

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

Evitato l'aumento: risultato concreto di Confcommercio

Sangalli "Iva, la battaglia giusta"



CLUB
IMPRESE
STORICHE

Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza

Online la mappa digitale
delle imprese storiche

TRIBUTI LOCALI MILANESI:
l'indagine dell'Ufficio Studi
di Confcommercio Milano,
Lodi, Monza e Brianza



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



**Alle paghe e ai contributi
ci pensa Promo.Ter:**
loro sono specializzati, professionali,
aggiornati e sempre disponibili.
Così posso dedicarmi
di più ai miei clienti.



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



Promo.Ter Unione
ENTE PER LA PROMOZIONE E LO SVILUPPO
DEL COMMERCIO DEL TURISMO DEI SERVIZI
E DELLE PROFESSIONI

Promo.Ter è il tuo servizio di amministrazione del personale. Si occupa dell'amministrazione del personale, della gestione delle buste paga e del versamento dei contributi, garantendo professionalità, specializzazione e assistenza. Con Promo.Ter avrai una squadra di specialisti sempre aggiornati, a tua disposizione, per aiutarti e risolvere tutti i problemi senza farti perdere tempo.

I servizi di Promo.Ter: ► la completa gestione e amministrazione dei collaboratori, subordinati, soci e amministratori; ► la predisposizione e l'elaborazione dei dati delle retribuzioni, dei compensi e dei relativi oneri sociali; ► l'assistenza nei rapporti con INPS, INAIL, Agenzia delle Entrate, DPL, Centri per l'Impiego; ► l'assistenza e la consulenza nella gestione dei rapporti di lavoro, delle assunzioni e/o licenziamenti da parte della Direzione Sindacale di Unione Confcommercio Milano.

PROMO.TER SERVIZIO DI AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE:

telefoni: 02.7750.252 - 02.7750.767

Corso Venezia, 47 a Milano e presso le sedi delle Associazioni Territoriali.

Orari Sede: dal lunedì al giovedì dalle 8,30 alle 15,00 orario continuato
venerdì dalle 8,30 alle 14,00 orario continuato

Per informazioni e preventivi gratuiti: libri.paga@unione.milano.it

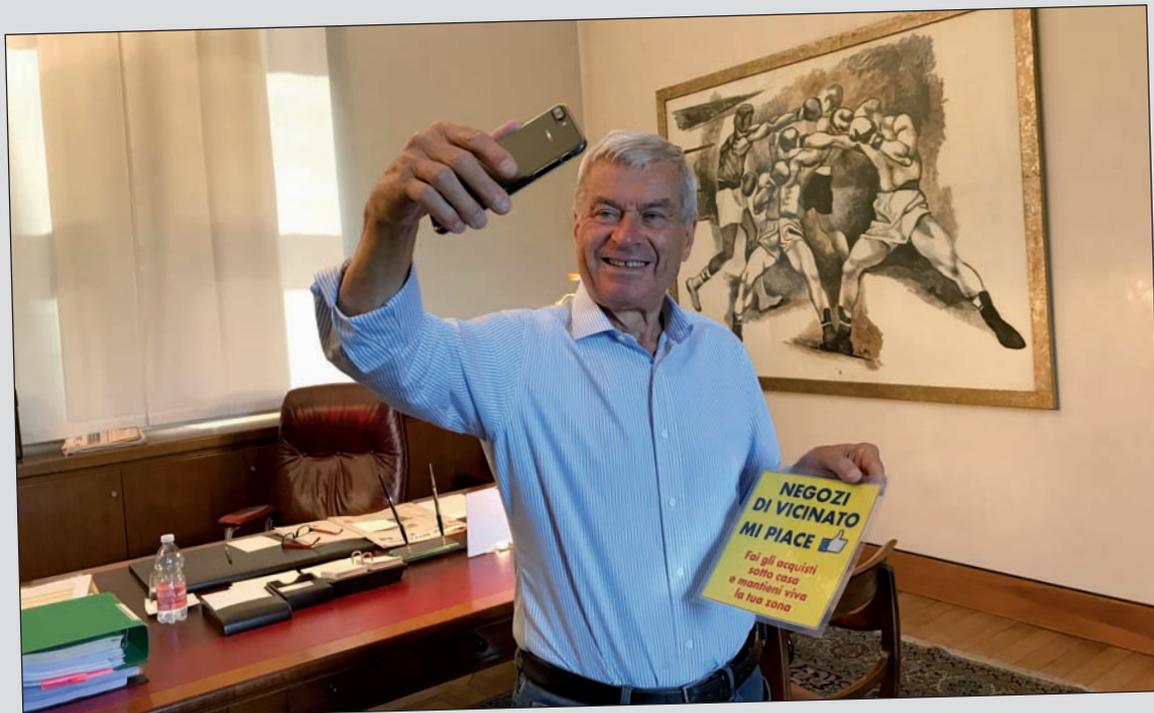


140 caratteri di confcommercio



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

“Le nostre imprese fanno le città, le rendono luoghi unici, le preservano, le presidiano, le promuovono. Fare acquisti sotto casa significa rendere il luogo in cui si vive un luogo più vivibile”.



#SOTTOCASAMIPIACE – Il presidente Carlo Sangalli testimonial per “Negozzi di vicinato Mi piace”: #sottocasamipace è la campagna di sensibilizzazione di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza per promuovere e sostenere gli esercizi commerciali di vicinato presidi del territorio nei centri urbani. Una campagna diffusa: esempi recenti a Bollate (vedi Unioneinforma di giugno) e in periferia nord di Milano con Ascopratocentenario.



Forte richiamo del presidente Carlo Sangalli all'assemblea di Confcommercio



Dal ministro Carlo Calenda la conferma: nessun incremento

“**V**a riconosciuto pienamente il ruolo dei servizi di mercato, cioè dei nostri settori, nell'accelerazione del Pil nella prima parte del 2017”. Restano “i gravi difetti strutturali che frenano il nostro sistema produttivo” senza i quali “potremmo sperare in un traguardo al 2% del Pil per il 2017”. “Indizi di vitalità” che “vanno sostenuti con l'unica strada percorribile: accelerare sulle riforme”. Sono alcuni momenti dell'intervento del presidente Carlo Sangalli all'assemblea di Confcommercio svoltasi a Roma (all'Auditorium di via della Conciliazione) alla quale è intervenuto il ministro allo Sviluppo Economico Carlo Calenda.

Iva: battaglia giusta Aumento scongiurato

Forte richiamo di Sangalli sull'Iva: lo scongiurato aumento è un risultato importante di Confcommercio.

“Ci preoccupano – ha detto Sangalli – tutte le ipotesi di scambio tra aumento dell'Iva ed altre misure fiscali. L'aumento dell'Iva non è barattabile. Convinti come siamo che, con l'aumento dell'Iva, scenderebbe il ‘grande inverno’ dei consumi sul nostro Paese. Convinti come siamo che aumentare l'Iva significherebbe far crescere il già insostenibile peso fiscale



su famiglie e imprese, penalizzare i redditi più bassi e, quindi, rinunciare ad ogni credibile prospettiva di sviluppo. E' una battaglia giusta. E le battaglie giuste sono quelle per cui vale la pena combattere. E continueremo a farlo. Per noi e per tutti”. Il ministro Calenda ha confermato che non vi sarà l'aumento dell'Iva.

Sangalli bocchia la stangata Iva Calenda: «Nessun aumento»

Il presidente di Confcommercio lancia l'allarme: «Non è barattabile, per i consumi sarebbe un grande inverno»

Aumenti Iva, i timori dei commercianti Ma Calenda rassicura: non ci saranno

Sangalli: si rischia un inverno dei consumi. Il ministro: nessun rialzo, lo dicono il premier e Padoan

Confcommercio. Sangalli: «Stop aumento Iva»

Calenda rassicura: non la toccheremo. Il presidente dei commercianti: senza difetti strutturali Pil 2017 a +2%

«L'Iva non è merce di scambio» Sangalli avverte, Calenda rassicura

No di Confcommercio all'aumento. Asse con il ministro: meno tasse



Sangalli: rappresentiamo la spina dorsale del Paese

...non si fa impresa nel terziario di mercato senza farsi carico degli altri. Senza la solidarietà operosa che si fa gesto, contributo, rispetto. Senza i valori che si fanno vita nel coraggio, nella dedizione, nella tenacia. Come abbiamo fatto sempre. Lo abbiamo fatto ieri: quando ci descrivevano come semplici bottegai, come gregari dello sviluppo, e noi comunque abbiamo assicurato occupa-

zione e benessere diffuso. Lo facciamo oggi, da imprenditori, con la responsabilità di rappresentare la spina dorsale di questo Paese, ricucendo le distanze: tra generazioni, tra territori, tra gruppi sociali, tra settori tradizionali e innovativi. Lo faremo domani. Domani, cari amici, saremo ancora una grande forza popolare. Che non lascerà indietro nessuno, ma dalla quale dipenderà la qualità del lavoro, dell'impresa, dello sviluppo equilibrato di un Paese più moderno, di un Paese più giusto. Questa è la nostra storia, questa la nostra presenza, questo il nostro futuro. Il futuro di tutti" (la parte conclusiva dell'intervento del presidente Carlo Sangalli all'assemblea di Confcommercio).



I temi d'attualità sono stati ripresi dal presidente Sangalli nell'assemblea ordinaria di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza

The screenshot shows the website for 'Club Imprese Storiche'. At the top left is the logo for 'Unione Informa CONFCOMMERCIO IMPRESE PER L'ITALIA MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA'. The navigation menu includes 'ASSOCIAZIONI', 'CHI SIAMO', 'NEWS', 'EVENTI', 'CENTRO CONGRESSI', 'CONTATTI', and 'COME ASSOCIARSI'. A sidebar on the left lists categories like 'DI CATEGORIA', 'TERRITORIALI', 'DI VIA', 'ALTRE ASSOCIAZIONI', and 'GRUPPI'. The main content area features a 'Club Imprese Storiche' header with social media icons for Facebook and Instagram, and a description: 'Club Imprese Storiche è lo strumento creato da Confcommercio Milano per diffondere la conoscenza delle imprese che hanno più di 25 di attività; un luogo per condividere ricordi, storie, immagini, esperienze.' Below this is contact information: 'Per informazioni: 02 7750241 | clubimpresestoriche@unione.milano.it'. A grid of six blue tiles offers links to 'LA MISSION DEL CLUB', 'COME ADERIRE', 'ADERISCI ON LINE', 'EVENTI INIZIATIVE', 'LA MAPPA DEL CLUB HISTORIC COMPANIES MAP', and 'QUALI SONO LE IMPRESE STORICHE'. At the top right, there is an 'AREA RISERVATA' section with fields for 'Utente' and 'Password', and buttons for 'Entra', 'Ricorda password', and 'Recupera password'.

Del Club Imprese Storiche di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza

Connessa con i social, consultabile con lo smartphone, fornisce indicazioni anche in inglese. Inserimento sulla mappa accreditandosi

Online la mappa digitale delle imprese storiche

Una mappa digitale delle imprese storiche: è on line da pochi giorni su www.clubimpresestoriche.it, il sito del Club Imprese Storiche di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. La mappa è uno strumento aperto a tutte le imprese associate in possesso del requisito minimo dei 25 anni di attività. E' una mappa consultabile in qualsiasi momento da computer e da smartphone (il cellulare è uno strumento che abbiamo sempre con noi) e può essere sempre aggiornata.

Obiettivo della mappa è far conoscere le storie e il valore delle imprese storiche rendendole facilmente individuabili e raggiungibili a un pubblico più vasto possibile: cittadini e turisti.

La mappa è collegata anche con la pagina Facebook e la Galleria Instagram del Club Imprese Storiche. La mappa digitale delle imprese storiche fornisce indicazioni anche in lingua inglese. Con essa si accede immediatamente alla storia delle imprese: per ogni impresa presente sulla mappa è stata, infatti, creata una scheda con descrizione,



Il presidente Carlo Sangalli: mappa on line strumento utile a far conoscere sempre di più nel mondo le eccellenze delle imprese storiche con benefici per tutto il nostro territorio

fotografie e tutti i possibili riferimenti.

Rileva il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli: "Le imprese storiche non sono solo memoria del passato e capacità di innovazione del nostro tessuto imprenditoriale, ma sono parte importante della forza attrattiva di

Milano. Ecco perché la mappa on line è uno strumento utile a far conoscere sempre di più nel mondo le loro eccellenze con benefici per tutto il nostro territorio".

