determinato soprattutto dai nuovi flussi turistici che il sistema Milano-Italia saprà attrarre e valorizzare. Per ottenere questo risultato è necessario un sistema integrato del turismo che è alla base della creazione di Explora, la nuova società che unisce Camera di Commercio di Milano e Unioncamere, Regione Lombardia ed Expo 2015 spa" lo ha affermato il presidente di Confcommercio e Camera di Commercio di Milano Carlo Sangalli al primo Tourism Summit di Expo 2015 organizzato a Milano (vedi le pagine precedenti)

"Significa anche creare nuovi percorsi rispetto alle classiche mete e servizi nell'offerta turistica proponendo una nuova modalità di visitare il nostro territorio. Questo pacchetto turismo per Milano e la Lombardia, che allargheremo all'Italia, può rappresentare un importante indotto economico e culturale e sarà una delle principali eredità dell'Esposizione Universale".

"Nuovi flussi turistici che dobbiamo essere capaci di convogliare e valorizzare" ha aggiunto Lino Stoppani, consi-

gliere di Confcommercio Milano incaricato del coordinamento per Expo 2015 e presidente Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) che, con il segretario generale di Confcommercio Lombardia Giovanna Mavella è intervenuto a La Spezia (sulla nave

Amerigo Vespucci), al Tavolo bilaterale sul turismo Regione



### Puntare sulle reti d'impresa e su un calendario coordinato di iniziative (con un ruolo importante dei Distretti del Commercio)

Lombardia-Regione Liguria con la sottoscrizione del protocollo di collaborazione fra le due Regioni per l'attrattività dei rispettivi territori con l'Esposizione Universale in occasione della presentazione, in Liguria, della neocostituita società per la promozione del turismo Explora (alla quale, ricordiamo, parte-

cipano Camera di Commercio di Milano e Unioncamere Lombardia al 60%, Regione Lombardia con il 20% ed Expo 2015 con il 20%).

Occorre fare sistema: "man mano che ci si avvicina all'Esposizione Universale - ha rilevato Stoppani - è sempre più importante rafforzare la sinergia fra tutti gli attori, pubblici e privati, per coordinare le modalità di promozione delle nostre destinazioni turistiche".

La Lombardia, con la sua offerta, gioca un ruolo di primo piano: "la nostra Regione ha tanti punti forza - ha spiegato Stoppani - basti pensare alle eccellenze artistiche, culturali, enogastronomiche. E poi alla moda, al design". E, per le imprese, ci sono strumenti utilizzabili e da valorizzare: le reti d'impresa (e già ci sono esempi - come con "Valtellina in tavola", iniziati da seguita dalla Confcommercio lombarda con Confcommercio Sondrio) e i Distretti del Commercio per costruire una rete coordinata di iniziative di promozione e animazione che possono aiutare l'offerta turistica.



## COSA SERVE ALLA TUA ATTIVITÀ ?



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

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



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

Analisi dell'Ufficio Studi Confcommercio

## Iva al 22%: ecco gli effetti



**D**al primo ottobre è scattato l'aumento dal 21 al 22% dell'Iva. Gli effetti di quest'aumento li ha analizzati l'Ufficio Studi di Confcommercio.

**Impatto sui consumi.** Si amplificherebbe la già drammatica situazione dei consumi che, dopo aver chiuso il 2012 a -4,3%, chiuderà, senza interventi, anche quest'anno in negativo a -2,4%. L'incremento dell'Iva, che si tradurrebbe in una riduzione dei consumi dello 0,1% a parità di altre condizioni, andrebbe a incidere negativamente sulle spese del mese di dicembre e quindi delle festività, momento nel quale, invece,

potrebbero concretizzarsi qualche auspicato segnale di ripresa.

**Impatto sui prezzi:** in una situazione in cui l'inflazione è sostanzialmente sotto controllo, si avrebbe un incremento dei prezzi tra ottobre e novembre di circa lo 0,4%,

il cosiddetto "effetto scalino", con inevitabili effetti di trascinamento anche nel 2014; nel dibattito attuale si dimentica - rileva Confcommercio - quanto accaduto nel 2012. Se, in termini di caduta dei consumi, è stato l'anno peggiore della storia repubblicana, ciò è stato dovuto anche all'incremento dell'Iva avvenuto a metà settembre 2011. Perché ripetere lo stesso errore?

**Impatto sul gettito fiscale:**

come già accaduto con l'aumento dell'aliquota dal 20 al 21%, la contrazione della domanda porterebbe con sé anche una riduzione del gettito Iva atteso.

**Impatto su produzione e occupazione:**

la perdita di produzione, determinata dal calo dei consumi, comporterebbe, a regime, una riduzione dell'occupazione approssimativamente di 10 mila posti di lavoro.

**Impatto sulle imprese:**

in una situazione già di estrema difficoltà per le imprese del commercio, gravate da una pressione fiscale da record mondiale e dal mancato pagamento dei debiti della P.A., un'ulteriore contrazione della domanda interna porterebbe alla chiusura di molte attività.

**Impatto sui redditi:** risulteranno più penalizzate le famiglie a basso reddito: la pressione Iva (rapporto tra Iva pagata e reddito) per il 20% di famiglie più povere arriverebbe al 10,5%, mentre per il 20% di famiglie più ricche sarebbe del 7,5%, circa il 30% in meno.

Istat:  
cala  
del 4,7%  
il potere  
d'acquisto  
delle famiglie

Il reddito disponibile delle famiglie è sceso in termini correnti del 2%, mentre il potere d'acquisto è diminuito del 4,7%: si tratta del calo peggiore dal 1990, anno d'inizio delle serie. Lo ha comunicato l'Istat che ha diffuso i dati aggiornati relativi al 2012. La propensione al risparmio delle famiglie è scesa all'8,4% dall'8,8% del 2011, toccando il punto più basso da 22 anni. Il 2012 è stato quindi un anno

"nero" per i bilanci delle famiglie italiane, con record negativi sia per la capacità di spesa espressa in termini reali, ormai in diminuzione dal 2008, sia per l'inclinazione al risparmio, definita dal rapporto tra il risparmio lordo e il reddito disponibile, che, calando all'8,4%, risulta più che dimezzata a confronto con quindici anni prima. Male è andata anche la spesa per i consumi finali, in flessione dell'1,5% in termini nominali.

La Tua Associazione Ti assiste nel presentare pratiche di accesso ai finanziamenti aziendali su misura e per pratiche di accesso al credito a tasso agevolato per il tramite del **Fondo di Garanzia Fidicomet** e della Cooperativa Fidi regionale **Asconfidi Lombardia**.

**Contatta la tua Associazione  
per ricevere assistenza personalizzata**

CREDITO AGEVOLATO per le PMI  
e le Attività Professionali  
dei Territori di Milano,  
Lodi, Monza  
e Brianza



FIDICOMET è una Cooperativa di Garanzia Fidi che opera con l'obiettivo di **favorire l'accesso al credito bancario** per le PMI (Micro, Piccole e Medie Imprese) e per i Professionisti.

FIDICOMET opera con **Istituti di Credito convenzionati** prestando loro garanzia fideiussoria, al fine di agevolare le PMI Socie nell'ottenimento di **finanziamenti bancari** a breve/medio e lungo termine a **condizioni particolarmente favorevoli** e con iniziative di abbattimento-tassi.

