



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

informa Unione

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

Confcommercio con Rete Imprese Italia

“SENZA IMPRESA NON C'E' ITALIA - RIPRENDIAMOCI IL FUTURO”

In 60.000 a Roma in piazza del Popolo





Promo.Ter Unione

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



UNI EN ISO 9001:2008
CERTIFICATO n°628



Unione
CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

LE NOSTRE PAROLE CHIAVE PER LA SICUREZZA

SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO

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

IGIENE DEGLI ALIMENTI

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

PRIVACY

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



... PER L'INNOVAZIONE

QUALITA'

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

ENERGIA & AMBIENTE

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



Club della Sicurezza/Club Servizi Innovativi:

Via Marina 10 - 20121 Milano

Tel 02 77.50.590/591 - Fax 02 77.50.895

*Confcommercio con Rete Imprese Italia
per la grande mobilitazione
il 18 febbraio in piazza del Popolo*

L'EDITORIALE

Qualcosa è cambiato

di Carlo Sangalli (*)

Dalla grande manifestazione a Roma di martedì 18 febbraio (in queste pagine n.d.r.), qualcosa è cambiato. 60 mila imprenditori che per la prima volta nella storia italiana si ritrovano in piazza chiedendo di essere ascoltati, anche se lo fanno civilmente, non sono da sottovalutare.

segue a pag. 3 ▶▶▶

Determinazione, protesta e proposta In 60.000 a Roma: "Senza Impresa non c'è Italia"

Forte partecipazione da tutta la Lombardia (soltanto dalla Stazione Centrale di Milano oltre 4.000 par-

tenze) alla grande manifestazione che il 18 febbraio a Roma in piazza del Popolo ha visto Confcommercio con

to al di sopra di ogni aspettativa.

▶▶▶ segue a pag. 4 ▶▶▶



Unioneinforma - marzo 2014 - n. 3 - anno 20 (questo numero è stato ultimato il 6 marzo)

Galbiati

A R R E D A



ADMEMBER



Poliform

ALIVAR arflex Artemidè arper Caimi calligaris Campeggi CASAMANIA
DEDON' DESALTO désirée divani driade elam Euromobil FIAM FLYFORM
FLOS ilou FontanaArte FUTURA GAGGENAU GLAS Kartell MERIDIANI
Minotti D à NATEVO PAOLA ZENTI PENTA Poliform Poltrona Frau porada
Rimadesio R O D A Tisettanta Tonelli Varenna Poliform Y YCAMI Zalf zanotta

AI SOCI DI CONFCOMMERCIO RISERVIAMO UN TRATTAMENTO PARTICOLARE
GRAZIE ALLA CONVENZIONE ESCLUSIVA STIPULATA
maggiori informazioni presso i nostri showroom

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

IN
STILE

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

www.galbiatiarreda.com - info@galbiatiarreda.com

▶▶▶ segue da pag. 1 ▶▶▶



Sarebbe un errore imperdonabile. Il livello di adesione che ha avuto la nostra manifestazione è andato oltre qualunque più ottimistica previsione. È va detto che molti imprenditori che erano in piazza hanno dovuto chiudere per quasi un giorno le loro attività con conseguente danno economico.

La manifestazione è stata sempre responsabile, ma il clima era teso per una protesta ormai esasperata dal prolungarsi della crisi e dalla mancanza di risposte.

Non solo, però, protesta e tensione, ma anche calma determinazione di 60 mila imprenditrici e imprenditori, provenienti da tutta Italia, nel ricordare priorità e proposte necessarie per evitare il baratro e ritrovare la via della crescita.

Le emergenze sono note: pressione fiscale insostenibile, crollo della domanda interna, credito col contagocce e burocrazia intricata.

In testa alla classifica c'è ovviamente la riforma del fisco, strettamente connessa alla riduzione della spesa pubblica.

Ogni euro risparmiato sul costo dello Stato deve essere detratto dall'imposizione fiscale.

Siamo convinti che uno Stato che costa oltre 800 miliardi di euro all'anno, abbia ampi margini di miglioramento.

Iniziamo, però, subito ad alleggerire le aliquote Irpef di almeno un punto percentuale (rispettivamente dal 23 al 22% e dal 27 al 26%) per dare una boccata d'ossigeno ai consumi. E poi tagliamo senza incertezze l'Irap, la più iniqua delle tasse perché colpisce le imprese che assumono e non tiene conto di quelle gravate dai debiti.

Se per rispettare i conti pubblici si agisce sostanzialmente solo sulla leva della tassazione alla fine si uccidono i consumi e si provoca, di conseguenza,



una contrazione del gettito fiscale rendendo inutile l'obiettivo originario della manovra.

Occorre poi agire sulle infrastrutture, anche quelle immateriali, dove siamo ancora indietro rispetto ai nostri principali competitor europei.