"Proprio per fornire a tutte le imprese la stessa quantità e qualità di informazioni, è stato previsto che sulla mappa appaiano soltanto le imprese che si siano accreditate

al Club" spiega Alfredo Zini, coordinatore del Club Imprese Storiche di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. La mappa ha attualmente 140 imprese accreditate.

"L'inserimento sulla mappa – conclude Zini - non è certo un punto di arrivo. Con l'adesione al Club le imprese sono coinvolte nel complessivo progetto di comunicazione che le vede protagoniste attraverso la costante interazione fra Club e imprese storiche sui canali social".

Imprese storiche associate: gli ultimi riconoscimenti di Regione Lombardia e Comune di Milano

REGIONE LOMBARDIA - Gioielleria Curti a Bollate (via Giacomo Matteotti 2); Ottica Caloni a Legnano (corso Magenta 17); Panificio Gatti (via Nicastro 4), Pasticceria San

Gregorio (via San Gregorio 1), Casalinghi Ferramenta Farina (viale Fulvio Testi 78), Occhiali Pelo dal 1930 (via Andrea Solari 46) e Kammi Valassina (via Degli Imbriani 61) a Milano.

COMUNE DI MILANO – Lorenzi (coltelleria - corso Magenta 1); Ottica Aleardi (corso San Gottardo 2); B&B Distribuzione (arredamento e tessuti – via Enrico Toti 4); Occhiali Pelo dal 1930 (via Andrea Solari 46); Gelateria Toldo (via Giuseppe Sacchi 6); Bar Marino (via Marino 7); Nano Bleu (giocattoli – corso Vittorio Emanuele II 15); A.M.D. Profumeria Mazzolari (corso Monforte 2); Edicola Labò (piazza del Duomo); Bar Bianco (giardini pubblici); Gud Bar pasticceria Gattullo (piazzale di Porta Lodovica 2); Oliste Ottica DMZ (via Piero della Francesca 51); Gianni Italia (abbigliamento – via Paolo Sarpi 53); Paladini Abbigliamento (via Besozzo 10).



Foto di Gianfranco Suma

Modalità di ricerca sulla mappa

- Per macrosettore
HOSPITALITY
BAR
RISTORANTI
SERVIZI
FOOD SHOPS
FASHION AND DESIGN SHOPS
SHOPS (tutti i negozi che non sono food e fashion and design)
ALTRI (ambulanti, ingrosso, tabaccherie)
- Per Milano Città Metropolitana, province di Lodi e Monza Brianza



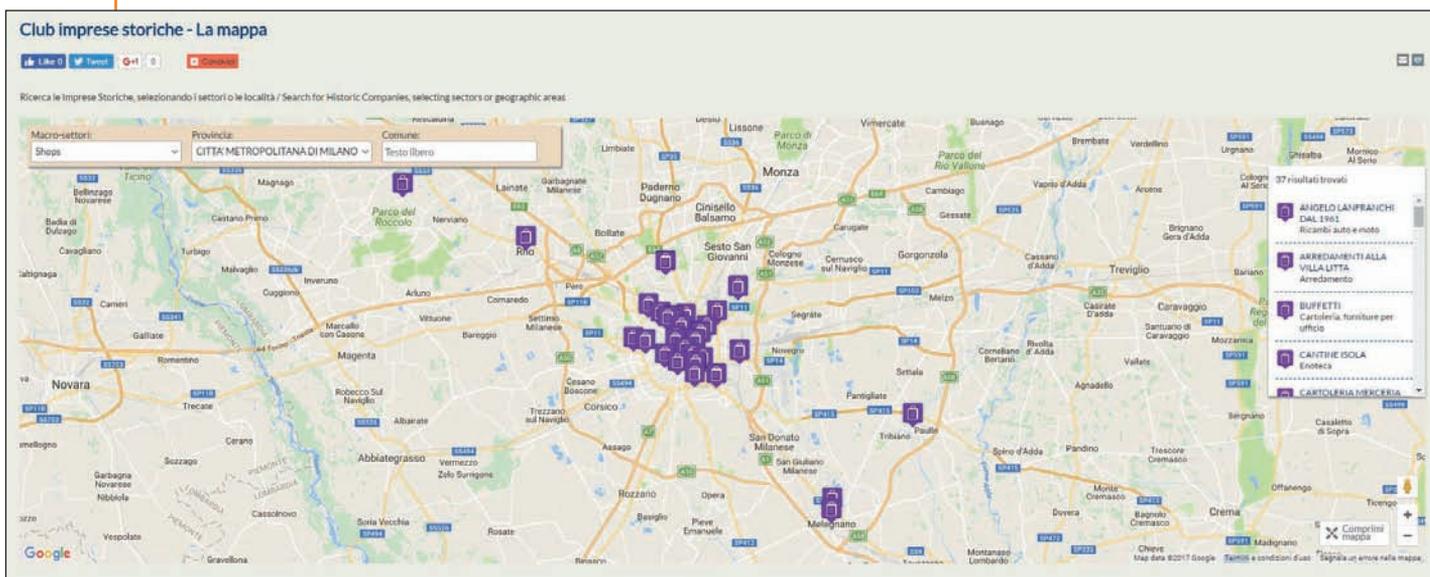
**CLUB
IMPRESE
STORICHE**

● Per Comune

Schede impresa

La mappa permette di accedere alla scheda di ciascuna impresa in cui sono presenti:

- galleria fotografica
- indirizzo georeferenziato
- descrizione in italiano dell'attività storica, con una sintesi in lingua inglese
- orari di apertura





La ricerca dell'Ufficio Studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. Sullo scorso anno il confronto con la Capitale

Per le imprese milanesi del terziario, dal 2011 al 2016, si è registrato un forte aumento della pressione fiscale. Milano, tuttavia, nel confronto sui tributi pagati, è meno penalizzata di Roma. E' quanto emerge dalla ricerca realizzata dall'Ufficio Studi di Confcommercio Milano, Lodi,

Tributi locali: forte aumento dal 2011 al 2016 Ma a Milano meno pressione fiscale di Roma

Monza e Brianza e presentata al Circolo del Commercio di Milano. L'analisi dell'Ufficio Studi prende in esame i principali tributi che interessano le imprese commerciali, turistiche e dei servizi: Imu e Tasi sugli immobili di proprietà; Tari, la tassa rifiuti; Cosap, il canone occupazione spazi ed aree pubbliche e l'imposta di soggiorno (che vede gli imprenditori della ricettività turistica come esattori).

IMMOBILI DI PROPRIETÀ: IMU E TASI

Due gli esempi: un ufficio di circa 100 mq. di superficie e un negozio di 70 mq. Se per l'ufficio a Milano, nel 2011, si pagavano d'imposta poco meno di 790 euro, ora l'importo è vicino ai 2.900 euro: più di tre volte e mezzo di aumento.

Nel caso del negozio di proprietà di 70 mq. l'esborso passa da poco più di 96 euro ad oltre 355 euro: anche in questo caso una crescita di più di tre volte e mezzo.



Anno 2016: IMU e TASI per C/1 Negozi uso proprio o locazione

INDICATORI	MILANO uso proprio e locazione	ROMA uso proprio	ROMA locazione
Rendita Catastale ipotizzata	540,00	540,00	540,00
Quota possesso	100%	100%	100%
Numero di mesi	12	12	12
Aliquota IMU (per mille)	8,70	7,60	10,60
IMU	271,31	237,01	330,56
Alliquota Tasi (per mille)	0,80	0,80	0,80
TASI	24,95	24,95	24,95
IMU + TASI	296,26	261,95	355,51

Fonte: elaborazioni Area Studi Confcommercio MI LO MB su dati dei Comuni di Milano e Roma

Confronto Milano-Roma.

La Capitale è più cara per gli immobili in locazione

La differenza emerge nei negozi dove le aliquote Imu sono diverse: 8,70 per mille a Milano sia per uso proprio dell'immobile che per locazione; 10,60 per mille a Roma per locazione e 7,60 per mille per uso proprio.

A Milano - Imu+Tasi - si versano complessivamente più di 296 euro, a Roma oltre 355 euro.

TASSA SMALTIMENTO RIFIUTI

L'Ufficio Studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza ha preso in esame cinque tipologie di attività con differenti metrature: uffici, ristoranti/pizzerie/trattorie; bar caffè pasticceria; minimarket, ambulanti con i banchi di mercato alimentari.
A Milano, dal 2011 al 2016, gli aumenti maggiori hanno riguardato i pubblici esercizi: bar caffè pasticceria con più del 157% (da

TIPOLOGIA ATTIVITA' TERZIARIO	Superficie dei locali in mq	2011	2016	Incremento %
11 (Uffici agenzie studi professionali)	100	€ 343,51	€ 521,34	51,8%
22 (Ristoranti Trattorie Osterie Pizzerie Pub)	130	€ 1.382,87	€ 3.293,81	138,2%
24 (Bar Caffè Pasticceria)	70	€ 443,14	€ 1.141,52	157,6%
26 (Minimarket alimentari)	150	€ 1.595,62	€ 1.636,38	2,6%
29 (Banchi di Mercato Generi Alimentari)	25	€ 265,94	€ 509,76	91,7%

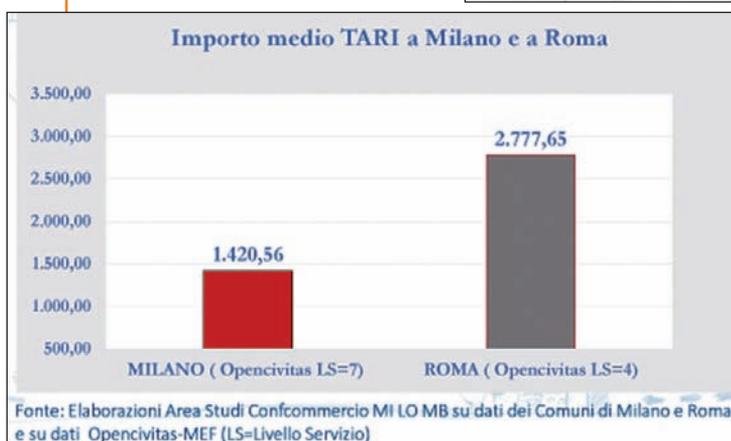
Fonte: elaborazioni Area Studi Confcommercio MI LO MB su dati del Comune di Milano

443 a 1.141 euro) e ristoranti/pizzerie/trattorie con oltre il 138% (da quasi 1.383 a circa 3.294 euro).

Tassa smaltimento rifiuti: confronto Milano-Roma. Nella Capitale l'importo medio è quasi il doppio

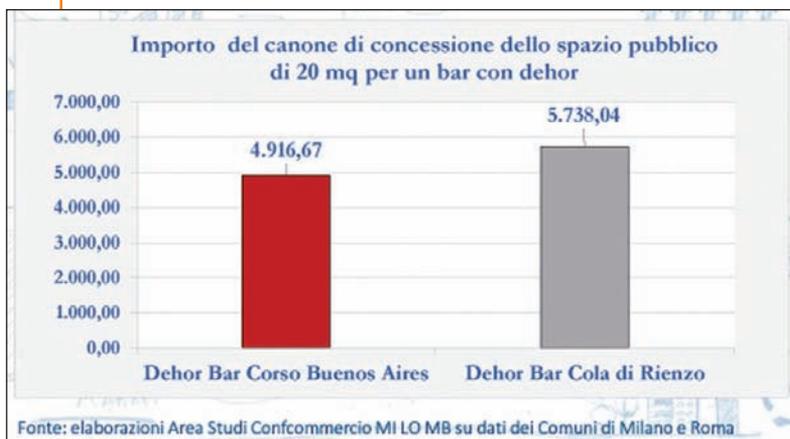
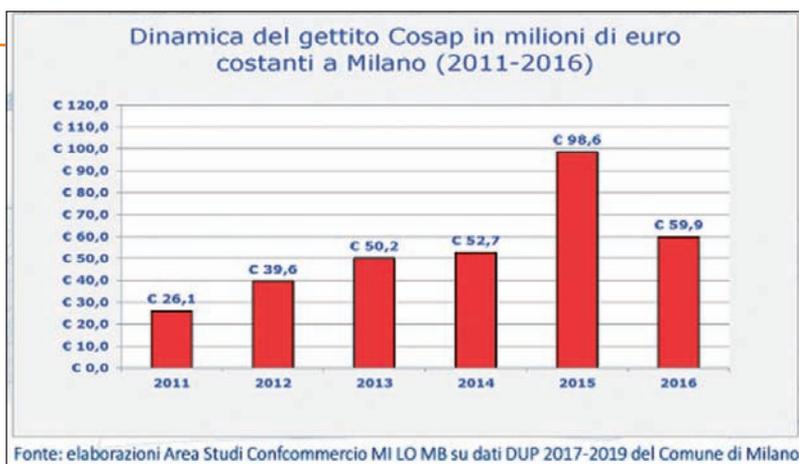
Nelle cinque tipologie messe a confronto per il 2016 l'importo medio della Tari è decisamente più alto a Roma: circa 2.778 euro contro i 1.420 euro di Milano: quasi il doppio.