FIDICOMET offre consulenza e sostegno a Imprese e Professionisti per l'ottenimento di finanziamenti finalizzati a **investimenti produttivi**, all'incremento dell'**operatività**, nonché ad esigenze di generica **liquidità aziendale** e finanziamento del **capitale circolante**:

- ☞ acquisto e/o ristrutturazione di immobili strumentali
- ☞ acquisto di arredi, attrezzature e autoveicoli strumentali
- ☞ acquisto di macchinari e impianti
- ☞ potenziamento delle scorte di magazzino
- ☞ necessità di credito di esercizio
- ☞ riequilibrio finanziario d'Impresa.

# fidicomet

Fondo di Garanzia per il Credito al Commercio al Turismo ai Servizi e alle Professioni

20121 Milano • C.so Venezia, 47 • Tel. 02 7630021 • Fax 02 76300246  
[www.fidicomet.it](http://www.fidicomet.it) • [info@fidicomet.it](mailto:info@fidicomet.it)

Socio fondatore di



*Ripristinato dallo scorso 20 settembre l'obbligo del tentativo di conciliazione: dalle liti condominiali all'eredità, dalle responsabilità mediche ai contratti assicurativi e bancari*

**C**on la legge di conversione del decreto legge n. 69/2013, a partire dallo scorso 20 settembre, chi litiga su questioni varie - condominio, divisione, successioni ereditarie, patti di famiglia, locazione, comodato, affitto di aziende, risarcimento del danno derivante da responsabilità medica e sanitaria e da diffamazione con il mezzo della

stampo o con altro mezzo di pubblicità, contratti assicurativi, bancari e finanziari - deve obbligatoriamente farsi assistere da un avvocato in mediazione.

**Competenza territoriale.** Il procedimento di mediazione dura non più di tre mesi a partire dalla data di deposito della domanda di mediazione presso l'organismo scelto. A tal proposito (diversamente dal passato) è stata introdotta la "competenza territoriale" dell'organismo di mediazione che dovrà essere scelto tra quelli presenti "nel luogo del giudice territorialmente competente per la controversia".

**Sanzione.** Viene reintrodotta la sanzione prevista in caso di mancata partecipazione all'incontro di mediazione senza giustificato motivo. Il giudice, infatti, può condannare la parte non comparsa senza giustificato motivo al versamento all'entrata del bilancio dello Stato di una somma di importo corrispondente al contributo unificato dovuto per il giudizio.

**Avvocati "mediatori".** In base alla nuova disposizione, gli avvocati risultano mediatori di diritto per il conseguente obbligo di essere adeguatamente formati in materia di mediazione e mantenere la propria preparazione costantemente aggiornata tramite corsi a ciò finalizzati.



## Contenzioso più "leggero": si torna alla conciliazione

**Conciliazione, come funziona.** Dalla classica controversia tra il consumatore (privato cittadino) e l'azienda a seguito dell'acquisto di un bene o dell'utilizzo di un servizio, dai contratti di locazione alle successioni e divisioni ereditarie, dalle liti

svariate tipologie di controversie e per molteplici soggetti (persone fisiche o giuridiche), ma anche banche (contratti finanziari e bancari), assicurazioni (contratti assicurativi e danni da circolazione), strutture mediche (risarcimento

danno da responsabilità medica) e società (controversie anche tra soci di una stessa azienda). Oltre al Servizio di conciliazione Ccicaa, sono attivi il Servizio internazionale di conciliazione (per le controversie tra parti di differente nazionalità), l'Italy-China Business

Mediation Center (ICBMC) per le liti insorte tra imprese italiane e cinesi e Risolviaonline.com, la piattaforma nata per gestire controversie online.

**Due mila i casi di conciliazione, per risolvere liti, gestiti dalla Camera di Commercio di Milano attraverso l'azienda speciale Camera Arbitrale negli ultimi due anni (2011-2012) per un valore medio di 250 mila euro**



condominiali alle controversie tra aziende. La mediazione è uno strumento duttile e utile per

**Per cosa si litiga?** Contratti bancari/finanziari e contratti assicurativi (25%), locazione (15%), successioni e divisioni ereditarie (10%): sono i temi su cui i milanesi litigano di più. Questi gli argomenti principali dei circa 2 mila casi di conciliazione, per risolvere liti, gestiti dalla Camera di Commercio di Milano attraverso l'azienda speciale Camera Arbitrale negli ultimi due anni (2011-2012) per un valore medio di 250 mila euro. E quando le parti si siedono attorno ad un tavolo alla presenza di un mediatore, la metà degli incontri si conclude con la risoluzione della controversia: in media in 41 giorni.



# Fidicomet >> Professionisti

## Fidicomet >> Professionisti

E' il programma del Fondo di Garanzia di *Confcommercio - Imprese per l'Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza* per agevolare l'accesso al credito per Professionisti e Studi professionali associati.

## Quale TIPOLOGIA DI OPERAZIONE è finanziabile ?

**INVESTIMENTI PRODUTTIVI** quali ad esempio :

- ✓ acquisto e/o ristrutturazione di **IMMOBILI STRUMENTALI**;
- ✓ acquisto di **AUTOVETTURE**;
- ✓ acquisto di **ARREDI e ATTREZZATURE** in genere;
- ✓ rinnovo di **IMPIANTI**;
- ✓ acquisto di Sistemi Informatici di gestione (**HARDWARE e SOFTWARE**);
- ✓ installazione di **IMPIANTI** di allarme antintrusione, sorveglianza, etc.



**Operazioni a sostegno della LIQUIDITA' AZIENDALE** quali ad esempio :

- ✓ anticipazioni su **PROGETTI / CONTRATTI**;
- ✓ programmi di miglioramento della **STRUTTURA FINANZIARIA**;
- ✓ **CONSOLIDAMENTO** di Passività bancarie e commerciali di Breve termine;
- ✓ Liquidazione **TFR dipendenti** in 24 – 36 mesi;
- ✓ Imposte e Tasse in 18/24 mesi.



## A CHI RIVOLGERSI ?

**Prima di ricorrere ad affidamenti e finanziamenti bancari  
contatti con fiducia la Sua Associazione**

**fidicomet**

Corso Venezia, 47 – 20121 Milano  
Palazzo Castiglioni - Piano Terreno  
Tel: 02/76.300.21  
Fax: 02/76.300.246  
E-Mail: [info@fidicomet.it](mailto:info@fidicomet.it)  
Fidicomet Soc.Coop. – Fondo di Garanzia

Gruppo Asconfidi Lombardia



**ItaliaProfessionisti**

Associazione dei Professionisti

Corso Venezia, 51 – 20121 Milano  
Palazzo Bovara  
Telefono: 02/7750.565  
Fax: 02/7750.430  
[italiaprofessionisti@unione.milano.it](mailto:italiaprofessionisti@unione.milano.it)



**R**iaperto a Milano dal Comune il Bando cantieri che prevede l'assegnazione di contributi a fondo perduto per le micro e pmi milanesi di commercio (comprese edicole e chioschi), artigianato, turismo e servizi situa-

te nelle aree interessate da cantieri pubblici. Le domande di contributo si possono presentare fino al 31 ottobre. Il contributo è pari al 50% dell'investimento complessivo ammissibile, fino a un massimo di 2.500 euro per ogni unità locale. Sono ammissibili al contributo le spese sostenute dal 1° gennaio 2012 al 30 giugno 2014 relative a: gestione dell'attività (ad es. utenze e canoni di locazione degli immobili, acquisto di materiale d'uso da non destinare alla vendita, spese per pubblicità e comunicazione, formazione del personale, progettazione e sviluppo di specifici

software); spese per servizi comuni a più imprese (pulizia, lavanderia, sorveglianza, approvvigionamento, deposito/magazzino, consegna/ritiro merci). Per informazioni contattare la propria associazione di riferimento. Le imprese associate con user e password possono consultare il testo del bando nella sezione del sito di Confcommercio Milano - [www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it) - "Bandi, credito e finanziamenti".