Il fattore tempo sta diventando decisivo.



vo. Più le risposte tardano ad arrivare e più la crisi consolida i suoi effetti dirompenti per imprese e famiglie. Si rischia realmente la coesione sociale. Non si tratta di allarmismo. Lo scenario delle imprese chiuse e dei senza lavoro è eloquente. Gli ammortizzatori sociali sono messi a dura prova e la classe media, da sempre l'architrave

portante di questa società, sta progressivamente esaurendo le riserve.

Ecco perché chiediamo al nuovo Governo di fare presto e bene le riforme necessarie per ritrovare la via della crescita.

Nonostante la lunga crisi abbiamo ancora straordinarie risorse che devono essere valorizzate e incentivate.

A partire proprio dal patrimonio rappresentato dalle nostre piccole e medie imprese che costituiscono il 95 per cento del sistema imprenditoriale italiano.

I sessantamila imprenditori scesi a manifestare in piazza del Popolo a Roma aspettano una risposta e siamo certi che non tarderà ad arrivare. Ci auguriamo che sia la risposta giusta, che sia finalmente la svolta attesa da famiglie e imprese. Ma se questa risposta dovesse ritardare, se dovessero prevalere i riti di una politica ormai non più collegata all'emergenza economica, i nostri imprenditori tornerebbero in piazza.

Sempre in modo responsabile e civile, ma sempre più numerosi e determinati a chiedere ed ottenere quel cambiamento necessario a rimettere in piedi il nostro Paese.

(*) **CARLO SANGALLI**

Presidente di Unione Confcommercio
Milano, Lodi, Monza e Brianza

▶▶ segue da pag. 1 ▶▶▶



“Se per la prima volta nella storia d’Italia i nostri imprenditori sono qui in piazza così numerosi vorrà pur significare qualcosa – ha detto dal palco di piazza del Popolo il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli – siamo qui perché questa crisi ha lasciato e continua a lasciare cicatrici profonde sulla pelle delle nostre imprese”. Bisogna, ha affermato Sangalli – fare “quelle rifor- ▶





Rilanciare i consumi Meno fisco su imprese e famiglie

La manifestazione di piazza del Popolo a Roma ha preceduto di pochi giorni il varo del nuovo Governo di Matteo Renzi. Su quanto il presidente del Consiglio ha esposto prima del voto di fiducia al Senato il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli ha fra l'altro commentato che "Tutto quello che va nella direzione di alleggerire il carico fiscale su imprese e famiglie è certamente la via obbligata per stimolare l'economia reale e i consumi che ancora oggi stanno soffrendo degli effetti di una crisi che sembra non finire mai". Sangalli ha auspicato che le intenzioni si traducano al più presto "in fatti concreti per ridare fiducia e creare le condizioni per una ripartenza dell'economia nel suo insieme".



▶▶ segue a pag. 7 ▶▶▶

**CREVAL
PER LE IMPRESE**



FINANZIAMENTI FEI



Sosteniamo le imprese, finanziando l'innovazione.



Grazie all'accordo tra il Gruppo bancario Credito Valtellinese e il Fondo Europeo per gli Investimenti (FEI) diamo sostegno alle Piccole e Medie Imprese che investono in ricerca, sviluppo e attività innovative. Chiedi al tuo Consulente Imprese come accedere ai finanziamenti!



Il finanziamento beneficia del supporto dell'Unione Europea mediante garanzia emessa nell'ambito del Programma di condivisione del Rischio concernente PMI e Imprese a Bassa/media Capitalizzazione Innovative e orientate alla Ricerca (Garanzia RSI).

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Per tutte le condizioni relative ai servizi e prodotti pubblicizzati e per quanto non espressamente indicato occorre far riferimento ai fogli informativi e alla documentazione informativa prescritta dalla normativa vigente, disponibili presso tutte le dipendenze e sul sito internet www.creval.it nella sezione "Trasparenza". La concessione dei finanziamenti è subordinata alla sussistenza dei necessari requisiti in capo al richiedente nonché all'approvazione della banca e, in ogni caso, può avvenire solo nei limiti del plafond disponibile pari a complessivi Euro 100.000.000 di capitale erogato.

**Credito
Artigiano**



Rete commerciale del Credito Valtellinese

▶▶ segue da pag. 5 ▶▶▶



me che servono alle imprese. Dobbiamo fare in modo che fare impresa non diventi una missione impossibile". Sangalli ha anche citato una frase di Papa Francesco, "non ci faremo rubare la speranza": le persone che sono in questa piazza non si arrendono e non vogliono tirare i remi in barca, ma – ha osservato –



▶▶ segue a pag. 8 ▶▶▶

▶▶ segue da pag. 7 ▶▶▶



non ci possono chiedere di remare sempre controcorrente". "I nostri problemi sono sempre quelli che ricordiamo: lavoro, credito consumi. Dobbiamo abbassare di un punto l'Irpef e abolire l'Irap. Ridiamo fiato ai consumi e ridiamo fiducia agli imprenditori riaprendo il rubinetto del credi-



to". Inoltre ha osservato Sangalli, "dobbiamo combattere l'abusivismo e la contraffazione. Serve un nuovo sistema fiscale che venga incontro ai contribuenti". "Ci sono alcuni momenti - ha sottolineato il presidente di Confcommercio - come le elezioni, dove noi siamo ricordati come il motore del Paese e dopo, improvvisamente, passata l'emozione elettorale, ritorniamo nel congelatore. Noi chiediamo rispetto perché meritiamo più rispetto. Ma come dobbiamo



▶▶ segue a pag. 10 ▶▶▶

▶▶ segue da pag. 9 ▶▶



dirlo che non abbiamo più tempo e che è a rischio la pace sociale perché è pericoloso lasciare famiglie e imprese sull'orlo della disperazione?".