E il livello standard di servizio elaborato da Opencivitas (il portale d'accesso alle informazioni degli enti locali a cura del Ministero dell'Economia) è migliore a Milano (7) rispetto a Roma (4).



COSAP (CANONE OCCUPAZIONE SUOLO PUBBLICO)

Gli introiti della Cosap sono passati a Milano da 26,1 milioni di euro del 2011 a 59,9 del 2016, ma con il grande picco di 98,6 milioni di euro nell'anno di Expo 2015. A Milano il balzo Cosap si è avuto tra il 2011 e il 2012 quando il gettito è cresciuto di oltre il 51% (alla fine del 2011 il Comune di Milano ha rivoluzionato il sistema di classificazione dello spazio urbano passando da 6 a 55 classi).



Cosap su attività permanente e temporanea: confronto Milano-Roma

Occupazione temporanea: Milano più cara

Nell'analisi effettuata dall'Ufficio Studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, per il confronto si sono individuati due assi commerciali importanti con lo stesso posizionamento di fascia media qualità/prezzo e con numerose insegne commerciali comuni: corso Buenos Aires a Milano e via Cola di Rienzo a Roma.

▶ ▶ ▶ segue a pag. 9 ▶ ▶ ▶

NUOVO SUV PEUGEOT 3008

MAI UN SUV SI È SPINTO COSÌ LONTANO



PEUGEOT



SCOPRI GLI SCONTI ESCLUSIVI SULLA GAMMA PEUGEOT DEDICATI A CONFCOMMERCIO MILANO



AUTOVETTURE

Modello	Sconto su Listino
Peugeot 108	19%
Peugeot 208	23%
Peugeot 2008	15%
Peugeot 308	19%
Peugeot Nuovo 3008	15%
Peugeot Nuovo 5008	15%
Peugeot 508	30%
Peugeot Bipper Tepee	25%
Peugeot Partner Tepee	28%
Peugeot Traveller	23%

VEICOLI COMMERCIALI

Modello	Sconto su Listino
Peugeot 208 VAN	17%
Peugeot Bipper	26%
Peugeot Partner	32%
Peugeot Partner Elettrico	11%
Peugeot Nuovo Expert Combi	29%
Peugeot Nuovo Expert	30%
Peugeot Boxer	33%
Peugeot Boxer Combi	29%

VEICOLI COMMERCIALI MIX

Modello	Sconto su Listino
Peugeot 208 Mix	22%
Peugeot 2008 Mix	14%
Peugeot 308 Mix	18%
Peugeot 3008 Mix	23%
Peugeot 5008 Mix	23%
Peugeot Bipper Tepee Mix	25%
Peugeot Partner Tepee Mix	26%
Peugeot Nuovo Expert Combi Mix	26%
Peugeot Traveller Mix	20%

CHIEDI INFORMAZIONI SULLE OFFERTE A TE RISERVATE

Scrivi a peugeotmilano@peugeot.com oppure contatta la sede più vicina

Sede di Milano - Via Gattamelata, 41 - 20149 Milano - Tel. 02 39 76 31

Sede di Milano - Via dei Missaglia, 89 - 20142 Milano - Tel. 02 89 34 631

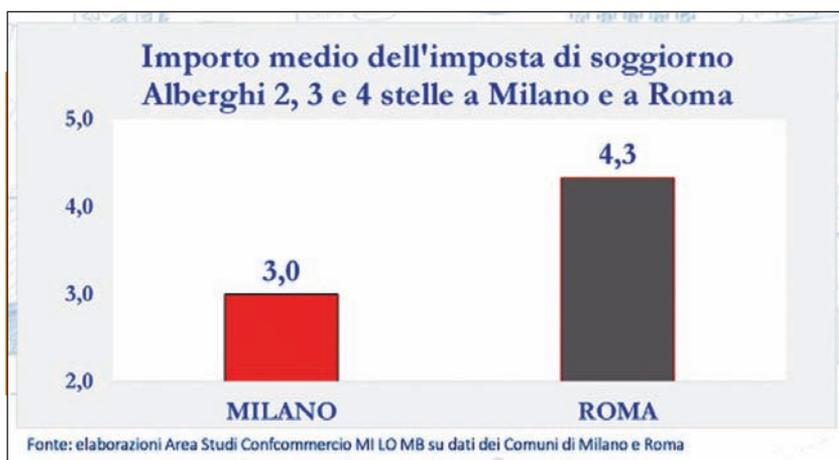
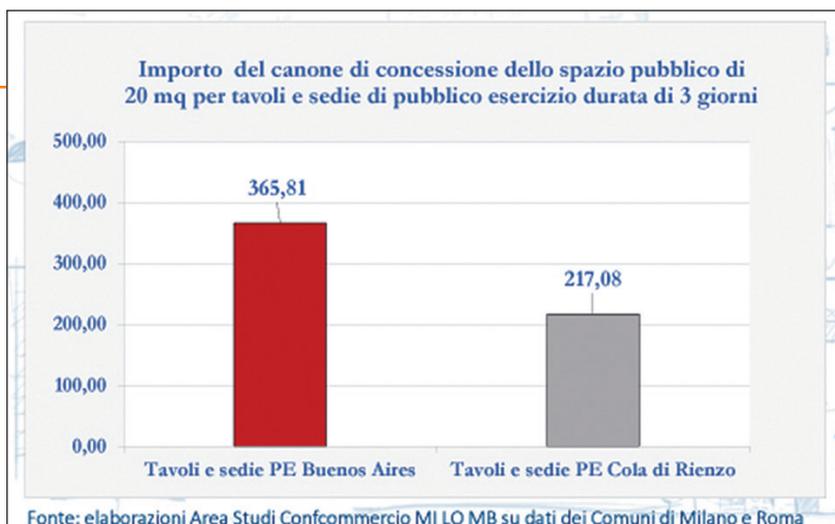
Sede di Sesto San Giovanni - Via Carducci, 299 - 20099 Sesto San Giovanni - Tel. 02 24 44 181

▶ ▶ ▶ segue da pag.7 ▶ ▶ ▶

COSAP

Attività permanente: per un bar con dehor di 20 mq. il canone di concessione è più caro a Roma di circa il 17% (5.738 euro contro i quasi 4.917 di Milano).

Attività temporanea: qui è più costosa Milano. Uno spazio pubblico di 20 mq. per i tavolini e le sedie di un pubblico esercizio – occupazione di 3 giorni - a Milano costa il 68,5% in più rispetto a Roma (circa 366 euro contro i 217 euro di Roma). Un dato che penalizza la Milano attrattiva e degli eventi.



IMPOSTA DI SOGGIORNO: Roma costa di più

Sia a Milano sia a Roma si paga l'imposta di soggiorno, ma nella Capitale è più cara. Sono state prese in esame tre delle cinque categorie degli esercizi alberghieri dove maggiore è il numero di pernottamenti: due, tre, quattro stelle. L'imposta di soggiorno media a Milano è di 3 euro, a Roma di 4,3.

Tributi: le proposte della Concommercio milanese

IMU e TASI: estendere le aliquote ridotte "premierali" ai proprietari di immobili a destinazione commerciale (utilizzati direttamente o affittati) della categoria D (es.: alberghi, medie e grandi strutture commerciali) e della categoria A/10 (uffici e studi professionali).

TARI: introdurre un abbattimento della tassa per chi produce e consente la raccolta e il riciclo di rifiuti di valore (carta, alluminio, vetro...).

COSAP: il canone di occupazione del suolo pubblico va ridotto per sostenere le imprese, già in difficoltà per l'andamento dei consumi e l'abusivismo. In particolare, vanno diminuiti gli importi dell'occupazione temporanea per accrescere l'attrattiva e gli eventi. Contestualmente si devono rafforzare tutte le procedure utili a reprimere la concorrenza sleale degli abusivi.

IMPOSTA DI SOGGIORNO: il gettito aumenterà con l'estensione anche alle locazioni turistiche brevi. Gli introiti dell'imposta di soggiorno devono essere destinati a interventi in materia di turismo e sostegno alle strutture ricettive con vantaggi per il turista. Ad esempio: una carta gratuita del turista che offra sconti per l'accesso ai musei e per l'utilizzo della rete pubblica Atm di trasporti.



Un momento dell'intervento del presidente Carlo Sangalli alla recente assemblea di Confcommercio (vedi pagine 2 e 3 n.d.r.)

Risultato concreto di Confcommercio con il presidente Sangalli: evitato l'aumento dell'Iva

Meno tasse e burocrazia per dare slancio alla timida ripresa

La fiducia delle famiglie e delle imprese, nel primo quater dell'anno, ha fatto un balzo avanti recuperando terreno per avvicinarsi ai bei tempi ante crisi. Adesso, come per ogni altra cosa, bisognerebbe nutrire la fiducia non solo di belle parole, ma di fatti. Fatti che inesorabilmente debbono combaciare con i numeri, numeri che però stentano a prendere il largo.

Ancora striminzito il Pil, anche se in timida ripresa, sia per l'anno in corso, che per il prossimo. Ancora insufficiente il recupero di tassi di occupazione, più occupati stabili vuol dire più consumi. Ancora debole la domanda, sia di prodotti che di consumi. Ancora tante banche in affanno e troppa parsimonia a concedere credito, anche a chi è bancabile. Ancora pochi investimenti in economia reale, quella che ha sempre più nel commercio e nei servizi il suo primo riferimento, un riferimento che però ha bisogni impellenti. Meno tasse e burocrazia, meno cavilli di ogni genere per poter svolgere l'attività, più regole per evitare l'abusivismo che, anche a Milano, si allarga a vista d'occhio, più sicurezza per esercenti e clienti.

Confcommercio si sta battendo come un leone per garantire ad ogni associato, minuscolo o grandissimo che sia, certezze e stabilità. La richiesta di abbassare i balzelli degli enti locali per gli esercizi commerciali è una componente irrinunciabile per far rivedere la luce a molte attività e dare

opportunità per il futuro. L'aver evitato l'aumento dell'Iva e, contemporaneamente, ridimensionato i micidiali studi di settore, sono successi inconfutabili, ottenuti dal presidente Sangalli e dalla squadra che governa Confcommercio. La presidenza di Enasarco di Gianroberto Costa, porterà l'ente ad investire in economia reale impostando un modello di gestione, più incisivo e trasparente in grado di indirizzare parte dei contributi degli iscritti in iniziative imprenditoriali che favoriscano la loro attività. Oltre le parole i fatti: e il no all'aumento dell'Iva, il ridimensionamento degli studi settore e gli investimenti in economia reale ne sono esempio eclatante.



Bruno Villois

Bruno Villois
direttore Dipartimento alta formazione Confcommercio



ENTE MUTUO — ASSISTENZA SANITARIA SENZA ATTESE IN LOMBARDIA — 2017



SCEGLI LA TUA FORMA DI ASSISTENZA

Da oltre 60 anni ci prendiamo cura dell'assistenza sanitaria degli iscritti Confcommercio in Lombardia. Dalle visite specialistiche agli esami diagnostici, odontoiatria, terapia fisica, ricoveri, rimborsi fino a un'assistenza sanitaria 24 ore su 24. Avvalendoci sempre di strutture altamente specializzate per non farti perdere tempo proprio quando il tempo è più prezioso.



Assistenza specialistica ambulatoriale ed altri contributi. Integrativa del servizio pubblico e sostitutiva per ottenere in tempi brevi le prestazioni sanitarie di assistenza specialistica ambulatoriale inclusa l'odontoiatria.