## Milano: Area C a 3 euro per chi parcheggerà nelle autorimesse convenzionate

**E'** stato approvato dalla Giunta comunale milanese lo schema di Protocollo tra Comune di Milano e Apa (Associazione provinciale autorimesse) con il quale si agevola il parcheggio (per più di un'ora) nelle strutture convenzionate del centro città con il pagamento di 3 euro (anziché 5), per l'ingresso in Area C. Grazie una postazione periferica collegata a un sistema centralizzato di indirizzamento, gli automobilisti potranno inoltre conoscere in tempo reale il numero di posti disponibili nelle autorimesse. (AL)



### Area C: le ultime novità

*Dal 30 settembre a Milano sono in vigore alcune novità per l'accesso ad Area C. Chi non effettua il pagamento subito o entro le 24 ore del giorno successivo, ha tempo sino alla mezzanotte del settimo giorno per regolarizzare il pagamento. In questo caso si pagherà una multa di 30 euro; nel caso in cui non si paghi dopo il settimo giorno, si dovrà versare la sanzione intera.*

*Per effettuare il pagamento bisognerà accedere a My Area C, nuova versione del sito di Area C disponibile per tutti (non*

*solo per i residenti di Area C e per i proprietari dei veicoli commerciali come accadeva finora). Gli automobilisti potranno registrarsi: a quel punto riceveranno una password e dovranno iscrivere la targa della propria auto; da quel momento avranno la possibilità di accedere all'area personale nella quale gestire la propria situazione. Sempre dal 30 settembre è attivo il nuovo servizio di pagamento dei tagliandi tramite PayPal. Si ricorda,*

*inoltre, che il vecchio call center gratuito 800.437.437 è stato sostituito dal numero a pagamento 02.48684001 (operativo tutti i giorni dalle 7 alle 24).*

*Per attivare i tagliandi di Area C sono sempre disponibili il sito internet del Comune (nella sezione Servizi on-line), gli sportelli bancomat IntesaSanPaolo, i parcometri in giro per la città, la modalità Telepass o l'invio di un sms al numero 339.9940437, una volta acquistato il tagliando presso le rivendite autorizzate. (AL)*

## Il bando "PercorsInrete"



E' possibile presentare fino al 31 ottobre le domande per il bando "PercorsInrete" con il quale la Camera di Commercio di Milano destina 90 mila euro per la realizzazione di progetti innovativi di rete che uniscano almeno tre imprese della provincia di Milano, creando un'offerta integrata e caratterizzata per il consumatore finale. L'offerta può comprendere sia prodotti sia servizi. Sono previsti contributi a fondo perduto fino al 70% delle spese ammesse. I migliori progetti di rete saranno protagonisti di un video diffuso sui media a disposizione della Camera di Commercio.

Info: <http://www.mi.camcom.it/reti-impresa-contributi-eventi-e-iniziative>.

## In occasione della Vogue Fashion's Night Out

**G**azebo antic contraffazione a Milano in piazza San Carlo realizzato in occasione della Vogue Fashion's Night Out. L'iniziativa è stata promossa da Comune di Milano, Federazione Moda Italia e Federmodamilano con Confcommercio Milano e Camera di Commercio di Milano (che, con Federazione Moda Italia, ha realizzato il vademecum "Falso, contraffazione, abusivismo: il buco nero del mercato. Stanne fuori, non essere complice del problema, rischi molto di più di quanto immagini").

"La contraffazione è un problema globale in termini non solo di competitività per le imprese, ma anche di danno sociale e di illegalità criminosa - ha affermato Renato Borghi, presidente Federazione Moda Italia e Federmodamilano - Da un'indagine da noi commissionata è emerso un atteggiamento etico-comportamentale dei consumatori decisamente migliorabile:

con un'assenza di cultura della legalità accompagnata da un atteggiamento assoluto verso sé stessi. Da queste premesse si è rafforzata l'idea di comunicare con i consumatori di più e meglio con strumenti come i vademecum distribuiti negli scorsi mesi, in collaborazione con il Comune di Milano, con l'iniziativa dei 'gazebo anti-contraffazione'

e con il gazebo di piazza San Carlo. La Vogue Fashion's Night Out era, infatti,

per noi il palcoscenico internazionale ideale per sensibilizzare i consumatori sul fenomeno della contraffazione". "Il Comune ha da tempo intrapreso diverse attività a tutela del consumatore, dell'industria e dei marchi della moda e del desi-

## Milano: è tornato il gazebo antic contraffazione

**Iniziativa promossa da Comune di Milano, Federazione Moda Italia e Federmodamilano (con Confcommercio Milano e Camera di Commercio di Milano)**



gn. Sono continue le operazioni di controllo contro la vendita abusiva di

▲ **Gazebo antic contraffazione: Renato Borghi (a sinistra) presidente di Federazione Moda Italia e Federmodamilano e l'assessore alla Sicurezza del Comune di Milano Marco Granelli**

oggetti a marchio contraffatto della Polizia locale. Da gennaio ad agosto sono stati sequestrati circa 32.000 oggetti falsi, per lo più articoli di abbigliamento e pelletteria" ha dichiarato l'assessore comunale alla Sicurezza Marco Granelli.



*Iniziativa promossa dall'Associazione di via dei commercianti col supporto di Confcommercio Milano e il sostegno del Consiglio di Zona 1*

## Milano, via Gian Giacomo Mora "Com'è bella la città"

**A** Milano si è svolta "Com'è bella la città", il primo di una serie di eventi per valorizzare, a un passo dalle Colonne di San Lorenzo, la storica via Gian Giacomo Mora, nel quartiere Ticinese. Una strada dal sapore bohémien con attività commerciali che spaziano dalla moda, alle librerie, al modernariato e restauro, al giardinaggio, alle oreficerie fino agli studi di artisti.

L'iniziativa è stata promossa dall'Associazione commercianti via Gian Giacomo Mora con il supporto di Confcommercio Milano e il sostegno del Consiglio di Zona 1 (e con diverse sponsorizzazioni: Citroën, Unicredit, Radiomamma, Cavalli e Nastri). Per milanesi e turisti numerosi i

motivi d'attrazione (via Gian Giacomo Mora è stata, per l'occasione chiusa al traffico): dalle iniziative all'interno di negozi e botteghe (con vernici,



gioielli. Lungo la via intrattenimento musicale di una jazz band con performance di artisti di strada.