"Noi diciamo alla politica: fate i governi, la legge elettorale e le riforme costituzionali, ma fate anche quelle riforme che servono alle imprese.

Dobbiamo fare in modo che fare impresa non diventi una missione impossibile".

"Qualcosa è cambiato - ha concluso Sangalli - la politica non può più fare finta di niente. Se non riceveranno adeguate risposte dal nuovo Governo gli imprenditori sono pronti a scendere nuovamente in piazza, più numerosi e determinati di oggi".



Commercio, turismo, servizi, professioni, trasporti e artigianato in Lombardia. Oltre 816.000 imprese (l'86% del totale). Impiegano complessivamente 3 milioni e 345 mila addetti e contribuiscono a quasi l'80% del Pil lombardo (più di 236 miliardi di euro).



Su <http://www.youtube.com/user/ConfcommercioMilano>

Il video sulla manifestazione del 18 febbraio in piazza del Popolo a Roma (con anche l'intervento integrale del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli)
A cura dell'Ufficio stampa di Confcommercio Milano

Demografia imprese in Lombardia. Nel 2013 in Lombardia hanno chiuso i battenti 62.786 imprese, 172 al giorno (tutti i settori). Nel 2013 le attività commerciali cessate sono state 15.576 (con un saldo negativo, tra nuove aperture e cessazioni, di 4.927 unità). Nei trasporti il saldo negativo delle imprese in Lombardia è stato, lo scorso anno, di 1.156 imprese.



Fallimenti in Lombardia Nei primi nove mesi del 2013 i fallimenti in Lombardia sono stati 9.902, in aumento del 12% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.



▶▶▶ segue a pag. 13 ▶▶▶



NEW
THINKING.
NEW
POSSIBILITIES.

met

Professionalità garantita

Lea Car

S.R.L.

La professionalità di una Concessionaria che garantisce un servizio a 360 gradi, dall'acquisto del veicolo, alla riparazione con fornitura di ricambi originali, servizio di carrozzeria e di assicurazione.

La professionalità di una casa automobilistica con garanzie vantaggiose e dotata di una finanziaria interna che consente di abbinare al finanziamento un servizio di manutenzione programmata.

PROMOZIONI IN CONVENZIONE PER I SOCI CONFCOMMERCIO
MILANO- LODI- MONZA E BRIANZA



VENDITA: Via Meucci 2, Solaro (MI), 02/87089150, www.lea-car.com
ASSISTENZA: C.so Europa 70 ang. Via Donatello, Solaro (MI), 02/36726203

▶▶ segue da pag. 11 ▶▶▶



Imprenditori stranieri in Lombardia.

Cambiamenti sensibili si registrano nella figura dell'imprenditore: nel terzo trimestre 2013 il 38,9% delle nuove iscrizioni è di imprese controllate in prevalenza da persone non nate in Italia, portando al 16,4% la quota di imprese straniere sul totale .



Commercio: cassa integrazione in Lombardia.

Esponentiale nel solo commercio l'aumento della cassa integrazione (differenze fra 2007 e 2012). Cassa integrazione straordinaria (riguarda le imprese con più di 50 dipendenti): 88 mila ore nel 2007, 1,5 milioni nel 2012. Cassa in deroga (imprese più piccole): 48 mila ore nel 2007, oltre 3 milioni (3.163.000) nel 2012.



Andamento dei consumi in Lombardia

Marcato il calo dei consumi: - 3% in Lombardia nel 2013 rispetto all'anno precedente.



(tra gli autori delle foto di queste pagine: Benedetta Borsani, Mattia Dognini)

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

* per **associato fedele** si intende il socio che ha onorato la quota per almeno 3 (tre) anni (per l'anno 2014 le annualità si riferiscono agli anni 2012/2013/2014).



Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

Si avvicina (30 giugno) l'obbligo di accettare i pagamenti effettuati con carte di debito

Le soluzioni Pos nelle convenzioni Unione Confcommercio con Intesa Sanpaolo e Veneto Banca

In vista dell'obbligo - dal 30 giugno, da parte dei soggetti che svolgono l'attività di vendita di prodotti e di prestazione di servizi, anche professionali - di accettare i pagamenti effettuati con carte di debito, Unione Confcommercio segnala alcune proposte riservate ai soci, attraverso le convenzioni bancarie.



Nel recente rinnovo della convenzione con Veneto Banca (in dettaglio a pag. 16) si è posta attenzione, tra le condizioni, al canone di locazione mensile del Pos fisso che, per tutto il 2014, è gratuito attivando un conto corrente in convenzione.