Assistenza ospedaliera. Scelta da chi desidera una valida assistenza ospedaliera anche presso strutture sanitarie private.



Assistenza specialistica ambulatoriale. Assistenza ospedaliera ed altri contributi. Soddisfa chi vuole ottenere una protezione più ampia, comprensiva delle prestazioni di assistenza specialistica ambulatoriale e assistenza ospedaliera.



Assistenza specialistica ambulatoriale. Assistenza ospedaliera ed altri contributi. È rivolta a chi, oltre ad una protezione comprensiva delle prestazioni di assistenza specialistica ambulatoriale ed odontoiatrica, desidera un'assistenza ospedaliera diretta ed indiretta economicamente più vantaggiosa.



Formula semplice e veloce per accedere alle strutture convenzionate con agevolazioni per assistenza ambulatoriale

I nostri numeri

- 5 diverse formule di copertura
- 680 medici e strutture sanitarie convenzionate
- 25.000 iscritti
- 250.000 prestazioni erogate ogni anno

I nostri servizi

- Visite specialistiche
- Esami diagnostici
- Odontoiatria
- Terapia fisica
- Ricoveri in forma diretta e indiretta
- Rimborso ticket e altri contributi
- Assistenza 24 ore su 24

Possibilità di pagamenti rateali grazie a ProFamily

I nostri punti di forza

- Fedele - assiste i Soci per tutta la vita
- Economico rispetto alla maggior parte delle assicurazioni sanitarie
- Esclusivo - riservato ai soci Confcommercio Lombardia
- Veloce - meno tempi d'attesa per visite, ricoveri o esami
- Detraibile fiscalmente

Le sedi

Milano - Corso Venezia, 49 - Salone Piano Terreno
Orario sportello: da lunedì a giovedì 8.30 - 16.30
 venerdì 8.30 - 15.30

Numero di telefono unico: 02.7750.950

Como - Via Ballarini, 12
Orario sportello: da lunedì a venerdì
 9.00 - 12.30 / 14.00 - 17.00

Numero di telefono: 031.2441

Lecco - Piazza Garibaldi 4
Orario sportello: da lunedì a giovedì 8.30-12.30 / 14.00-18.00
 venerdì 8.30-12.30 / 14.00-16.30

Numero di telefono: 0341.356911

Uffici distaccati di Milano:

Casa di Cura S. Camillo

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

Centro Diagnostico Italiano

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

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

Abbiategrosso - Via Annoni 14	tel. 02 94967383
Binasco - S.S. dei Giori 8	tel. 02 9055219
Bollate - Via degli Alpini 4	tel. 02 3502814
Bresso - Via Patellani 58/60	tel. 02 66501379
Cassano d'Adda - Via Verdi 5	tel. 0363 61503
Castano Primo - C.so San Rocco 1	tel. 0331 880691
Cernusco S/N - Piazza Repubblica 14	tel. 02 9230715
Cinisello Balsamo - Via Frova 34	tel. 02 66049259
Corsico - Via della Liberazione 26/28	tel. 02 4479582
Desio - Via Diaz 8	tel. 0362 624541
Gorgonzola - Piazza S. Francesco 2	tel. 02 9513320
Legnano - Via XX Settembre 12	tel. 0331 440335
Lissone - Via Madonna 13	tel. 039 482045
Magenta - Via Volta 62	tel. 02 97298074
Melegnano - Via Pertini 18/24	tel. 02 9830768

Melzo - Via Turati 6	tel. 02 9550084
Monza - Via De Amicis 9	tel. 039 360771
Paderno Dugnano - Via Fanti d'Italia 37	tel. 02 9181247
Rho - Via XXV Aprile 6	tel. 02 9303480
Rozzano - Via Mimose 63	tel. 02 8257653
Segrate, Fraz. Rovagnasco - Via Monzese 20	tel. 02 2134518
Seregno - Via Don Minzoni 2	tel. 0362 231234
Sesto S. Giovanni - Viale Marelli 5	tel. 02 2621679
Seveso - Corso Marconi 35	tel. 0362 506724
Vaprio d'Adda - Via Vanvitelli 32	tel. 02 90966402
Vimercate - Largo Pontida 3/9	tel. 039 6850839

Unione Confcommercio Lodi

Lodi - Via Haussmann 1/B tel. 0371 432106

Per un preventivo gratuito www.entemutuo.com



Milano Area C: confermate le deroghe per i veicoli trasporto merci nella fascia oraria 8-10

Il Comune di Milano ha prorogato fino al 14 ottobre le deroghe previste in Area C per i veicoli trasporto merci nella fascia oraria tra le 8 e le 10 (nella quale è in vigore il divieto d'accesso). Deroghe ottenute grazie all'azione della Confcommercio milanese e delle varie categorie coinvolte nel confronto con l'Amministrazione comunale. Per le deroghe riconosciute viene, inoltre, semplificata la modalità d'accesso utilizzando (avviata dal 14 giugno) la nuova funzione di MyAreaC "Deroga 8-10" fino a 24 ore dopo l'accesso in Area C (ztl Bastioni).

“Milano Aperta d'Agosto”: segnalare l'esercizio commerciale (aperto almeno una settimana)



Il periodo di validità della deroga cambia in base alla tipologia delle merci trasportate:

- ✓ veicoli utilizzati per il trasporto di merci alimentari deperibili, destinate a esercizi di somministrazione e rivendite che si trovano all'interno della ztl, con inizio attività dopo le ore 9: dal giorno della richiesta fino e non oltre il 14 ottobre 2017;
- ✓ veicoli utilizzati per il trasporto di merci alimentari deperibili destinate a eventi che si svolgono nella ztl con inizio attività dopo le ore 9: solo il giorno della richiesta;
- ✓ veicoli utilizzati da fiorai per l'allestimento di cerimonie: solo il giorno della richiesta;
- ✓ veicoli utilizzati per il trasporto cose conto terzi, classificati uso proprio, intestati a società iscritte all'albo degli autotrasportatori: dal giorno della richiesta fino e non oltre il 14 ottobre 2017;
- ✓ mezzi speciali >7.50 m: dal giorno della richiesta fino e non oltre il 14 ottobre 2017;
- ✓ veicoli classificati mezzo d'opera: dal giorno della richiesta fino e non oltre il 14 ottobre 2017;
- ✓ veicoli destinati al trasporto cose e veicoli speciali di società di imprese di manutenzione e trasformazione degli impianti: dal giorno della richiesta fino e non oltre il 14 ottobre 2017;
- ✓ veicoli di servizio utilizzati in relazione a documentati interventi in emergenza: solo il giorno della richiesta.

Prolungata fino al 31 luglio la durata delle deroghe in corso di validità (alla data dello scorso 13 giugno).

Anche dal sito di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza www.confcommerciomilano.it è possibile accedere al portale del Comune per inserire i propri dati e il periodo di apertura/chiusura dell'esercizio commerciale per “Milano Aperta d'Agosto”, l'iniziativa promossa dall'Amministrazione comunale per segnalare a cittadini e turisti le attività commerciali, artigianali e di servizio aperte nel mese di agosto (per almeno una settimana). L'esercizio commerciale segnalato viene anche inserito nella mappa cittadina interattiva consultabile online dal 20 luglio sul sito Fare Impresa (foto - accessibile dal portale istituzionale del Comune di Milano).



RENAULT
Passion for life

Renault ESPACE e Renault TALISMAN

Il piacere del controllo assoluto



Scopri la convenzione dedicata agli associati Confcommercio Milano
su www.renaultmilanolodi.it

Renault ESPACE e Renault TALISMAN (ciclo misto) da: 3,6 a 6,2 l/100km. Emissioni di CO₂: da 95 a 140 g/km. Consumi ed emissioni omologati. Foto non rappresentativa del prodotto. Info su www.promozioni.renault.it

Renault raccomanda elf

renault.it

LE CONCESSIONARIE RENAULT

RENORD

RENAULT FILIALE DI MILANO

PECHINI

NINICAR

Milano e la M4: nella fase operativa la collocazione dei rivestimenti per i cantieri con le indicazioni sulle attività commerciali presenti

Sono state approvate le declinazioni grafiche dei nuovi rivestimenti per i cantieri della M4 che andranno a “vestire” le cesate della linea blu, garantendo le indicazioni sulla presenza di attività commerciali in zona penalizzate dalla presenza dei cantieri. Di recente si è conclusa la fase di definizione dei contenuti di questi rivestimenti - (vestizione “informativa”, voluta da Comune di Milano e M4 spa e coordinata da MM Comunicazione) - che ha visto la partecipazione attiva della Confcommercio milanese e la condivisione finale dei rappresentanti dei Municipi interessati. Ora, ha informato M4, si passa alla realizzazione, già avviata con i primi sopralluoghi che hanno lo scopo di dare indicazioni precise per ogni specifico cantiere. L'installazione dei pannelli è prevista tra questo mese di luglio e ottobre.

“Oggi sono aperti 51 cantieri – ha dichiarato Marco Granelli, assessore alla Mobilità del Comune di Milano - Vogliamo che i rivestimenti delle cesate siano delle lavagne che comunicano con la città, non più corpi estranei, e aiutino a orientarsi. Ora passiamo dalla proposta alla realizzazione, cucendo un vestito su misura cantiere per cantiere, insieme ai Municipi e ai commercianti. Speriamo di mitigare il disagio e così porre un freno alle fratture nelle strade e lungo le case dei quartieri attraversati dai lavori”.

“Pannelli informativi – ha aggiunto l'assessore alle Politiche per il Lavoro, Attività produttive e Commercio, Cristina Tajani - che aiuteranno i residenti e i cittadini ad orientarsi e raggiungere più facilmente i negozi grazie anche alle indicazioni poste lungo i marciapiedi e i camminamenti”.

“Non è mai mancata in questi lunghi mesi la collaborazione tra Confcommercio Milano, il Comune e M4 – ha dichiarato Giorgio Rapari, incaricato per la Confcommercio milanese allo sviluppo associativo - Collaborazione che ha dato e sta



dando buoni risultati. Le imprese stanno affrontando grandi difficoltà per la vicinanza dei cantieri e devono ora avere in modo concreto il segno che si passi velocemente alla fase operativa di allestimento delle cesate. Perché è un dovere della città poter dare alle imprese commerciali coinvolte dai cantieri il massimo della visibilità possibile”.

Ai pannelli dedicati al logo M4 si affiancheranno

quelli dedicati alla rappresentazione della linea, al nome della singola stazione, alle informazioni sul cantiere, alle indicazioni per contattare M4 sui suoi canali di comunicazione. Una specifica attenzione è stata dedicata alla cartellonistica informativa per le attività commerciali con una rappresentazione dell'insieme degli esercizi presenti nell'area di cantiere, gli elenchi degli stessi, particolari indirizzamenti per ogni via sui cantieri e i marciapiedi, con l'utilizzo anche di adesivi calpestabili.

Il concept è stato affidato a due giovani creativi milanesi: l'illustratrice Anna Resmini e il designer Mattia Reali. La declinazione grafica è a cura di Pomilio Blumm che ha sviluppato il progetto in un sistema semantico fatto di icone (con codici cromatici e simboli) con il supporto del laboratorio di semiologia Pomilio Lab. Contestualmente, il Comune ha anche deciso di installare segnaletiche di indirizzamento a sostegno delle attività commerciali nell'area di via Foppa con la dizione “Zona commerciale” unita all'indicazione dei numeri civici raggruppati per settori.

fedeltà mi piace



Fedeltà Mi Piace è un nuovo pacchetto di vantaggi riservati ai **Soci Fedeli** di Confcommercio Milano.

Per le imprese regolarmente iscritte da almeno 3 anni, Confcommercio Milano riserva alcune opportunità aggiuntive rispetto a quelle disponibili per tutti gli altri soci.



CONVENZIONI BANCARIE

Condizioni esclusive all'interno delle **Convenzioni Bancarie** sottoscritte con alcuni dei principali istituti di credito (commissioni ridotte sul transato POS, tasso debitore annuo, etc.):

- Banca Sella
- Credito Valtellinese
- Intesa San Paolo
- Hobex



CONVENZIONI AUTO E VEICOLI COMMERCIALI

Peugeot oltre agli sconti esclusivi Confcommercio Milano sulle vetture e i veicoli commerciali, aggiunge l'**Estensione di Garanzia** (da 24 a 36 mesi) e uno sconto del **20%** sugli accessori.