*Le foto di questa pagina sono di Benedetta Borsani*



incontri letterari, sfilate, sconti e promozioni ad hoc a sfilate di moda vintage e recycled, esposizioni di piante e lezioni di giardinaggio, attività per bambini, corso di Furoshiki (l'arte giapponese di fare i pacchi) e di scrittura elfica, esposizioni di





## Milano, corso Buenos Aires “La Festa del Riciclo e della Sostenibilità Ambientale”

Con Ascobaires

stati approntati aree-percorsi dedicati alle varie tematiche ambientali. Fra le iniziative (documentata anche dalla foto qui sotto) anche la premiazione dei “pionieri” dei

Mobilità e ambiente Pierfrancesco Maran, il sindaco di Milano Giuliano Pisapia. “La Festa del Riciclo e della Sostenibilità Ambientale che ci ha visto protagonisti, è un esperimento innovativo per valorizzare ulteriormente

una grande arteria commerciale sempre più capace, anche in momenti non facili come quelli che stiamo attraversando, di attirare nuovi marchi e quindi di essere più attrattiva”: lo ha rilevato Gabriel Meghnagi, presidente di AscoBaires e componente, per Confcommercio Milano, del Comitato esecutivo del

**A** Milano, in corso Buenos Aires, si è svolta a settembre “La Festa del Riciclo e della Sostenibilità Ambientale”. L’evento, ideato e organizzato da Viattiva (in primavera la manifestazione si era tenuta anche con Asco San Siro) è stata promossa da Ascobaires, l’Associazione dei commercianti di corso Buenos Aires (Confcommercio Milano) con il supporto della Confcommercio milanese e il patrocinio del Consiglio di Zona 3.

Lungo tutto il corso Buenos Aires (chiuso al traffico per l’intera giornata), sono



mezzi elettrici alla quale ha preso parte, con l’assessore comunale a

Duc (Distretto urbano del commercio) Buenos Aires.

**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**  
AMILCARE PIZZI Spa  
20092 Cinisello Balsamo (Milano)

**CONCESSIONARIA  
IN ESCLUSIVA  
PER LA VENDITA  
DELLA PUBBLICITÀ**  
Star Business Srl  
Via di Novecchio 2/4  
Località Ospedaletto, 56121 – Pisa  
Tel. 0503163919  
[info@starbusiness.it](mailto:info@starbusiness.it) – [www.starbusiness.it](http://www.starbusiness.it)

**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.

*Disagi cantiere: con  
Confcommercio Milano  
confronto e collaborazione  
fra Comune  
e commercianti*

Immagini di Mattia Dognini



▲ **Carmela Rozza, assessore ai Lavori pubblici del Comune di Milano, mentre rimuove le ultime transenne**

Riaperto alla circolazione, a Milano, lo snodo di piazzale Baracca-corso Vercelli: si è chiuso nei tempi previsti il cantiere Atm (l'Azienda dei trasporti municipali). La decisione di sostituire i masselli con asfalto rosso - autorizzata dalla Sovrintendenza per i Beni Architettonici e Paesaggistici - aveva già consentito la riduzione del cantiere di 500 mq. "Perfettamente puntuali - ha dichiarato l'assessore ai Lavori pubblici del Comune di Milano Carmela Rozza - riconsegniamo piazzale Baracca ai milanesi. I disagi soppor-

## Milano: riaperto lo snodo piazzale Baracca corso Vercelli

buona notizia l'aver portato a termine nei tempi previsti i lavori del cantiere - ha affermato Giulio Colombo, presidente di Asco Vercelli - ormai si era alla piena ripresa dopo il periodo delle vacanze. Abbiamo dovuto affrontare disagi, ma fin da subito, supportati da Confcommercio, abbiamo riscontrato la volontà da parte dell'assessore Rozza di voler ridurre il più possibile queste difficoltà". "Bene il rispetto dei tempi. Il cantiere di piazzale Baracca - ha rilevato Confcommercio Milano - è un esempio positivo di come affrontare, confrontandosi e trovando attenzione e collaborazione da parte del Comune, un intervento che ha, per le attività commerciali, necessariamente un impatto rilevante. Si dovrebbe sempre operare con queste modalità: a partire da un'efficace informazione preventiva fino ad ogni possibile impegno per ridurre la durata dell'intervento".



▲ **Giulio Colombo, presidente Asco Vercelli**

tati nei mesi scorsi sono ora ripagati dal fatto che uno snodo viabilistico importante è riqualificato e più sicuro. L'allargamento dei marciapiedi è poi un'altra buona notizia per i residenti, i pedoni e gli operatori commerciali della zona". "E' certamente una

## L'Associazione territoriale di Seveso ha avuto la presidenza di turno

Quest'anno la 33esima edizione di Expo Brianza (vedi anche *Unioneinforma* di settembre a pag. 31 n.d.r.) ha visto 13 sindaci di altrettanti Comuni insieme, con i presidenti delle associazioni di categoria organizzatrici: l'Associazione territoriale Unione Confcommercio di Seveso (che, con il suo vicepresidente vicario Tuccio Di Pasquale, ha avuto la presidenza di turno di Expo Brianza 2013), Ala Limbiate, Unione Artigiani Monza Brianza.

Un grande

esempio di sinergia sottolineato anche dal sottosegretario con delega a Expo 2015 di Regione Lombardia, Fabrizio Sala, che lo ha proiettato in un'ottica molto più vasta: "Costituirsi in rete d'impresa dal basso, resistere tutti questi anni e, anzi incrementare le presenze, vuol dire che avete trovato la ricetta giusta, il mix di fattori che cerchiamo per Expo 2015. L'anno prossimo formeremo Expo Brianza in Expo 2015, porteremo i visitatori anche qui".

Con l'aggiunta dei 9 Comuni ospiti, quest'anno Expo Brianza è passato da un potenziale bacino d'utenza di 105mila persone a 214mila persone circa (il totale degli abitanti dei 13 Comuni), che rappresentano un quarto della popolazione dell'intera Provincia di Monza e Brianza. "Forse non è una stazione d'arrivo, ma di partenza - ha dichiarato il presidente

di turno Tuccio Di Pasquale - Ritengo che, in momenti di crisi come questi, sia importante avere un razionale ottimismo".

Di Pasquale ha poi ricordato l'importanza del cuore pulsante della fiera: i suoi espositori. "La fiera vive perché ha clienti: i clienti sono gli imprenditori che noleggiavano uno stand. I clienti di una fiera sono ottimisti per natura, o non farebbero gli imprenditori; sono caparbi, o non resisterebbero alle difficoltà, sono i migliori messaggeri di fiducia e capacità".