E' stata integrata anche la convenzione con Intesa Sanpaolo inserendo la nuova proposta del Pos Mobile "Move and Pay Business" di Intesa. Move and Pay Business è il mobile Pos di Setefi che consente di utilizzare smartphone o tablet per accettare pagamenti anche fuori dal punto vendita o studio professionale.

Le condizioni Pos Mobile "Move and Pay Business" nella convenzione con Unione Confcommercio sono:

canone mensile:

2 euro e gratuito per i primi 6 mesi a decorrere dalla sottoscrizione di un nuovo singolo contratto

commissioni sul transato:

- ✓ sul circuito Pagobancomat: 0,40% con un minimo ad operazione di 0,25 euro e un minimo mensile di 15 euro
- ✓ sul circuito Mastercard, Visa, Maestro e Moneta: 1,25% con un minimo ad operazione di 0,25 euro.



Il Pos Mobile può costituire un'interessante proposta sia per le aziende socie che già posseggono un Pos tradizionale - come integrazione, ad esempio, per i servizi di consegna - sia per le imprese socie che ancora non lo posseggono per questioni di costi o mobilità (artigiani, ambulanti,

microaziende, ecc...). potendo così accettare anche i pagamenti con carta ed incassando immediatamente e in modo sicuro.



Per ulteriori informazioni e approfondimenti, contatta la Tua Associazione o visita la sezione dedicata alle convenzioni bancarie sul sito www.unionemilano.it

La convenzione Unione Confcommercio con Veneto Banca



CONTO CORRENTE INTRAPRENDO COMMERCIO	
Spese tenuta conto	€ 3,00 con contestuale installazione di un POS
Operatività Conto Intraprendo Commercio	Operazioni illimitate gratuite
Spese emissione estratto conto mensile	zero
Spese spedizione e/c scalare trimestrale	zero
Commissioni di liquidazione	zero
SERVIZIO POS	
Installazione POS	Gratuita
Disinstallazione	€ 150,00
Canone di locazione mensile POS fisso (esclusi BENZINA)	ZERO per i primi 12 mesi
Canone di locazione mensile POS GPRS CORDLESS	Personalizzabile
Commissioni sul transato Pagobancomat	0,45% con minimo mensile di € 12,00
Commissioni sul transato Pagobancomat "Associati Fedeli"	0,40% con minimo mensile di € 10,00
Commissioni sul transato CartaSI	1,45%
Costo singola transazione	€ 0,20
Costo singola transazione "Associati Fedeli"	€ 0,10
SERVIZI INTERNET BANKING	
Canone servizio IMPRESA PASS	zero
Spese attivazione	zero
Spese disattivazione	zero
Canone mensile Web Pos	zero
Canone mensile Web Token	zero
Cerved	Previsto (Listino Cerved)
Documenti On line	zero
Commissione bonifici effettuati tramite Internet Banking	
- ordinario	€ 0,50 cadauno
- per emolumenti	€ 0,25 cadauno
Commissione bonifici effettuati tramite Internet Banking "Associati Fedeli"	
- ordinario	€ 0,25 cadauno
- per emolumenti	zero
ANTICIPO TRANSATO POS	
Tasso debitore	Euribor 3 mesi + spread 4,25%
Tasso debitore "Associati Fedeli"	Euribor 3 mesi + spread 3,50%
Commissioni di liquidazione trimestrali	€ 10,00
SERVIZI DI PAGAMENTO	
Carta di Credito Cartasi Business Plus	Gratuita: con speso annuo superiore a € 4.000,00
Carta di Credito Cartasi Business Plus "Associati Fedeli"	Gratuita
COMMISSIONI ALTRI SERVIZI	
Domiciliazione utenze	zero
Pagamento tributi F24	zero
Commissione trimestrale per il Servizio di Affidamento "Associati Fedeli"	0,25%
FINANZIAMENTO INTRAPRENDO COMMERCIO	
Finalità	Esigenze finanziarie derivanti da investimenti relativi all'attività commerciale
Importo	minimo € 10.000,00 - massimo € 50.000,00
Durata	massima 60 mesi
Tasso	Euribor 6 mesi + spread 6,50%
Tasso "Associati Fedeli"	Euribor 6 mesi + spread 6,00%
Commissioni istruttoria	0,85% con minimo € 100,00
Commissioni istruttoria "Associati Fedeli"	0,75% con minimo € 100,00
Penale estinzione anticipata	0,60% (Zero per finalità acquisto / Ristrutturazione immobili)

Tutte le condizioni sopra riportate sono soggette a variazioni in base all'andamento del mercato finanziario.

* Per associato fedele si intende il socio che ha onorato la quota per almeno 3 anni (per l'anno 2014 le annualità si riferiscono agli anni 2012/2013/2014). L'attestato di fedeltà può essere richiesto all'indirizzo convenzioni.bancarie@unione.milano.it e dovrà essere esibito presso lo sportello Veneto Banca sul quale si intende aprire il rapporto di c/c. Per accedere alla convenzione è richiesto il pagamento della quota associativa Unione Confcommercio a mezzo RID.