CONVENZIONE CAR SHARING

Car2Go oltre al credito di € 5 già previsto in convenzione, aggiunge **ulteriori € 5 di credito per auto**.



CONVENZIONE WEB RADIO PER NEGOZI/PUBBLICI ESERCIZI

Radio In Store oltre allo sconto del 12% in Convenzione sui servizi di web radio, aggiunge un **ulteriore sconto del 22%** sul "pacchetto fedeltà", rispetto al listino in convenzione.



CONVENZIONE ASSICURAZIONE AUTO E MOTO

Quixa oltre allo sconto del 7% su tutte le garanzie acquistate, aggiunge uno **sconto del 50% sull'acquisto delle garanzie: assistenza stradale, infortuni conducente, tutela legale**.



CONVENZIONE BUONI PASTO

Pellegrini S.p.A. aggiunge allo sconto previsto in Convenzione dell'8% sul valore facciale del buono pasto un **ulteriore sconto dell'1%**.



ASSISTENZA SANITARIA

Confcommercio Milano, attraverso il suo servizio di assistenza sanitaria **Ente Mutuo**, offre **gratuitamente la Tessera tipo SMART** per l'anno **2017**.



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

Per approfondire le condizioni a Tua disposizione e le agevolazioni previste da #fedeltàmi piace scrivi a marketing@unione.milano.it o chiama lo 02.7750372

Collaborazione con Intesa Sanpaolo

Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza La modalità innovativa del servizio CBILL per l'avviso di pagamento della quota associativa



La soluzione proposta permette di migliorare la gestione dell'incasso delle quote associative dei propri iscritti ora effettuato con

INTESA  SANPAOLO

Pagamento della quota associativa integrando gli strumenti tradizionali con canali innovativi (internet banking, Atm) al passo con l'evoluzione tecnologica: è la scelta di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza verso gli associati con il recapito dell'avviso di pagamento corredato del tradizionale bollettino MAV e del nuovo tagliando CBILL, grazie alla collaborazione con Intesa Sanpaolo.



ADUE/SDD o con avvisi corredati di bollettini postali.

Il servizio CBILL (che consente di pagare e prenotare bollette) è nato per convertire all'interno del sistema bancario i pagamenti effettuati tramite bollettini postali, ma si sta anche affermando come sostituto del pagamento tramite bonifici. CBILL vede il supporto degli specialisti Global Transaction Banking di Intesa Sanpaolo: è un servizio che coniuga tempestività e certezza dei pagamenti effettuati con una rendicontazione integrata per garantire una completa e corretta riconciliazione.

zio che coniuga tempestività e certezza dei pagamenti effettuati con una rendicontazione integrata per garantire una completa e corretta riconciliazione.

Nuova convenzione esclusiva con Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza

Beatrice Vianello
Business Coach
Membro di *International Coach Federation*



Beatrice Vianello Business Coach

Beatrice Vianello, Business Coach offre percorsi di Business Coaching - individuali o per team - rivolti a titolari, soci, liberi professionisti e studi professionali, artigiani, commercianti, start-up. Tanti i vantaggi e i benefici per le persone (e di riflesso per le organizzazioni) che si possono approfondire e valutare fruendo della nuova convenzione esclusiva con Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza.

Scopri le convenzioni sempre aggiornate su www.confcommerciomilano.it nella sezione dedicata "Convenzioni e Vantaggi"

Anticontraffazione: firmato a Milano il protocollo tra Polizia Locale, Agenzia delle Dogane e Camera di Commercio



L'obiettivo del protocollo è intensificare un rapporto di collaborazione per contrastare, sia in termini preventivi sia repressivi, le condotte illecite legate alla contraffazione e migliorare, così, la tutela delle imprese e dei consumatori dai gravi danni determinati da un regime di concorrenza illegale in tutti i settori in cui ciò avviene: dall'alimentazione ai giocattoli, dal tessile alle calzature, dalla cosmesi ai farmaci. L'impegno è quello di preparare piani di controllo e di

E' stato firmato presso il comando della Polizia Locale di Milano il protocollo per la realizzazione di azioni congiunte in materia di vigilanza sul mercato, lotta alla contraffazione e tutela del Made in Italy. A sottoscriverlo sono stati i rappresentanti di Polizia Locale milanese, Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, Camera di Commercio di Milano.

vigilanza sull'etichettatura dei prodotti, sulla tutela del Made in Italy e sulla sicurezza dei prodotti sviluppando anche modalità operative per un efficace scambio di dati e di informazioni (comprese quelle contenute nelle rispettive banche dati). Nel caso di controlli congiunti, sarà anche possibile utilizzare la rete dei laboratori chimici dell'Agenzia delle Dogane e della Camera di Commercio. (SM)

A cura della Direzione Sindacale Sicurezza sul lavoro (Area lavoro)



Apprendistato professionalizzante Aggiornata la Guida operativa di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza

E' stata aggiornata la Guida operativa per le imprese associate "L'apprendistato professionalizzante nel Terziario in Lombardia" (a cura della Direzione Sindacale Sicurezza sul lavoro - Area lavoro - di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza - foto copertina) con le novità introdotte dal decreto legislativo n.81/2015. I dati sull'occupazione confermano l'apprendistato professionalizzante quale

contratto privilegiato per l'ingresso dei giovani nel mondo del lavoro e per lo sviluppo delle loro competenze professionali. La Guida (strumento completo per la documentazione normativa e contrattuale) consente una rapida consultazione così da rendere più semplice la comprensione delle norme a chi opera all'interno delle aziende con funzioni legate alla gestione delle risorse umane e vuole assumere un apprendista.



Fondo Famiglia Lavoro
Dare per fare

Milano investe su chi ha perso il lavoro.

fondofamiglialavoro.it

Collaborazione di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con la Diocesi di Milano

Contatti:
Fondazione San Carlo Onlus, Milano - tel. 02 422090702 - Romina Dossena dossena@fondazionecarlo.it - Sergio Tumino tumino@fondazionecarlo.it

Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza - Direzione Sindacale Sicurezza sul lavoro - Area lavoro - tel. 02798712 lavoro@unione.milano.it

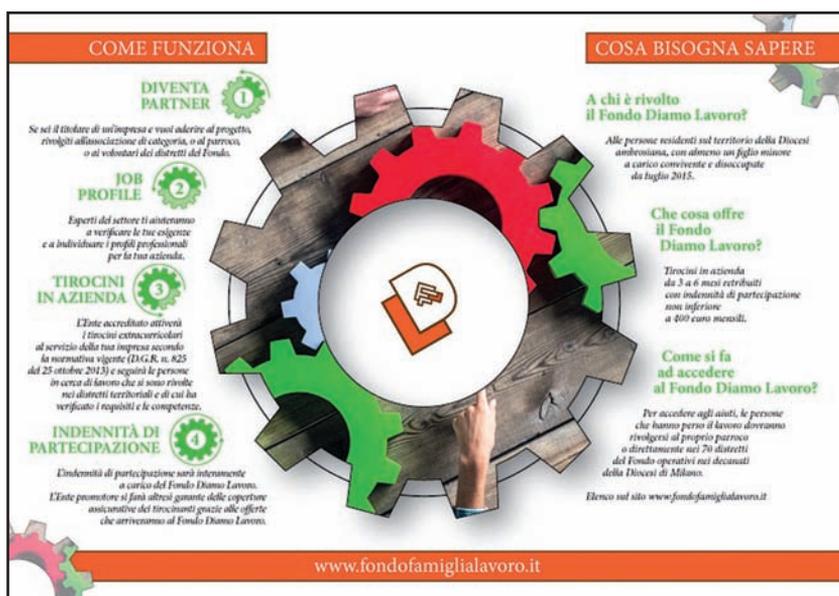
Fondo Famiglia Lavoro: proposta alle aziende di tirocini per i disoccupati

Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza ha aderito alla proposta di collaborazione del Fondo Famiglia Lavoro che da tempo sostiene, attraverso la Caritas Ambrosiana, sul territorio della Diocesi di Milano, molte famiglie in difficoltà economica a causa del protrarsi di situazioni di disoccupazione. Risale al 2009, da parte della Diocesi di Milano, l'attivazione del Fondo Famiglia Lavoro che finora ha distribuito circa 20 milioni di euro sotto forma di sostegno diretto ad oltre diecimila famiglie.

In questi mesi il Fondo sta avviando una nuova fase finalizzata a sostenere iniziative di reinserimento occupazionale delle persone assistite.

In particolare, per facilitare i percorsi di riqualificazione professionale, il Fondo propone alle aziende interessate l'opportunità di ospitare tirocinanti da un minimo di 3 a un massimo di 6 mesi. Tutti i costi per la realizzazione del tirocinio (indennità di partecipazione, assicurazioni, costi per la sicurezza, ecc.) sono coperti dal Fondo Famiglia Lavoro. Anche gli adempimenti burocratici sono a carico della struttura del Fondo.

Da un minimo di 3 a un massimo di 6 mesi. I costi per la realizzazione del tirocinio e gli adempimenti burocratici sono coperti dal Fondo. Fondazione San Carlo disponibile ad individuare i candidati che meglio rispondano alle esigenze delle imprese



COME FUNZIONA

- DIVENTA PARTNER**
Se sei il titolare di un'impresa e vuoi aderire al progetto, rivolgiti all'associazione di categoria, o al parroco, o ai volontari dei distretti del Fondo.
- JOB PROFILE**
Esperti del settore ti assisteranno a verificare le tue esigenze e a individuare i profili professionali per la tua azienda.
- TIROCINI IN AZIENDA**
L'ente accreditato attiverà i tirocini extra-territoriali al servizio della tua impresa secondo la normativa vigente (D.Lgs. n. 425 del 25 ottobre 2013) e seguirà le persone in cerca di lavoro che si sono rivolte nei distretti territoriali e di cui ha verificato i requisiti e le competenze.
- INDENNITÀ DI PARTECIPAZIONE**
L'indennità di partecipazione sarà interamente a carico del Fondo Famiglia Lavoro. L'ente promotore si farà altresì garante delle coperture assicurative dei tirocinanti grazie alle offerte che arriveranno al Fondo Famiglia Lavoro.

COSA BISOGNA SAPERE

A chi è rivolto il Fondo Diamo Lavoro?
Alle persone residenti sul territorio della Diocesi ambrosiana, con almeno un figlio minore a carico convivente e disoccupate da luglio 2015.

Che cosa offre il Fondo Diamo Lavoro?
Tirocini in azienda da 3 a 6 mesi retribuiti con indennità di partecipazione non inferiore a 400 euro mensili.

Come si fa ad accedere al Fondo Diamo Lavoro?
Per accedere agli aiuti, le persone che hanno perso il lavoro dovranno rivolgersi al proprio parroco o direttamente nei 70 distretti del Fondo operativi nei decanati delle Diocesi di Milano.

Elenco sul sito www.fondofamiglialavoro.it

La Fondazione San Carlo, ente accreditato a promuovere i tirocini, su mandato della Diocesi si rende disponibile ad individuare, con i referenti delle imprese interessate, i candidati che meglio rispondano alle esigenze delle singole aziende. Il Fondo Famiglia Lavoro, attraverso la rete dei propri volontari, è disponibile ad organizzare incontri presso le aziende per fornire informazioni sul progetto e l'attività del Fondo stesso.



Le aziende interessate potranno accedere a una piattaforma on line - <http://ffl3.caritasambrosiana.it> - all'interno della quale inserire la propria disponibilità ad accogliere tirocinanti e visionare i profili dei candidati. La piattaforma richiederà una registrazione a seguito della quale verranno fornite le credenziali di accesso.