A nome dei quattro sindaci del Comitato promotore, ha parlato Emanuele Galimberti di Bovisio Masciago, spronando gli espositori: "La Brianza è ancora prima in classifica, ma ha fatto due passi indietro; bisogna guardare avanti e molti artigiani l'hanno capito, hanno cominciato a innovarsi. Expo Brianza è qui per

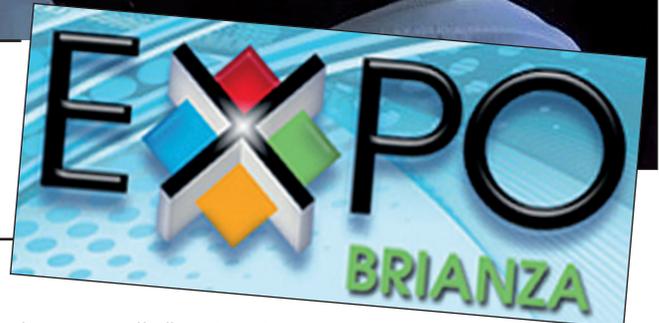
loro".

Molto attiva l'adesione dei 9 Comuni ospiti, per i quali ha parlato il sindaco di Lentate sul Seveso Rosella Rivolta: "L'invito da noi tutti è stato accolto con entusiasmo da subito, è stato chiaro a tutti noi come l'offerta fosse un'occasione da non perdere per far conoscere l'unicità dei nostri Comuni. Con la stessa concretezza aspiriamo a far diventare questa fiera la manifestazione di un cospicuo pezzo di Brianza da poter mostrare a Expo 2015".

Enrico Origi, in qualità di membro della Giunta della Camera di Commercio di Monza e Brianza, ha confermato l'importanza del "fare rete": "Il nostro compito è aiutare le imprese e ne stiamo aiutando tantissime; vogliamo far capire a tutti l'importanza dei nostri progetti di sostegno".



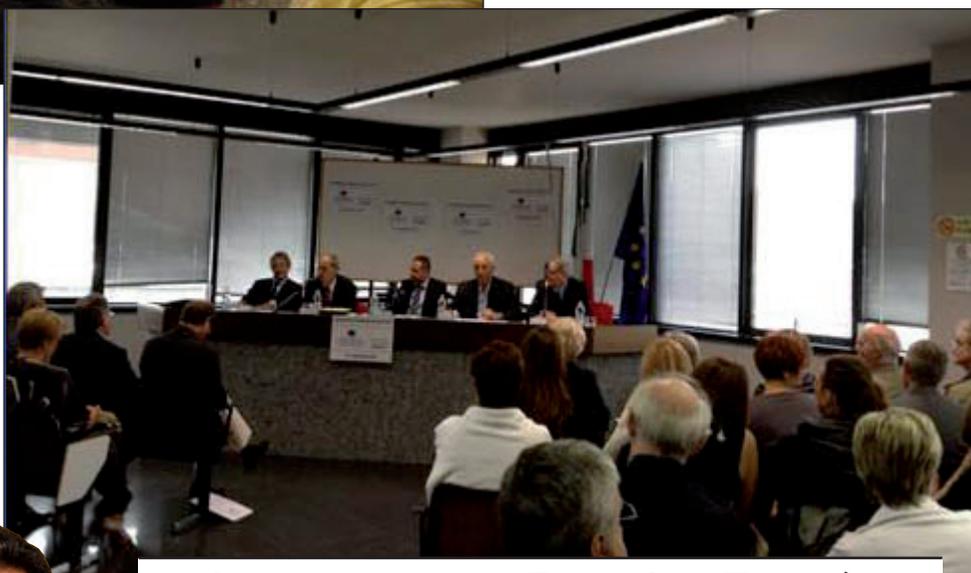
## Expo Brianza 2013 Grande sinergia istituzioni-impres





Bruno Colombo  
e Rosanna Tozzo  
i vice.  
Il nuovo Direttivo  
dell'Associazione  
territoriale

▲ Immagini dall'assemblea  
dell'Associazione territoriale  
Unione Confcommercio  
di Legnano ▶



## Legnano: Paolo Ferrè confermato presidente

.....  
Paolo Ferrè ▶  
.....



**P**aolo Ferrè è stato rieletto presidente dell'Associazione territoriale Unione Confcommercio di Legnano. Vicepresidenti sono Bruno Colombo (Parabiago) e Rosanna Tozzo (Canegrate). Il nuovo Consiglio direttivo è completato da Maurizio Castoldi, Amanda Colombo, Mara

Costa, Massimo Grazioli, Daniele Picenelli, Luigi Vacca, Luca Zennaro, Roberto Ricco (Legnano); Erminio Raimondi (Parabiago); Luigino Poli (San Vittore Olona). L'Associazione territoriale Unione Confcommercio di Legnano (<http://www.unionelegnano.it/>) opera sul territorio di Legnano, Parabiago, Cerro Maggiore, Rescaldina, San Vittore Olona, San Giorgio su Legnano, Canegrate, Busto Garolfo, Villa Cortese.

# A Cassano d'Adda successo di Nonsolomoda al Parco

**N**ella suggestiva location del Parco Belvedere di Cassano d'Adda si è svolta l'edizione 2013 di Nonsolomoda al Parco, evento organizzato dall'Associazione territoriale Unione Concommercio dell'Adda Milanese, con il patrocinio del Comune di Cassano d'Adda. Oltre 600 le persone presenti alle sfilate: le modelle hanno presentato le collezioni autunno-inverno 2014 di boutique casanesi (Glamour, Scintille Bimbi di Caroline Rota, La Faiet, Lonati Calzature e Abbigliamento, Sartoria di abiti da sposa di Angela Bianconi).



▲ foto 1

foto 2 ▶

## I vincitori di "Binasco in vetrina"



foto 3

**Le vetrine premiate a Binasco: "Il Capriccio" (foto 1) e "Il Frutteto" (foto 2) prime a pari merito nella votazione popolare e il "Panificio Zanolini" (foto 3), primo classificato nella valutazione della giuria tecnica**

**A**ssegnati i premi del concorso "Binasco in vetrina" organizzato dall'Associazione territoriale Unione Concommercio di Binasco in occasione delle manifestazioni del "Settembre Binaschino 2013". La votazione popolare ha premiato ex aequo i negozi "Il Capriccio" (al

civico 133) e "Il Frutteto" (al civico 110) di via Matteotti. Il "Panificio Zanolini", sempre in via Matteotti (civico 139) ha invece ottenuto lo speciale riconoscimento della giuria tecnica.

*Distributori, produttori e rivenditori  
di prodotti per la tavola, la cucina, il regalo  
e la decorazione della casa*

## Con ART gli chef in negozio



**E**ducational Art Cooking è il nuovo servizio promosso da ART (l'Associazione nazionale distributori, produttori e rivenditori di prodotti per la tavola, la cucina, il regalo e la decorazione della casa, aderente a Confcommercio) per creare eventi di forte impatto all'interno dei negozi e richiamare l'attenzione dei consumatori. Un ciclo di 10 incontri realizzati nei punti vendita: alimentazione consapevole, buona cucina, benessere individuale e arte di apparecchiare la tavola in tutte le occasioni per consentire al negozio di trasformarsi in un polo di attrazione per i propri clienti e per i consumatori della zona. La presentazione di Educational Art Cooking è avvenuta in Fiera Milano durante la recente edizione del Macef con incontri e dimostrazioni tenuti da qualificati chef ("Ordine dei maestri di cucina ed executive chefs") associati alla Federazione Italiana Cuochi e riconosciuti W.A.C.S (World Association of Chefs Societies).