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
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

Binasco - S.S. dei Giovi 8

tel. 02 9055219

Bollate - Via degli Alpini 4

tel. 02 3502814

Bresso - Via Patellani 58/60

tel. 02 66501379

Cassano d'Adda - Via Verdi 5

tel. 0363 61503

Castano Primo - C.so San Rocco 1

tel. 0331 880691

Cernusco S/N - Piazza Repubblica 14

tel. 02 9230715

Cinisello Balsamo - Via Frova 34

tel. 02 66049259

Cologno Monzese - Piazza Italia 7

tel. 02 2543690

Corsico - Via della Liberazione 26/28

tel. 02 4479582

Desio - Via Diaz 8

tel. 0362 624541

Gorgonzola - Piazza S. Francesco 2

tel. 02 9513320

Legnano - Via XX Settembre 12

tel. 0331 440335

Lissone - Via Madonna 13

tel. 039 482045

Magenta - Via Volta 62

tel. 02 97298074

Melegnano - Via Pertini 18/24

tel. 02 9830768

Melzo - Via Turati 6

tel. 02 9550084

Monza - Via De Amicis 9

tel. 039 360771

Paderno Dugnano - Via Fanti d'Italia 37

tel. 02 9181247

Rho - Via XXV Aprile 6

tel. 02 9303480

Rozzano - Via Mimose 63

tel. 02 8257653

Segrate, Fraz. Rovagnasco - Via Monzese 20

tel. 02 2134518

Seregno - Via Don Minzoni 4

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

In vista di Expo 2015 Regione Lombardia sta per attivare (nel momento in cui si scrive) il bando "Lombardia CON.CRE.T.A. - Contributo al credito per il turismo e l'accoglienza" per sostenere, appunto, la filiera dell'accoglienza e della ricettività con un fondo di 10 milioni di euro destinati alle imprese lombarde che operano nei settori dell'accoglienza turistica, dei pubblici esercizi e della somministrazione, del commercio alimentare al dettaglio. L'obiettivo del bando "Lombardia CON.CRE.T.A." è sostenere la realizzazione di progetti di miglioramento e potenziamento delle strutture e dei servizi offerti valorizzando il marketing di territorio e innalzando l'attrattività regionale in vista dell'Esposizione Universale milanese. Il bando prevede un "procedimento a sportello" per la presentazione dei programmi di investimento attraverso un sistema di procedura informatica dedicata (Gefo) gestita da Finlombarda Spa.



L'agevolazione è di natura finanziaria e consiste in un contributo in conto inte-

ressi di 3 punti percentuali, a fronte di finanziamenti bancari appositamente definiti per l'iniziativa - di durata non inferiore a 24 mesi e di importo non inferiore a

Rivolgersi a
Fidicomet-Asconfidi
Lombardia



30.000 euro - erogati da istituti di credito convenzionati ed agevolabili dalla garanzia dei confidi. Per informazioni rivolgersi a Fidicomet e Asconfidi Lombardia - tel.027630021 - che possono fornire tutti i chiarimenti ed occuparsi dell'intera gestione: dalla definizione del programma d'investimenti, alle richieste di finanziamento e agevolazione finanziaria.

In vista di Expo/2

FederModaMilano: formazione (con Agf Group) per vendere ai clienti stranieri E torna più ricco "Lo slang della moda"

Ottimizzare i comportamenti di vendita nel negozio considerando le differenze di acquisto tra persone provenienti da culture diverse. Questo il contenuto del corso che, in Confcommercio Milano, è stato promosso da FederModaMilano (tel. 0276015507) con la collaborazione di Agf Group, società specializzata nella formazione del personale di vendita. Un'iniziativa, quella di FederModaMilano, pensata in vista di Expo 2015 per vendere in maniera più efficace alla tipologia di clientela straniera. Conoscere la cultura di provenienza di questi clienti può, infatti, aiutare nell'attività di vendita. Docente del corso (dal taglio pragmatico, con il supporto di

video e di esempi pratici): Lorenzo Dornetti, responsabile retail Agf Group. Ecco i principali temi dell'iniziativa: differenze culturali e comportamenti di acquisto nel Fashion retail; uperare gli stereotipi



per vendere nella multiculturalità; l'importanza del fashion nelle diverse culture; tra self service e vendita assistita nelle diverse culture; 10 cose da fare per vendere alla clientela russa, ai giapponesi, ai cinesi,, agli arabi, ai popoli del nord Europa;

superare le incomprensioni linguistiche leggendo il "non verbale"; fidelizzare la clientela straniera con il web 2.0; prospettiva di ricerca multi culturale ed applicazioni nelle vendite "in store". Con Federazione Moda Italia, a cura di Guido Orsi (il vicepresidente vicario di FederModaMilano) arriva, inoltre, la riedizione de "Lo slang della moda", dizionarietto tascabile ora con l'aggiunta del russo (oltre a italiano, inglese, francese): "Con vocaboli e neologismi tipici della moda, è la risposta della nostra Associazione - afferma Renato Borghi, presidente di Federazione Moda Italia e FederModaMilano - alle esigenze di relazione con la clientela straniera delle nostre imprese".