Foto di Mattia Dognini

Guarda il video sulla pagina YouTube di Confcommercio Milano

Premio Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza

*Sul tema
"EX-CHANGES"
riconoscimenti
ai giovani artisti
dell'Accademia
di Brera*

Tre i vincitori pari merito - Elias Bertoldo (Mutamento - acrilico e tempera su carta); Giulio Locatelli (L'origine della trama - cuciture su tela) e Soheil Naderi (Congiunzione - tecnica mista) - del Premio Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza "EX-CHANGES" realizzato dalla Confcommercio milanese proseguendo il percorso di collaborazione avviato con l'Accademia Belle Arti di Brera. Il tema di quest'anno è stato scelto per avviare una riflessione a partire dal significato del titolo del concorso affidato ai giovani artisti: i vocaboli anglofoni Change ed Exchanges, in merito al tema dello scambio, dell'opportunità



Nella foto, con i premiati, il presidente dell'Accademia di Brera Livia Pomodoro

di scambio, del cambiamento. La commissione giudicatrice ha inoltre segnalato le opere di Dina Razeghi (Equivalenza - acrilico su carta); Daniel Sheytanov (Ricordo - pastelli ad olio); Paola Tuci (I confini della libertà - acquarello su carta cucita). La premiazione di "EX CHANGES" si è svolta al Circolo del Commercio di Milano. (BB)

Notizie da Comufficio



CONVEGNO SULLA METROLOGIA LEGALE - A Milano presso il Palazzo delle Stelline si è svolto il convegno "Scenari presenti e prospettive di sviluppo future del nuovo regolamento sui controlli metrologico-legali circa gli strumenti di misura". Ampia la partecipazione (oltre 200 le persone registrate) con la rappresentanza di molte Camere di Commercio e di titolari di pmi e laboratori dei sistemi di pesatura interessati a conoscere tutte le novità che il decreto n. 93 (pubblicato in Gazzetta Ufficiale n. 141/2017), sta comportando per il settore. Ha aperto i lavori il presidente Comufficio Marco Schianchi. Messo a disposizione dei partecipanti l'house organ "Orizzonti Comufficio" con un numero monografico sulla metrologia legale (il numero può essere richiesto alla segreteria Comufficio).

ASSEMBLEA GENERALE CECIP 2017 - Palazzo delle Stelline location anche per la 67° assemblea generale CECIP - European Weighing Industry: organismo composto dalle associazioni di 14 Stati europei che si riunisce annualmente per affrontare i problemi della pesatura e delle direttive europee conseguenti. Comufficio è stata rappresentata dal Comitato Co.Me.Lab presieduto da Maurizio Ceriani. Il programma dei lavori ha comportato sessioni di approfondimento tecnico e seminari sul tema della metrologia legale (aperti al pubblico). Hanno coordinato i lavori all'interno del CECIP il presidente Widmer Urs e il segretario generale Barbara Morales Pascual.



In Fiera Milano Rho aziende da 55 Paesi

host | Milano

Equipment, Coffee and Food
40th International Hospitality Exhibition
October 20_24, 2017 fieramilano

HostMilano dal 20 al 24 ottobre

Da venerdì 20 a martedì 24 ottobre si svolge in Fiera Milano Rho la 40esima edizione di HostMilano, la manifestazione per le filiere Ho.Re.Ca., foodservice, retail, gdo e hôtellerie. Confermate dagli organizzatori (nel momento in cui si scrive) oltre 1.800 aziende (superando i numeri dell'edizione precedente). 1.824 aziende partecipanti in rappresentanza di 55 Paesi: 1.092 italiane (59,9%) e 732 estere (40,1%). Al vertice della top ten delle nazioni straniere ci sono Germania, Spagna e Francia, Usa e Regno Unito. Numerosi gli appuntamenti a HostMilano tra workshop, occasioni di formazione, tavole rotonde e show-cooking. Sono otto i Paesi che per la prima volta partecipano alla manifestazione fieristica: Bielorussia, Egitto, Liechtenstein, Nuova Zelanda, Serbia, Sud Africa, Sri Lanka, Ucraina. Ritorna a HostMilano il Canada (assente dal 2011). Per quanto riguarda la tipologia merceologica delle aziende, il macrosetto "Ristorazione professionale e Pane Pizza Pasta" pesa per il 45,7%, ed è anche il più rappresentato con 729 partecipanti. Caffè Tea - Bar Macchine Caffè Vending - Gelato Pasticceria al 36,5% e Arredo e Tavola al 17,8%. Saranno presenti a HostMilano più di 1500 buyer da tutto il mondo, selezionati grazie al crescente investimento sulla profilazione e alla collaborazione sempre più stretta con ITA - Italian Trade Agency. (SM)

Con Altoga e Fipe protagonista il caffè

Fra i vari eventi di HostMilano da segnalare la collaborazione di Altoga (l'Associazione lombarda torrefattori, importatori di caffè, grossisti alimentari) e Fipe, Federazione italiana pubblici esercizi, che collaboreranno ad Host 2017 per dare vita a "Caffè e...", evento interamente dedicato al mondo del caffè che parte dal chicco verde e passa per le fasi di tostatura e macinatura, terminando nella degustazione della miscela. In un'area attigua, alcuni chef interpreteranno, con coinvolgenti show-cooking, il tema del caffè in cucina.



20 e 21 ottobre: quinto Gran Premio della Caffetteria (finali sostenute da Altoga)

Il 21 e 22 ottobre è in programma il quinto Gran Premio della Caffetteria Italiana organizzato da Aicaf, Accademia Italiana Maestri del caffè e, per le finali, sostenuto da Altoga con lo scopo di promuovere la professionalità e i prodotti made in Italy: nella ricetta proposta ai giudici sensoriali che decreteranno il miglior barista, dovrà essere presente almeno un ingrediente dell'enogastronomia italiana.



Tutte le info su: www.host.fieramilano.it, @HostMilano, #Host2017

Ecco la disciplina delle locazioni brevi



Con l'arrivo dell'estate s'intensificano le soluzioni di affitto di unità abitative per finalità turistiche, cosiddette "brevi".

Vediamo quali sono, in estrema sintesi, le principali caratteristiche di tipo giuridico e fiscale che riguardano gli affitti di breve durata: non solo in località turistiche di mare, montagna o collina, ma anche in città d'arte e città grandi (a titolo esemplificativo si pensi ai periodi della moda, delle fiere, di convegni).

L'art. 4 del decreto legge n. 50/2017 si applica ai contratti stipulati a far data dal 1° giugno 2017 e detta nuove regole per le locazioni brevi, ossia quelle di durata inferiore ai 30 giorni, che possono prevedere prestazioni di alcuni servizi di pulizia e ricambio biancheria. Permane a livello normativo una lacuna su ulteriori servizi aggiuntivi (es. rete wi fi, convenzioni per le colazioni, bollette utenze etc.) a cui dovrà essere posto rimedio, quanto meno con provvedimenti interpretativi. Si suggerisce di pattuire espressamente anche dette voci, a scanso di equivoci.

Oggetto di locazione devono essere unità abitative accatastate da A/1 a A/11 con eccezione della categoria A/10 e possono essere concesse in locazione sia intere unità che singole stanze di un'abitazione.

A locare per brevi periodi sono autorizzate solamente le persone fisiche (nemmeno le società semplici), direttamente o tramite l'intermediazione immobiliare, anche attraverso la gestione di portali "on line". Si ritiene che possano invece rivestire la qualifica di conduttore anche le persone giuridiche, per destinarlo a propri collaboratori o dipendenti.

Registrazione e tassazione

Chiariamo, anzitutto, che per i contratti di durata inferiore ai 30 gg. non vige la registrazione obbligatoria. Qualora s'intendesse ugualmente ricorrere alla registrazione volontaria, sarà dovuta l'imposta di registro nella misura del 2% sul canone (importo minimo di 67 euro) e l'imposta di bollo, sempre che il locatore non abbia esercitato l'opzione della cedolare secca, nel qual caso non sono dovuti né l'imposta né il bollo.

In mancanza di registrazione, la scelta sulla tassazione da applicare si effettuerà in occasione della compilazione della dichiarazione dei redditi relativa all'anno in cui i canoni di locazione sono maturati.

Il locatore potrà decidere se applicare la cedolare secca del 21%, liberandosi degli adempimenti ordinari legati all'Irpef e all'imposta di registro oppure, in alternativa, assoggettare a Irpef "ordinaria" i proventi delle locazioni che,

sotto il profilo fiscale, sono classificabili come redditi fondiari.

Detta aliquota del 21% va applicata sull'intero importo del canone indicato nel contratto (canone lordo), senza l'abbattimento forfetario del 5% del canone previsto nel regime di tassazione ordinaria dei canoni di locazione.

Il contrasto all'evasione

Ai fini di contrastare l'evasione, viene previsto che i soggetti che esercitano l'attività di intermediazione immobiliare mettendo in contatto le persone che ricercano gli immobili con quelle che dispongono degli immobili da locare, comunichino all'Agenzia delle Entrate i dati relativi alle locazioni brevi stipulate per il loro tramite trattenendo il 21% e ver-

sandolo direttamente nelle casse dello Stato mediante F24; sempre che l'intermediario, oltre che a mettere in contatto le parti, abbia incassato anche il canone pattuito. L'omessa o inesatta comunicazione dei dati è punita con la sanzione amministrativa pari ad un importo variabile tra 250 e 2.000 euro.

Tale sanzione è diminuita se effettuata entro i 15 giorni successivi alla scadenza e, comunque, non è passibile di ravvedimento.

I tributi

Quanto a IMU, TASI e TARI, ossia le imposte pagate al Comune in cui è ubicato l'immobile o la stanza affittati:

IMU - è dovuta esclusivamente dal proprietario e, nell'ipotesi di locazione di stanza, se il proprietario mantiene la residenza in loco, non perde la qualifica di abitazione principale;

TASI - in caso di utilizzi non superiori ai sei mesi all'anno (anche non consecutivi), soggetto passivo è il proprietario;

TARI - la stessa regola dei sei mesi si applica anche per la tassa sui rifiuti.



(A cura dell'avvocato Gloria Bresciani, consulente ASPPI Milano)

Confcommercio Lombardia e Aice (Associazione italiana commercio estero) Adesione all'accordo promosso da Regione Lombardia sull'internazionalizzazione

Confcommercio Lombardia ed Aice, l'Associazione italiana commercio estero, hanno firmato (assieme alle altre organizzazioni di rappresentanza) l'Accordo partenariale per le politiche di internazionalizzazione del sistema economico ed imprenditoriale lombardo promosso da Regione Lombardia con il vicepresidente Fabrizio Sala. L'Accordo siglato punta a favorire il pro-

cesso di internazionalizzazione delle imprese agendo su più fronti: supporto istituzionale della Regione; la previsione di un portale web dedicato alle imprese; azioni di formazione, orientamento; servizi di assistenza su Paesi target; strumenti finanziari dedicati.



Il sondaggio di Aice Aziende che operano sui mercati esteri attente al digitale

Apochi mesi dal debutto di "Aice Web Academy", l'iniziativa organizzata in collaborazione con lmg Internet (un ciclo di corsi e workshop sulle tecnologie di comunicazione digitale), Aice (l'Associazione italiana commercio estero) ha avviato un'analisi – attraverso un questionario incentrato su comunicazione e vendita online - per capire il livello di digitalizzazione delle aziende che operano sui mercati esteri.

Ecco alcuni dati emersi che evidenziano l'attenzione e la volontà delle aziende a sviluppare le potenzialità delle proprie risorse digitali, ma che al contempo non ottengono gli effetti desiderati.

Benché rispettivamente il 42% e il 38% delle aziende intervistate confermi di avere un sito multilingua, in inglese e altre lingue, solo il 9% raggiunge più di 10.000 visualizzazioni mensili, mentre quasi il 78% ottiene meno di 5.000 visualizzazioni.

L'80% dei rispondenti dichiara di non vendere i propri prodotti online e solo il restante 20% vende per la maggior parte direttamente dal proprio sito (non avvalendosi quindi di piattaforme e-commerce come eBay, Zalando, Amazon ecc.). Di conseguenza i ricavi dalle vendite online incidono in minima parte sul fatturato totale dell'azienda. Per il 29% rappresentano meno del 5% delle entrate e per il 57% non incidono affat-



Claudio Rotti, presidente Aice

to. Questi risultati sono influenzati – spiega però Aice - dalla tipologia merceologica delle aziende intervistate. Infatti, il 74% di esse opera nel B2B, in quanto produce e commercializza prodotti difficilmente vendibili online come componenti meccaniche e elettroniche, prodotti chimici e farmaceutici, servizi, macchinari industriali. Nel restante 25% sono concentrate le aziende che operano nel B2C, quin-

di più propense alla vendita diretta online, quali abbigliamento (13%), food&beverage (6%), mobili e oggettistica (4%), cosmetici (2%).

Riguardo ai social media il 50% delle aziende che ha risposto all'indagine Aice ha, al proprio interno, un team o una persona dedicata solo alla comunicazione digitale e alla gestione dei canali social.