Ogni incontro in negozio (indicativamente si svolgono dalla riapertura pomeridiana fino alla chiusura dell'esercizio) prevede dimostrazione e degustazione. La dimostrazione riguarderà l'argomento di volta in volta trattato, compresa l'indicazione degli strumenti e degli utensili più adatti. La degustazione riguarderà quanto lo chef avrà

cucinato e preparato nel corso dell'incontro. Come aderire all'iniziativa? Si può scegliere uno dei tre

pacchetti proposti: da 1 a 4 eventi, da 5 e 7 eventi e da 8 a 10 eventi (per informazio-

tecnica Uniascom Varese Srl) per entrare in contatto con gli chef. Il negozio si accorderà poi direttamen-



◀ **Donatella Galli, presidente di Art**  
(immagini di Benedetta Borsani)



ni, dettagli e costi rivolgersi alla segreteria di Art, corso Venezia 47,

te con gli chef per definire il calendario degli eventi e le modalità di organizzazione (il negozio, in accordo con lo chef, deciderà per ogni evento gli articoli e le marche che intende promuovere presso i propri clienti). Gli argomenti trattati durante gli incontri? Ecco alcuni esempi. Dalla preparazione

**Presentato al Macef  
il servizio  
Educational Art Cooking:  
incontri con dimostrazioni  
di cucina  
presso i punti vendita**



02/7750254-255,  
[www.art-tavolaregalo.it](http://www.art-tavolaregalo.it), [segreteria@art-tavolaregalo.it](mailto:segreteria@art-tavolaregalo.it).  
Dopo la prenotazione, il negozio sarà contattato direttamente dalla società scelta da Art (il Cat, Centro assistenza

dei dolci (cake design) a quella di menu salutari e gustosi anche se "gluten free" (per celiaci); come organizzare una festa e cosa preparare; come preparare un happy hour in casa con preparazione di aperitivi e finger food, insalatone e macedonie. (SM)



Presentazione di Educational Art Cooking al Macef.  
Su <http://www.youtube.com/ConfcommercioMilano>  
il video dell'Ufficio stampa di Confcommercio Milano

Si è svolta in Confcommercio Milano

## Dettaglianti milanesi di sigarette elettroniche: assemblea costitutiva di AFE-COMM

Incassi fortemente diminuiti; negozi che continuano a chiudere. Questo lo scenario molto preoccupante dei dettaglianti di

Milano e provincia di sigarette elettroniche che si sono riuniti in Confcommercio Milano dando vita ad AFE-COMM, l'Associazione degli operatori commerciali di sigarette elettroniche e accessori.

"Dopo il boom iniziale di fatturato e di imprese operanti nel settore, ora si assiste a un tragico crollo -

dichiara Luigi Bonacina, presidente di AFE COMM - Ma gli operatori hanno fatto sacrifici, investimenti e si sono indebitati".

"Sugli 'apparat' - spiega Bonacina - peserà innanzitutto un'imposta di consumo che

dovrebbe essere versata in anticipo dal negoziante, del 58,5%. Imposta che si applica anche su tutti i componenti e

accessori della sigaretta elettronica e sul prezzo di vendita". Ma molto importante è il problema di una corretta

informazione. "E' vietato -, siamo erroneamente equiparati alle tradizionali sigarette - fare pubblicità a mezzo

stampa, tv, radio e internet. Viene concesso solamente di fare pubblicità sulle pubblicazioni per professionisti".

"Così - rileva Bonacina - non siamo nella condizione di poter pubblicizzare il prodotto e di controbattere e chiarire tutte le informazioni fuorvianti che riguardano la sigaretta elettronica".

▲ **Luigi Bonacina, presidente AFE-COMM, la nuova Associazione dei dettaglianti di sigarette elettroniche a Milano e provincia**

"Chiediamo quindi - conclude Bonacina - che venga creata una legge ad hoc concertata con gli operatori del settore e con la quale si tenga conto

delle reali caratteristiche del prodotto".

(tre immagini di Anna Luccisano)

**Situazione molto difficile dopo il boom iniziale di fatturato e imprese operanti nel settore. L'urgenza di una campagna informativa**



Guarda anche il video dell'Ufficio stampa di Confcommercio Milano su <http://www.youtube.com/ConfcommercioMilano>



La data è fissata, il 21 novembre, e anche il luogo, il temporary showroom "Spazio VE" di corso Vittorio Emanuele II 15 a Milano. L'organizzazione della Zanettistudios è in piena attività per la prima edizione di D2D, l'evento che Assomoda (l'Associazione degli agenti di moda)

"Designers to Distributors": prima edizione-test il 21 novembre

## Assomoda lancia il D2D: matching aziende-agenti

ha progettato per offrire alle tante aziende, italiane ed estere che si rivolgono all'Associazione con l'obiettivo di trovare un valido partner commerciale, un format in grado di assicurare loro - rileva Assomoda - un selezionato panel di agenti e distributori. La denominazione D2D significa: "Designers to Distributors" e intende evidenziare l'elemento di forte specializzazione che caratterizza l'iniziativa: dove le aziende

della moda avranno l'opportunità di incontrare professionisti della vendita intermedia, alcuni di questi anche distributori, titolari di showroom a Milano e in altre città italiane. Per la prima edizione che è anche un test per valutare il gradimento degli operatori, il numero delle aziende sarà limitato a 12, ma in futuro Assomoda intende estendere la partecipazione ad un numero crescente di aziende.

*Evento promosso da Confcommercio Milano con l'organizzazione di Asseprim e la collaborazione di Assintel*

Il 18 novembre è in programma il Consumatore Multicanale Forum (vedi Unioneinforma di settembre a pag. 26 n.d.r.), l'evento promosso da Confcommercio Milano, grazie all'organizzazione di Asseprim (l'Associazione di servizi professionali alle imprese) e alla collaborazione di Assintel (l'Associazione delle imprese Ict).

A "Consumatore Multicanale Forum" si illustreranno e approfondiranno soluzioni e applicazioni

**Applicazioni per il punto vendita**

Soluzioni per ottimizzare l'interazione con il consumatore e la gestione del punto vendita

**Comunità social**

Comunicare e dialogare con il cliente attraverso Facebook e gli altri social e raccogliere le opinioni

**Nuove soluzioni di interazione tra consumatore e ambiente**

Garantire al visitatore del punto vendita le stesse informazioni disponibili sui siti web con

**Segnaletica digitale**

Affissioni interattive e aggiornabili in tempo reale per catturare l'attenzione del cliente

**E-coupon**

Come sfruttare al massimo le possibilità dei coupon digitali per promuovere i propri prodotti e servizi

**Pagamenti Intelligenti**

Tutte le soluzioni sicure e semplici di pagamento digitale, dal web allo smartphone

**Dall'e-mail marketing ai motori di ricerca**

Raggiungere il cliente ovunque con la posta elettronica e con Google

**Marketing attraverso video**

Le soluzioni di condivisione di video per comunicare i propri messaggi con il maggiore impatto possibile

**Anziani e nuovi cittadini**

Come raggiungere in modo efficace grazie al digitale queste categorie di potenziali clienti

innovative per il punto vendita: l'evento, in programma nella sede della Confcommercio milanese (corso Venezia 47 dalle ore 9: in sala Colucci la conferenza, in sala Orlando l'area espositiva e di matching) si compone di conferenze, attività di networking, incontri one-to-one. Vi saranno, inoltre, esperienze di utilizzo con laboratori-punti prova

presso il Distretto Urbano Commerciale Isola per sperimentare realmente soluzioni concrete sul territorio e nei punti vendita. Un'iniziativa che tratta, quindi, tutte le fasi del rapporto cliente-merchant ponendo l'attenzione sull'adozione di soluzioni innovative con uno sguardo anche ad esperienze internazionali, in funzione dell'opportunità di Expo 2015.