PHOTO FESTIVAL



L'iniziativa de "I Palazzi della Fotografia" coinvolge anche Palazzo Castiglioni e Palazzo Bovara (sedi della Confcommercio milanese e del Circolo del Commercio)

Dal 28 aprile torna a Milano Photofestival

tante novità: ciascuno può contribuire al successo dell'iniziativa.

Patrocino di AIF (Associazione Italiana Foto-Digital Imaging), Confcommercio Milano e Camera di Commercio di Milano

fianco n.d.r.) e al supporto delle istituzioni che già in passato hanno patrocinato Photofestival: AIF Associazione Italiana Foto-Digital Imaging, Confcommercio Milano (con la Consulta della Cultura) e Camera di Commercio di Milano.

Photofestival, che può inoltre contare sulla confermata e consolidata sintonia con Startmilano, l'associazione che riunisce molte gallerie d'arte milanesi, è coordinato da un comitato scientifico (composto

Con Photographers.it ed Eppela campagna di crowd funding per sostenere la manifestazione

Photographers.it, portale Italiano dedicato ai fotografi, è infatti promotore di una campagna di sostegno a favore di Photofestival grazie all'aiuto di Eppela, il primo sito Italiano di crowd funding (vedi la pagina a



▲ **Dario Bossi, vicepresidente AIF (Associazione Italiana Foto-Digital Imaging) e presidente Ascofoto**

La fotografia d'autore si prepara a "invadere" ancora una volta Milano: giunge alla sua ottava edizione Photofestival, il lungo percorso espositivo di mostre fotografiche che dal 28 aprile al 16 giugno coinvolgerà moltissime tra le principali gallerie e diverse sedi istituzionali cittadine. Quest'anno Photofestival ha un'impor-

da Roberto Mutti, Giovanni Pelloso e Riccardo Costantini). Se nell'edizione del 2013 è stato ampiamente superato il traguardo del cento eventi, l'edizione 2014, rilevano i promotori, si presenta ancora più strutturata. Vengono coinvolte nuove gallerie che si aprono per la prima volta alla fotografia. E nuovi protagonisti sono gli spazi istituzionali come biblioteche e centri civici legati alle Zone di Milano si portano così mostre e autori anche in periferia.

Il calendario dei seminari/lectio magistrals dei Photographers Days di Photofestival sarà online da fine marzo all'indirizzo www.photographers.it/photographersdays

"I Palazzi della Fotografia"

Un'importante novità di Photofestival è costituita quest'anno dall'iniziativa de "I Palazzi della Fotografia": edifici storici – Palazzo Castiglioni e Palazzo Bovara (sedi di Confcommercio Milano e del Circolo del Commercio); Palazzo Turati e Giureconsulti (Camera di Commercio di Milano) - si aprono a mostre fotografiche (nel momento in cui si scrive potrebbero esserci ulteriori aggiunte di palazzi coinvolti nell'iniziativa).



1

Photofestival: ne "I Palazzi della Fotografia" palazzo Castiglioni (1) e palazzo Bovara (2)



2

Campagna di crowd funding per sostenere Photofestival

Dal 20 febbraio è attiva sul sito di Eppela, il primo sito italiano di crowd funding, la campagna di sottoscrizione per le attività di Photofestival. L'offerta minima per finanziare il progetto è di 2 euro e dà diritto alla citazione nella "Hall of Fame" di Photofestival.

Sono poi previste modalità di sostegno per importi superiori con benefit crescenti:

- ✓ sponsor simpatizzante (quota da 20 euro);
- ✓ sponsor sostenitore (quota da 50 euro);
- ✓ sponsor ordinario (quota da 90 euro);
- ✓ sponsor collezionista (quota da 130 euro);
- ✓ sponsor onorario (quota da 250 euro);
- ✓ sponsor promotore (quota da 500 euro).

Tutti i dettagli sulle modalità di sostegno si trovano sul sito di Confcommercio Milano: www.unionemilano.it.

"Abbiamo deciso di lanciare un crowd funding – spiega Roberto Mutti (comitato scientifico di Photofestival) - che ci consentirà di poter far fronte a tutte le nostre spese e di non abbassare ma anzi di ampliare la qualità e la quantità delle nostre offerte culturali. Potremo in questo modo dar vita a workshop, visite guidate, incontri che renderanno il percorso espositivo diffuso in tutta la

La campagna di sottoscrizione è attiva fino al 30 marzo sul sito di Eppela all'indirizzo: <http://www.eppela.com/ita/projects/674/photo-festival-2014>

PHOTO FESTIVAL

Partecipa anche tu
al **Crowd Funding**
per il Photo Festival
su www.eppela.com

città ancora più attraente. Chi aderirà dando il suo contributo sarà di fatto un socio di Photofestival e sarà così parte integrante della manifestazione potendo ottenere in cambio esclusive opportunità: incontri con l'autore, partecipazione ai workshop, fotografie da collezione, riconoscimenti ufficiali".