Il 58% delle aziende possiede un profilo Facebook e il 54% un profilo LinkedIn, che utilizzano anche come mezzo di comunicazione con i propri clienti e/o utenti, mentre solo il 24% ha un account Twitter e solo il 22% Instagram.

Gli strumenti di comunicazione maggiormente usati rimangono, però, le newsletter e l'email marketing (per il 51% del campione).

“Cosa lega cultura, economia, chimica e colori?”



(Foto assemblea AssICC di Andrea Monachello)



Commercio chimico: all'Accademia di Brera l'assemblea generale di AssICC



Numerose le aziende presenti all'assemblea generale di AssICC, l'Associazione italiana commercio chimico, che quest'anno ha avuto uno scenario particolare: il Palazzo dell'Accademia di Brera nel cuore di Milano. Location idonea per sviluppare il tema individuato: “Cosa lega cultura, economia, chimica e colori?” “Molte sono le aziende associate, e con ruoli di rilievo negli organi direttivi dell'Associazione, che trattano materie prime all'avanguardia usate per il restauro delle opere ▶

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.confcommerciomilano.it

DIRETTORE RESPONSABILE
Marco Barbieri

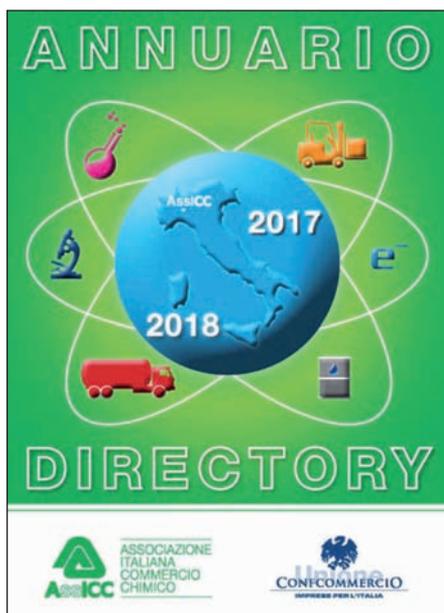
EDITORE
PROMO.TER Unione
Sede e amministrazione:
corso Venezia 47/49
20121 Milano

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.



L'Assemblea di AssiCC è stata l'occasione anche per presentare la nuova edizione dell'Annuario AssiCC, rinnovato nella grafica e nei contenuti.



Con il presidente di AssiCC Marco Coldani, il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli, Vittorio Sgarbi e il giornalista Nicola Porro



d'arte, ma anche nella chimica del colore sono da segnalare prodotti con performance applicative notevoli" ha affermato Marco Coldani, presidente di AssiCC.

All'assemblea di AssiCC sono intervenuti il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli, il giornalista conduttore televisivo Nicola Porro e il critico d'arte Vittorio Sgarbi (che ha tenuto una Lectio Magistralis). (BB)

Studenti di chimica: il Premio Augusta Baggi

Vittorio Sgarbi è stato anche padrino d'eccezione del Premio Augusta Baggi agli studenti meritevoli degli istituti tecnici di chimica. Premiati: Samantha Crippa e Lorenzo Nicotra (Istituto Molinari di Milano); Francesco Fersini (Istituto Majorana di Brindisi); Filippo Marchi (Istituto Buzzi di Prato); Niccolò Corti (Istituto Castelli di Brescia). La risposta degli studenti dell'Istituto Tecnico Ettore Molinari di Milano al tema dell'assemblea è stata una tesina -

"La chimica e il restauro" - che ha analizzato le innovazioni tecnologiche e i composti chimici utilizzati nel settore dei beni culturali.

"AssiCC - ha ricordato il presidente Coldani - è da sempre sensibile nel coltivare il rapporto con le nuove leve e per



questo porta avanti la tradizione del Premio Augusta Baggi. Ci auguriamo che questi studenti diventino un giorno futuri imprenditori del mondo chimico". "Ragazzi - ha detto il presidente di Confcommercio Sangalli - siate alchimisti e rivoluzionari dell'innovazione. Voi siete veramente il futuro".

Artigiani: Roberto Fassini nuovo presidente di Apam



Roberto Fassini

per avere un confronto su quelle che sono le difficoltà di apertura e mantenimento di un'attività artigiana oggi".

E' Roberto Fassini il nuovo presidente di Apam, l'Associazione degli artigiani aderente a Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. Fassini è subentrato allo storico presidente di Apam Claudio Agosti che mantiene il ruolo di consigliere dell'Associazione (vedi *Unioneinforma* di giugno a pag. 25 con l'assemblea celebrativa dei 20 anni di Apam n.d.r.). A Claudio Agosti, dichiara Fassini "vanno, innanzitutto, i miei ringraziamenti e quelli di tutto il Consiglio. Il mio compito sarà quello di cercare di portare nuovi stimoli alla nostra Associazione". Porte aperte e grande attenzione nell'ascolto dei problemi degli artigiani: "problemi della quotidiana gestione delle nostre attività". "Nei nostri progetti - conclude Fassini - c'è la volontà di incontrare le Amministrazioni locali per portare la voce degli associati e



Assonidi e il progetto "Scusa se insisto!"

Neonati lasciati soli in auto: come se un pezzo della vita venisse temporaneamente cancellato, senza che il soggetto ne abbia la minima consapevolezza. Questo è ciò che avviene ai genitori vittime di "amnesia dissociativa", patologia che porta ad una perdita completa delle nozioni del tempo e del ricordo. Un problema sociale che causa sempre più vittime innocenti. Assonidi, l'Associazione degli asili nido e delle scuole d'infanzia privati (aderente alla Confcommercio milanese), ha lanciato il progetto "Scusa se insisto!" per contribuire a ridurre que-

sto numero di incidenti che troppo spesso si trasformano in tragedia. Assonidi ha invitato tutte le strutture lombarde ad aderire al progetto attuando semplici procedure in grado di evitare situazioni di rischio per i bambini e per i loro genitori. Tutti i nidi che decidono di aderire ottengono un apposito attestato e s'impegnano a contattare le famiglie che non hanno provveduto a comunicare alla struttura l'assenza del bambino, insistendo con messaggi, sms e/o qualsiasi ulteriore sistema ritenuto idoneo. Una vera e propria "insistenza", nei confronti di entrambi i genitori, che continua fino all'avvenuto riscontro.



Rinegoziare il contratto di locazione commerciale

Per gli associati un servizio a costo contenuto con gli esperti immobiliari di FIMAA Milano Monza & Brianza

MILANO
MONZA BRIANZA



F.I.M.A.A.

Un servizio – a un costo estremamente contenuto – promosso da FIMAA Milano Monza & Brianza, l'Associazione degli agenti immobiliari e d'intermediazione, per assistere gli operatori commerciali nella valutazione dei margini di trattativa in fase di sottoscrizione, modifica e rinegoziazione del contratto di locazione commerciale relativo all'attività svolta.

Questo servizio è stato sperimentato con successo con Assonidi e l'Associazione cartolibrari milanesi e costituisce un utile supporto alle imprese associate.

Negoziare canoni locazione commerciale

Le imprese associate a Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza possono usufruire dell'assistenza di un esperto di FIMAA Milano Monza & Brianza per la valutazione del margine di trattativa in fase di sottoscrizione, di modifica e di rinegoziazione del contratto di locazione commerciale relativo all'attività svolta.

Il costo del servizio è di 50 euro + Iva. Comprende:

- ▶ predisposizione di uno schema dei valori immobiliari rispetto all'ubicazione ed alla tipologia di immobile, con indicazione dei valori dall'anno di decorrenza del contratto ad oggi, in base ai vigenti listini camerali realizzati su dati FIMAA Milano Monza & Brianza, con presentazione di un valore di massima in base all'andamento del mercato attuale nella zona di interesse, previo invio del contratto di locazione con relativi dettagli (planimetrie, eventuali trattative già intercorse con la proprietà, ricevuta di comunicazione di possibili aumenti o comunque di modifica delle condizioni contrattuali, spese accessorie, ecc.);
- ▶ un parere di stima per la valutazione del margine di trattativa per la ridefinizione del canone;
- ▶ un incontro con l'esperto – su appuntamento, se richiesto.

Per informazioni rivolgersi alla propria associazione di riferimento

Il servizio di FIMAA Milano Monza & Brianza non prevede alcun sopralluogo o reperimento di documentazione ulteriore se non quella fornita dall'associato che, là dove richiesto, potrà contare sull'affiancamento da parte di un professionista per condurre le trattative con la proprietà dell'immobile o sulla redazione di una perizia tecnica scritta (se richiesto anche asseverata) sul valore dell'immobile e del relativo canone locativo anche in rapporto alla tipologia di attività svolta (quest'ultimo servizio non è compreso nella quota di 50 euro + Iva e il costo sarà oggetto di trattativa diretta tra le parti interessate, con la supervisione di FIMAA Milano Monza & Brianza e a tariffe agevolate).



Attraverso la rete associativa di FIMAA Milano Monza & Brianza è possibile, qualora richiesto, essere anche affiancati da un professionista nella ricerca di nuovi spazi nel caso in cui l'accordo di negoziazione non andasse a buon fine e vi fosse, perciò, la necessità di uno spostamento di sede.

Il tram dei desideri va per le lunghe Le imprese: rischiamo di chiudere

Contesa sulla Milano-Seregno, Confcommercio lancia l'allarme

IL PROGETTO

Errori e aumenti di costi
I sindaci mettono in mora
l'appaltatore Cmc

LE REAZIONI

L'associazione dei negozi:
serviranno indennizzi
sul modello della M4



La storia infinita della metrotranvia Milano-Seregno Enrico Origi, presidente Confcommercio Desio: "una spada di Damocle per 4mila imprese sul territorio"

La recente diffida e messa in mora, da parte dei vari Comuni interessati, dell'impresa aggiudicataria dell'appalto integrato per realizzare la metrotranvia Milano-Seregno, "è il nuovo capitolo di una storia infinita che desta molte perplessità": lo ha rilevato Enrico Origi, presidente dell'Associazione territoriale Confcommercio di Desio. "Sono passati 9 anni da quando il progetto della metrotranvia Milano-Seregno è stato varato, ma non si sa ancora nulla sui tempi di un'opera i cui lavori avranno un impatto per 4mila imprese del territorio. Una spada di Damocle sulla testa di imprenditori e lavoratori – ha sottolineato Origi - che è motivo di grande preoccupazione". "Guardiamo molto criticamente – ha proseguito Origi – a un progetto invasivo che rischia di trasformare l'asse coinvolto (da Milano-Bresso passando per Cusano Milanino, Paderno Dugnano, Nova Milanese, Desio, fino a Seregno) in un deserto commerciale e produttivo. Chiediamo chiarezza su tempi e attuazioni, ma soprattutto vogliamo sapere come poter aiutare in concreto le imprese quando, una volta aperti i cantieri, andranno inevitabilmente incontro a grandi difficoltà. I Comuni interessati alla metrotranvia trovino le risorse necessarie: perché i lavori di un cantiere non possono causare la crisi delle attività imprenditoriali e del loro indotto".

Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, ha pienamente appoggiato la richiesta del presidente della Confcommercio di Desio Origi ai Comuni di trovare le risorse necessarie per aiutare le imprese che verranno coinvolte dai cantieri: "a Milano, senza nascondere le difficoltà burocratiche tuttora da risolvere nei tempi effettivi di erogazione dei finanziamenti, questa è di fatto la strada che è stata percorsa per i cantieri della Metropolitana 4, con un grande impegno da parte nostra nel confrontarsi con l'Amministrazione comunale: bandi per aiutare le imprese, non solo quelle fronte-cantiere, ma anche le attività vicine. Con il finanziamento delle spese correnti".

Enrico Origi, presidente dell'Associazione territoriale Confcommercio di Desio

Confcommercio Melegnano Conferma alla presidenza per Caterina Ippolito

Dall'assemblea un nuovo Consiglio direttivo e la conferma per acclamazione di Caterina Ippolito alla presidenza dell'Associazione territoriale Confcommercio di Melegnano.

Nel suo intervento molti i temi toccati dalla presidente Ippolito: come sicurezza, digitale, contraffazione e abusivismo. "Confido – ha affermato - nel sostegno e nella collaborazione di tutti i consiglieri e, perché no, di tutti i soci che vogliono liberamente contribuire perché l'Associazione è aperta". "L'Associazione – ha proseguito Caterina Ippolito - nasce per essere la casa dove trovare sempre risposte alle proprie domande, studiare nuovi business, conoscere ed incontrare esperti, professionisti e colleghi, con i quali condividere esperienze, opportunità, oltre che nuove soluzioni di lavoro".