## Consumatore Multicanale Forum il 18 novembre

Info sul sito web dedicato [www.consumatore-multicanale.it](http://www.consumatore-multicanale.it)

### Impresa, lavoro e formazione Con Asseprim Job Matching e Virtual Talent

Dalle evoluzioni del mercato del lavoro alla panoramica delle nuove professioni, dalle competenze richieste alle opportunità formative da non perdere. Su questi temi Asseprim, in collaborazione con l'impresa associata Luoghi di Relazione, organizza un momento di confronto con l'obiettivo di analizzare la situazione del mondo del lavoro e coglierne i segnali di cambiamento. L'iniziativa Job Matching (il 24 ottobre in Confcommercio Milano) rappresenta infatti un'occasione di incontro tra domanda, offerta e orientamento di competenze con particolare attenzione alle nuove professioni digitali. "Sono molte le aziende che hanno esigenza di nuove competenze, soprattutto in ambito digitale, ma che ancora faticano a riconoscere e a cercare le risorse che possa-

no venire incontro ai propri bisogni", dichiara il presidente di Asseprim, Umberto Bellini, che aggiunge: "Tuttavia esiste, dall'altra parte, un tessuto di professionisti, microimprese e società di servizi che hanno le competenze adatte a tali esigenze, ma che spesso non sanno a chi rivolgersi perché il mercato sembra non essere ancora pronto".

All'interno del Job Matching spazio anche al progetto formativo In-Company Training Graduate, organizzato da Asseprim e dedicato ai laureandi dell'Università Bocconi con l'obiettivo di promuovere l'incontro tra il mondo del lavoro e quello universitario. Sempre in occasione del Job Matching presentazione della sesta edizione di Virtual Talent Asseprim, il business game in programma a novembre e che coinvolgerà le facoltà economiche di diversi atenei: Università degli Studi di Milano – Bicocca; Università Commerciale Luigi Bocconi; Università Cattolica del Sacro Cuore; Politecnico di Milano, Università degli Studi di Milano, Università Carlo Cattaneo – LIUC di Castellanza; Università degli Studi di Pavia e Università degli Studi di Torino.

Info: [www.asseprim.it/eventi](http://www.asseprim.it/eventi)



## Assotemporary: Contratto tipo e Codice di autodisciplina per i business center

**A**ssotemporary (l'Associazione dei temporary office/store aderente alla Confcommercio

milanese) ha presentato con la Camera di Commercio di Milano (a conclusione di un lungo e impegnativo percorso), il Contratto tipo e il Codice di autodisciplina per i business center.

Il Contratto tipo ha visto il supporto tecnico/giuridico dell'Ordine degli Avvocati.

Con il Codice di Autodisciplina, rileva Assotemporary, un'attività concernente i servizi temporanei (gli uffici a tempo) ottiene il riconoscimento di una propria autonoma disciplina nel

rapporto con i fornitori, i clienti e tra gli stessi colleghi.

Cresce il numero di Business center: sono 2.427 in Italia (+2,4%).

La provincia di Milano è prima con oltre 300 attività che gestiscono uffici

quasi mille - un quarto del totale nazionale - con una crescita del 4,1% in un anno (elaborazioni Camera di Commercio di Milano su dati del Registro imprese: raffronto Il trimestre 2013-2012). (AL)



a tempo (270 a Milano città). La Lombardia è la regione leader in Italia sia per numero di uffici temporanei (738, +2,1% rispetto al 2012), sia per imprese che, più in generale, offrono servizi a supporto delle attività di uffici e di temporary shop,



▲ **Roberto Mari, presidente Assotemporary**

## Fiavet Lombardia ricorda Piero Rinaldi

**C**ordoglio di Fiavet Lombardia (l'Associazione delle agenzie di viaggio aderente alla Confcommercio milanese) con il presidente Luigi Maderna, per la scomparsa di Piero Rinaldi. Rinaldi è stato titolare

della Rinaldi Tourist Office, storica agenzia di piazza del Duomo a Milano. "E' stato il mio grande maestro degli Anni Cinquanta, ha fatto parte del gruppo costituente di Fiavet" ricorda Maderna. Rinaldi è stato due volte

consecutive alla guida di Fiavet Lombardia e lungo consigliere nazionale Fiavet negli anni '80-'90. Infine, presidente dello Skal Club Lombardia. Con Rinaldi - rileva Fiavet Lombardia - se ne va un pezzo di storia meneghina e lombarda delle agenzie di viaggi e turismo, di passione per l'associazione e crescita professionale della distribuzione turistica.



### segnalazioni

### IL CONCORSO FOTOGRAFICO "VIE DI FUGA"

Con la collaborazione di **Ascofoto** (l'Associazione dei fotonegozianti) l'Associazione Culturale Benefica Matteo Cazzani (vedi anche pagina 32 per l'iniziativa di un'asta benefica n.d.r.) indice la nuova edizione del concorso fotografico "Vie di Fuga". I materiali (un solo elaborato fotografico for-

mato 20X30 in b/n o a colori e una breve relazione scritta, massimo 15 righe) vanno inviati presso Stav spa viale Agricoltura 43 Vigevano (Pv) o Studio Archizero, via San Calocero 3 Milano. Il termine di consegna degli elaborati fotografici è il 9 dicembre. La premiazione del concorso avverrà il 16 dicembre in Confcommercio Milano (sala Colucci, ore 17). Info: 3409151514

# ENTE MUTUO

DI ASSISTENZA  
TRA GLI ESERCENTI IL COMMERCIO  
DELLA PROVINCIA DI MILANO



## ASSISTENZA SANITARIA DEDICATA



Ente Mutuo:  
fedele per tutta la vita



Corso Venezia, 49 – 20121 Milano  
E-mail: [informazioni@entemuomilano.it](mailto:informazioni@entemuomilano.it)  
[www.entemuomilano.it](http://www.entemuomilano.it)



## Ente Mutuo: chi siamo

Ente Mutuo di Assistenza tra gli Esercenti il Commercio della Provincia di Milano, nasce nel 1955 nell'ambito dell'Unione Commercianti. È una Associazione di Mutua Assistenza che 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 ad Unione 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 50 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

## Ente Mutuo: i servizi

sono propriamente l'assistenza sanitaria integrativa e/o sostitutiva 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
- 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.