UNIONE CONFCOMMERCIO: GLI STRUMENTI GIUSTI PER PRENDERTI CURA DELLA TUA ATTIVITÀ



PER MANTENERE EFFICIENTE LA TUA AZIENDA
E SFRUTTARE OGNI OPPORTUNITÀ

140 ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA E TERRITORIALI

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

RITIRA LA TESSERA 2014 PRESSO LA TUA ASSOCIAZIONE

Tavola rotonda al Circolo del Commercio di Milano promossa dalle associazioni Confcommercio dei settori elettrodomestici, radio tv, elettronica civile



L'aggiornamento dei cosiddetti compensi per la "copia privata" dovuti da apparecchi tecnologici e memorie che sono idonei a registrare file audio e video, è stato il tema di un'approfondita tavola rotonda al Circolo del Commercio di Milano (condotta e moderata da Gianfranco Giardina, direttore responsabile di DDay) promossa da Andec, Aires ed Ancra, le associazioni

Confcommercio dei settori elettrodomestici, radio tv, elettronica civile: con il presidente Andec Maurizio Iorio, il direttore generale Aires Davide Rossi, il vicepresidente Ancra Dario Bossi).

Interventi anche di Comufficio, Assoprovider, Fipi (Federazione internazionale proprietà intellettuale) ed Altroconsumo e contributo video di Giorgio Rapari presidente della Commissione innovazione e servizi di Confcommercio. Ci si è interrogati se questo meccanismo di prelievo, da più parti criticato e che impatta sui consumi finali, costituisca ancora uno strumento adeguato.

Sono emerse alcune considerazioni di fondo: la recente evoluzione tecnologica ha ridotto in misura drastica la pratica della "copia privata", assai più comune all'epoca della tecnologia analogica. Oggi - rilevano Andec, Aires

e Ancra - la copia può essere legale (attraverso i siti ed i sistemi di streaming titolati a farlo dietro regolare corresponsione del diritto d'autore) oppure illegale (e quindi sanzionata dalla legge e non compensabile dai legittimi utilizzatori di tecnologia). Non è

degli apparecchi e delle schede di memoria è ingiusto e discriminatorio, così come è ingiusto elaborare la misura dei compensi non sulla media europea effettiva (cioè tenendo conto di cosa accade in tutti i Paesi europei, compresi i molti in cui la copia privata

non è tassata o lo è in misura inferiore), ma su una "media" costruita solo sui due Paesi con compensi maggiori.

L'inasprimento continuo del compenso determina, inoltre, un aumento del divario tra costo industriale dei prodotti e livello dei compensi stessi: divario - rilevano Andec, Aires ed Ancra - che favorisce l'abusivismo ed il contrabbando, nonché la proliferazione di vendite on line dall'estero da parte di soggetti che non corrispondono alcun compenso e lucrano sensibili ed ingiusti vantaggi competitivi.

Per le associazioni la remunerazione del diritto d'autore deve basarsi su modalità eque e sostenibili e non deve essere vista come una sorta di compensazione del danno connesso all'utilizzo illegittimo delle opere protette.

In sostanza - tirano le somme Andec, Aires ed Ancra - ci troviamo di fronte ad una normativa vecchia, completamente superata dall'evoluzione tecnologica dell'ultimo decennio

e del tutto inadeguata rispetto alla nuova realtà di fatto.

Aires, Ancra ed Andec hanno sottolineato come il mercato non sia in grado di assorbire ulteriori costi che dovrebbero necessariamente essere trasferiti sui prezzi di vendita.



Maurizio Iorio, presidente di Andec (importatori e produttori di elettronica civile - 1); Davide Rossi, direttore generale Aires (rivenditori specializzati elettrodomestici - 2) e i partecipanti alla tavola rotonda (3) - Immagini di Mattia Dognini



più accettabile, secondo le associazioni, un sistema di compensi basato sulla presunzione di utilizzo delle tecnologie per realizzare copie di opere protette dal diritto d'autore e non sull'effettivo utilizzo a questo scopo. Colpire indiscriminatamente uno dei tanti potenziali usi



Giorgio Pellegrini,
presidente dell'Associazione macellai
di Milano e provincia

Quando l'Europa non aiuta i macellai

C'è preoccupazione nei macellai per alcune norme che ostacolano l'attività. In particolare una norma che viene dall'Europa e vieta

l'utilizzo di acido ascorbico (vitamina C) per le preparazioni come

hamburger e salsiccia. Divieto che, però, non riguarda il prodotto preconfezionato. Federcarni si è attivata presso il Ministero della Salute sollecitando una soluzione. Questo tema era stato affrontato anche nell'ultima assemblea dell'Associazione macellai di Milano e provincia (svoltasi in corso Venezia nella sede di Confcommercio Milano) dove – come ricorda il presidente dell'Associazione Giorgio Pellegrini – è stato posto l'accento sul valorizzare la libera espressione della grande professionalità del macellaio nel poter preparare la carne. Un'assemblea, quella dell'Associazione macellai di Milano e provincia (ospite, fra gli altri, il giornalista enogastronomo del Corriere della Sera Allan Bay), che si è caratterizzata anche per i tratti innovativi: con collegamenti in videoconferenza con i macellai di Bologna, Mirano (in provincia di Venezia) e Taranto. E all'inizio, prima di avviare il dibattito, una dimostrazione di taglio della carne con Daniele Biassoni, giovane macellaio milanese figlio d'arte (le due immagini dall'assemblea milanese dei macellai sono di Benedetta Borsani).