Caterina Ippolito si è poi soffermata su un altro punto importante: la formazione. "Oggi è cambiato il modo di fare commercio ed è necessario attrezzarsi. Nei mesi scorsi l'Associazione ha offerto ai propri soci l'opportunità di un corso di web marketing in sede. Anche per il futuro sono previsti sempre più corsi formativi e di aggiornamento, nonché incontri di matching con aziende del mondo digitale, utili per accrescere il business, rimanendo concorrenziali sul mercato".



Caterina Ippolito (foto di Benedetta Borsani)

Rossella Acciardi (San Donato Milanese); *Gaetano Alessi* (San Donato Milanese); *Paolo Anghinoni* (Cerro al Lambro); *Giuliana Battecca* (San Giuliano

Milanese); *Alessandra Bonfanti* (San Donato Milanese); *Marco Cattaneo* (Melegnano); *Alberto Corrado* (Milano); *Mario Cremonesi* (Melegnano); *Mosé Cugnach* (Melegnano); *Romeo Dominelli* (Paullo); *Marcello Farina*

Associazione territoriale Confcommercio di Melegnano: il nuovo Consiglio direttivo

(Melegnano); *Simona Fontana* (Mulazzano); *Giovanni Ghianda* (Melegnano); *Caterina Ippolito* (Melegnano – presidente); *Enrico Maglio* (Melegnano); *Renata Parmigiani* (Melegnano); *Roberto Salamò* (Tribiano); *Nuccio Sarcià* (San Donato Milanese); *Giuliana Serbelloni* (Melegnano); *Giuseppe Steffenini* (San Colombano al Lambro); *Stefano Surdo* (Melegnano).



CONFCOMMERCIO BINASCO: APPROVATO IL NUOVO STATUTO

Assemblea dell'Associazione territoriale Confcommercio di Binasco per l'approvazione del nuovo Statuto. Sono intervenuti ai lavori il vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Carlo Alberto Panigo, il segretario generale Marco Barbieri e il direttore dei Servizi legali Amalia Pannuti.

Associazione territoriale Confcommercio di **Sesto San Giovanni** L'assemblea conferma all'unanimità **Zeffirino Melzi** presidente



Zeffirino Melzi



Zeffirino Melzi è stato confermato all'unanimità presidente dell'Associazione territoriale Confcommercio di Sesto San Giovanni (che comprende i Comuni di Sesto San Giovanni, Cinisello Balsamo, Cologno Monzese e Vimodrone) dall'assemblea generale svoltasi a Sesto nella sede di viale Marelli 5. L'assemblea (alla quale hanno preso parte il vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Carlo Alberto Panigo e il segretario generale Marco Barbieri) ha eletto il nuovo

Consiglio direttivo. Ecco i nomi: Maria Cristina Brambilla, Spartaco Chierici, Roberto Como, Fabrizio Gironi, Ali Hagpanah, Roberto Lorenza, Giuseppe Mariani, Rodolfo Meda, Silvano Ortolina, Carmelo Perrone, Mauro Gerolamo Scarlatti, Giuseppe Stea.



Sesto San Giovanni: intesa per offrire servizi welfare a lavoratrici/lavoratori

Con l'Amministrazione Comunale di Sesto San Giovanni, i Sindacati (Cgil - Camera del Lavoro Metropolitana Milano; Cisl Milano Metropolitana e Uil Milano Lombardia) e altre organizzazioni di rappresentanza delle imprese, Confcommercio Milano, Lodi, Monza, Brianza ha sottoscritto una dichiarazione d'intenti con l'obiettivo di sviluppare una rete welfare per lavoratrici e lavoratori. Quest'intesa riguarda diversi servizi che potranno essere forniti direttamente dal Comune o da altri soggetti: "parentibus" (accompagnamento parenti dei lavoratori per commissioni, visite, esami medici); "libroAmico" (consegna libri delle biblioteche sui luoghi di lavoro); "parafarmaco a domicilio"; "take away" (ritiro pasto serale); "sport per tutti" (utilizzo impianti sportivi comunali); altri servizi educativi comunali o convenzionati con il Comune.

Associazione territoriale Confcommercio di Magenta e Castano Primo

Luigi Alemani rieletto presidente

Luigi Alemani riconfermato presidente dell'Associazione territoriale Confcommercio di Magenta e Castano Primo: lo ha eletto il nuovo Consiglio direttivo votato dall'assemblea dell'Associazione (alla quale hanno partecipato il vicepresidente di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Carlo Alberto Panigo e il segretario generale Marco Barbieri). Con Alemani fanno parte del Direttivo della Confcommercio di Magenta: Alfredo Bellantonio; Luigi Calcaterra; Carlo Cauzzo; Giuseppina Costantino; Enrico Einaudi; Davide Marmonti; Emiliano Masperi; Vincenzo Mascazzini; Roberto Mira; Jessica Oldani; Luigi Oldani; Francesca Rudoni; Dora Russo; Oscar Zorzato.



Luigi Alemani

Associazione territoriale Confcommercio e Distretto del Commercio fra i patrocinatori



Successo per la settima edizione a Vimercate della Notte Bianca, manifestazione patrocinata dal Distretto del Commercio di ViviVimercate, dall'Associazione territoriale Confcommercio di Vimercate, dall'Am-

Notte Bianca a Vimercate Successo che si conferma

ministrazione comunale, dai commercianti del centro (oltre 60 attività coinvolte con un incremento del 20% nelle adesioni rispetto alla precedente edizione) e con la collaborazione dell'Associazione La Presentosa Arte Hobby Artigianato. Centro storico chiuso al traffico e parcheggi gratuiti hanno favorito la presenza di migliaia di persone. Numerose le attrazioni: dagli spettacoli per bambini alle bancarelle (alimentari e non alimentari). Il percorso delle bancarelle attraverso il centro storico ha rivestito un ruolo molto importante e di forte richiamo per il pubblico; molti esercizi commerciali hanno approfittato dell'evento per "estendere" le loro vetrine fuori dai punti vendita.

I pubblici esercizi, prolungando l'orario, hanno ampliato la loro offerta con punti di ristoro permettendo ai visitatori di godersi una cena o un drink "sotto le stelle". In questa Notte Bianca più proposte di intrattenimento con due rappresentazioni teatrali: Sandokan o la fine dell'avventura (compagnia I Sacchi di sabbia) nella corte di Villa Sottocasa e Romeo e Giulietta (di Davide Palla) in piazza Santo Stefano.

Molti anche i momenti musicali proposti dagli operatori commerciali: dal jazz alla musica popolare, alla musica degli anni '80, alle cover di Adriano Celentano.

La concomitanza con la "Notte dello Sport" (svoltasi in piazza Marconi, piazza Linificio e largo Europa) ha fatto da sfondo all'evento offrendo al pubblico tornei di basket, calcetto, beach volley; indole sportiva vimercatese che è emersa anche durante la corsa "BlueSmileRun" (6 o 10 km) che ha registrato un record di partecipanti.



* di Lucia Mari
(giornalista)

Non dimenticherò Laura Biagiotti signora della moda

La moda piange Laura Biagiotti: se ne è andata in silenzio cercando di mettere ordine al suo cuore in disordine. Non ce l'ha fatta: ma tutto, siamo certi, procederà secondo tradizione. Ci penserà Lavinia, la figlia adorata e, pensiamo, l'amato cashmere, e adorato bianco, colore preferito. Aveva osato proporre collezioni soltanto in questo colore: la sperimentazione sulla materia da anni creata da una donna per le donne del mondo. E con successo. Piacevano i suoi vestiti facili e piacevano perché ogni donna si sentiva a suo agio, come se li avesse indossati da sempre. Questo era il segreto di Laura Biagiotti, davvero una signora della moda. La rivedo: sorridente sempre, mai una parola fuori posto, così distante dal mondo di oggi, genere "lei non sa chi sono io". Stilista per vocazione, la lunga militanza attorno alle passerelle del mondo. Donna di carattere: decide di sfilare in Cina, Paese che mai aveva assistito ad una sfilata, ma lei ci riesce. Non solo la collezione, viene presentata con ragazze cinesi, particolare che le fa ottenere un trionfo. Lavorava con amore e lo si intuiva. Lei non inseguiva il personaggio del genere gossip, per intenderci. E c'è una frase che sintetizza questo pensiero: "Ho sempre cercato di vestire non solo il corpo, ma un po' anche l'anima delle donne che scelgono la mia moda".



E come Marco Polo dopo avere conquistato la Cina cosa fa? Vuole sfilare in Russia: e mira al Cremlino. Serata stupenda, era il 1995. Lo so, perché di quella sfilata ho cominciato a scrivere in aereo in volo di ritorno. Qui ovviamente

Laura si era ispirata a Dostoevskij, in una profusione di pellicce di candida Mongolia nel rispetto del freddo che qui è di casa. Un successo, anche qui: e al finale le indossatrici come matrioske in una pioggia di colori coloratissimi. Grande, grandissima Laura: era una gratificazione andare alla sua sfilata. Accanto a lei sempre Lavinia, che ho conosciuto bimbeta. Davvero una stakanovista della moda. Adesso, dicevo, ci penserà Lavinia con l'invenzione di mamma Laura, che incantava con suo famoso cashmere, punto di partenza per farne invenzioni. Non a caso il "New York Times" l'ha definita la regina del cashmere.

La ricorderemo perché è impossibile dimenticarla: di certo non la dimenticherò anzi, mi pare di vederla aggirarsi nel suo castello. Perché come una regina viveva in un castello alle porte di Roma. Se proprio ti annoi, puoi sempre organizzare una sfilata tra gli angeli: perché sono vestiti di bianco, o no?



A tutti i miei dipendenti posso offrire i vantaggi delle convenzioni di Confcommercio Milano come **benefit che non gravano sul bilancio dell'azienda.**



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



Cerca le convenzioni contrassegnate con il simbolo “% ANCHE PER DIPENDENTI”. Scoprirai **quante opportunità e quanti vantaggi** Confcommercio Milano mette a disposizione dei **tui dipendenti**. Per loro saranno dei veri o propri benefit che compenseranno in parte le riduzioni di premi e incentivi che le aziende sono state costrette ad attuare negli ultimi anni.

Le convenzioni di Confcommercio Milano coprono molteplici aspetti della vita **della persona e della famiglia**; vantaggi e sconti per viaggi, automobili, periodici e riviste, libri, ottica, asili nido, parchi divertimento e tante altre opportunità.

Accedere a tutti questi bellissimi vantaggi **sarà facilissimo**: i tuoi dipendenti dovranno mostrare al fornitore di convenzione la copia della tessera associativa Confcommercio dell'anno in corso timbrata e siglata dall'azienda.

Chiedi la tessera alla tua Associazione

oppure contattaci via email: **convenzioni.imprese@unione.milano.it**,

o dal sito: **www.confcommerciomilano.it/it/impresa_persona/convenzioni/dipendenti/**



Promo.Ter Unione

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



Hai necessità di ...?



SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO:

- documento valutazione rischi aziendali
- rspp esterno
- medico competente
e sorveglianza sanitaria
- corsi di formazione
- piano di emergenza
- piano di evacuazione
- certificazione prevenzione
incendi
- verifica periodica
messa a terra
impianto elettrico
- d.u.v.r.i./p.o.s.
- servizio defibrillatore
- rilevazione fonometrica

**CLUB DELLA
SICUREZZA**

HACCP e IGIENE DEGLI ALIMENTI:



- piano di autocontrollo
- formazione addetti in aula e online
 - tamponi autotest
per corretta sanificazione
 - verifica taratura
termometri
- etichettatura alimenti
- dichiarazione
nutrizionale

PRIVACY:



- assistenza per informative e consensi
- formazione addetti
- iter videosorveglianza

CONTATTACI PER IL TUO PREVENTIVO

e se pensi di non avere necessità
... per **SICUREZZA** ...
contattaci comunque!

Club della Sicurezza/Club Servizi Innovativi:

Via Marina 10 - 20121 Milano

Tel 02 7750.590/591 - Fax 02 7750.895 - club.sicurezza@unione.milano.it
club.haccp@unione.milano.it - club.privacy@unione.milano.it