## Ente Mutuo: i numeri

- Opera da oltre 50 anni
- 25.000 Assistiti
- 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

Informazioni, iscrizioni, contributi • Emissione delle autorizzazioni • Rimborsi per assistenza ospedaliera  
 Rimborsi per assistenza specialistica ambulatoriale e altri contributi • Amministrazione

**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 venerdì 8.00 - 14.00

### 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

**Melzo** - Via Turati 6

tel. 02 9550084

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

tel. 02 9055219

**Monza** - Via De Amicis 9

tel. 039 360771

**Bollate** - Via degli Alpini 4

tel. 02 3502814

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

tel. 02 9181247

**Bresso** - Via Patellani 58/60

tel. 02 66501379

**Rho** - Via XXV Aprile 6

tel. 02 9303480

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

tel. 0363 61503

**Rozzano** - Via Mimose 63

tel. 02 8257653

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

tel. 0331 880691

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

tel. 02 2134518

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

tel. 02 9230715

**Seregno** - Via Don Minzoni 4

tel. 0362 231234

**Cinisello Balsamo** - Via Frova 34

tel. 02 66049259

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

tel. 02 2621679

**Cologno Monzese** - Piazza Italia 7

tel. 02 2543690

**Seveso** - Corso Marconi 35

tel. 0362 506724

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

tel. 02 4479582

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

tel. 02 90966402

**Desio** - Via Diaz 8

tel. 0362 624541

**Vimercate** - Largo Pontida 3/9

tel. 039 6850839

**Gorgonzola** - Piazza S. Francesco 2

tel. 02 9513320

**Unione Confcommercio Lodi**

**Legnano** - Via XX Settembre 12

tel. 0331 440335

**Lodi** - Via Haussmann, 1/B

tel. 0371 432106

**Lissone** - Via Madonna 13

tel. 039 482045

**Magenta** - Via Volta 62

tel. 02 97298074

**Melegnano** - Via Pertini 18/24

tel. 02 9830768

*Battitore il presentatore televisivo Cesare Cadeo. Madrina dell'evento l'attrice Ottavia Piccolo*



*Matteo Cazzani ha studiato fotografia in Italia e in California presso la U.C.S.B di Santa Barbara. Apolide per natura, grande appassionato di viaggi, le sue foto dai cinque continenti continueranno a parlarci di lui, della sua sensibile natura umana.*

## Milano: il 18 novembre al Circolo del Commercio (Palazzo Bovara) asta benefica delle foto di Matteo Cazzani

Il 18 novembre al Circolo del Commercio di Milano (Palazzo Bovara, corso Venezia, 51) vengono battute all'asta offerte per le opere fotografiche di Matteo Cazzani (1965-2000). E si inaugura la mostra fotografica "inCanto". L'iniziativa è promossa dall'Associazione Culturale Benefica Matteo Cazzani in collaborazione con Ascofoto/Confcommercio Milano. Madrina d'onore dell'asta sarà

**Iniziativa in collaborazione  
con Ascofoto-Confcommercio  
milanese**

l'attrice Ottavia Piccolo e battitore d'eccezione il presentatore televisivo Cesare Cadeo. I proventi ottenuti per le foto di Matteo Cazzani, donazioni e altre forme di elargizioni, verranno devoluti ad

associazioni che si occupano di bambini nonché a progetti promossi da enti benefici per il reinserimento degli emarginati nella società civile (come quelli organizzati dalla Società San Vincenzo De Paoli di Vigevano dall'interno della casa circondariale di Vigevano - sezione femminile -).

Competizione di gestione d'azienda per gli studenti delle scuole secondarie di secondo grado: iscrizioni entro il 31



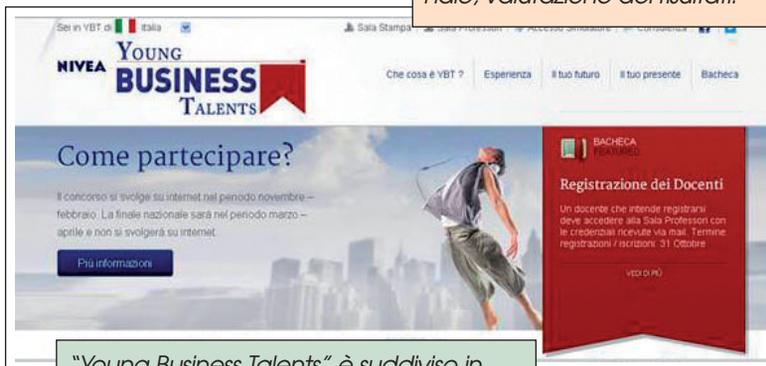
## Fare l'imprenditore... intanto per gioco Arriva "Young Business Talents"

Approda nel nostro Paese dalla Spagna "Young Business Talents", un concorso che coinvolge in modo gratuito i giovani delle scuole secondarie di secondo grado. E' un business game di gestione d'impresa che, con l'aiuto del web, coinvolge insegnanti e studenti. In questo periodo sono 11.000 le scuole che stanno ricevendo le informazioni perché gli studenti possano iscriversi e partecipare. La scadenza per l'iscrizione è il 31 di ottobre.

Attraverso l'utilizzo di un simulatore aziendale di terza generazione (della Praxis MMT), insegnanti e alunni possono partecipare allo "Young

Business Talents": la gara, a livello regionale, nazionale

*Cosa devono fare i partecipanti allo Young Business Talents? Gestire un'impresa virtuale riproducendo ciò che devono fare gli imprenditori: analisi, pianificazione, controllo. Essenziali sono i piani che vengono forniti per un insieme di decisioni prese (da inserire nel simulatore). Si sperimenterà il ciclo di apprendimento pratico: analisi dello scenario, fase decisionale, valutazione dei risultati.*



*"Young Business Talents" è suddiviso in cinque fasi: sedicesimi e ottavi di finale a novembre e dicembre; quarti di finale, semifinali e finale nel 2014. La finale nazionale si terrà a marzo (per le 75 squadre che si saranno classificate).*

e internazionale è sponsorizzata da Nivea (Gruppo Beiersdorf). I vantaggi sono l'arricchimento dell'attività didattica; un laboratorio sperimentale nella scuola che incrementa le possibilità di far pratica

durante le lezioni (e nello studio a casa); un diploma che arricchisce il curriculum dello studente; un aiuto ai giovani per orientarsi nel loro futuro professionale.

"E' una valida opportunità - spiega Antonio Lasi, direttore Young Business Talents Italia - per i giovani che studiano e vogliono sentirsi vicini al mondo del lavoro". La competizione "li aiuta a entrare nella cultura aziendale, a collaborare fra di loro e ad affrontare insieme sfide e decisioni migliorando la

*Informazioni e testimonianze sul sito [www.youngbusinessstalents.com](http://www.youngbusinessstalents.com)*

conoscenza di sé e del mondo, fino a meglio orientarli verso il loro futuro".





**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

# Seguici, connettiti, informati



Controlla i nostri aggiornamenti su Facebook agli indirizzi  
[facebook.com/confcommerciomilano](https://facebook.com/confcommerciomilano)  
[facebook.com/confcommerciomilanoufficio stampa](https://facebook.com/confcommerciomilanoufficio stampa)



Seguici su Twitter all'indirizzo  
[twitter.com/confcommerciomi](https://twitter.com/confcommerciomi)



Guarda i nostri video su Youtube all'indirizzo  
[youtube.com/confcommerciomilano](https://youtube.com/confcommerciomilano)



Visita il sito [www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it)