NUOVO MARCHIO, STESSA SQUADRA

INTOO è leader nei servizi di outplacement in Italia.

Nasce nel 1991 come DBM Italia e nel 2005 entra a far parte di Gi Group, prima multinazionale italiana del lavoro presente in oltre 20 Paesi.

INTOO affianca persone e aziende nella gestione della transizione di carriera individuale e collettiva (outplacement), perseguendo la continuità e lo sviluppo professionale di dirigenti, quadri, impiegati e operai. Con la business unit Restart supporta l'azienda nelle fasi di discontinuità o riorganizzazione a fronte di acquisizione, fusione, delocalizzazione e nella individuazione e realizzazione di soluzioni innovative di riconversione industriale, offrendosi anche per l'outsourcing delle direzioni del personale.

INTOO attiva, anche, programmi di coaching mirati, finalizzati al rafforzamento delle persone in un'ottica di employability interna.

INTOO è partner fondatore di Career Star Group, network globale di outplacement, che raggruppa i leader di mercato dei principali paesi del mondo (www.careerstargroup.com).

INTOO Srl

Sede Centrale: Piazza IV Novembre, 5 - 20124 Milano
Tel. 02/67.39.711 - Fax. 02/67.39.71.251 - Mail: intoo@intoo.it



Divieto dell'utilizzo di acido ascorbico per le preparazioni come hamburger e salsiccia: Federcarni chiede una modifica.

Tema affrontato anche all'ultima assemblea dell'Associazione milanese





▲ Alberto Sangregorio

Vicepresidente vicario dell'Associazione albergatori (con delega ai rapporti su Expo 2015), è Cristina Ciana. Vicepresidente (delegato ai rapporti con la Questura di Milano e con competenza su Annonaria del Comune di Milano, uffici del Garante per la privacy e comando dei Vigili del Fuoco) è Rocco Salamone.

Del Consiglio direttivo dell'Associazione albergatori fanno inoltre parte: Andrea Bertolio, Piero Bottoni (delega ai rapporti con il settore Mobilità e trasporti del Comune di Milano); Alberto Bulgheroni (delega ai rapporti con la Direzione generale del territorio di Regione Lombardia, con il settore Edilizia privata del Comune di Milano e tra i delegati ai rapporti con Federalberghi Lombardia); Carmine Casella; Edward Coffrini dell'Orto (delega ai rapporti con Sea, Società esercizi aeroportuali); Davide Colombo (delega ai rapporti con il settore Turismo del Comune di Milano); Giuseppe Dimagli (delega ai rapporti con gli istituti scolastici e le università); Remo Eder (past president - delega ai rapporti con

Camera di Commercio di Milano e Fiera Milano Congressi); Walter Filippi Mazzola (delega ai rapporti con il settore Tributi del Comune di Milano e con le Amministrazioni provinciali di Milano, Lodi e Monza Brianza); Carlo Fontana (delega ai rapporti con il settore Arredo urbano del Comune di Milano); Alberto Fracassi (tra i delegati ai rapporti con Federalberghi Lombardia); Guido Gallia (delega, assieme al presidente Alberto Sangregorio, ai rapporti con Federalberghi nazionale e tra i delegati ai rapporti con Federalberghi Lombardia); Roberto Gnaga; Lazzaro

Milano, Lodi, Monza e Brianza

Albergatori Alberto Sangregorio alla presidenza

Alberto Sangregorio è stato eletto dall'Assemblea presidente dell'Associazione albergatori di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza. L'Associazione Albergatori ha rinnovato le cariche sociali. È stato introdotto un ampio meccanismo di deleghe ai consiglieri che, sui temi di competenza assegnati, lavorano in raccordo con la presidenza: "un'importante corresponsabilizzazione nell'ottica di un dialogo costante - spiega Sangregorio - che consente anche all'associato di sapere meglio direttamente a chi rivolgersi su problemi specifici".

**Associazione
Albergatori
Milano**



La Giunta esecutiva dell'Associazione albergatori di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza è completata dai consiglieri: Angela Carpano; Andrea Cocini (delega ai rapporti con gli Iat, uffici informazione e accoglienza turistica); Alissia Mancino (delega ai rapporti con il settore Cultura ed eventi moda del Comune di Milano); Filippo Seccamani (delega sulle fiere internazionali); Tommaso Viscardi (delega all'area sviluppo nuove tecnologie).

Proviviri dell'Associazione albergatori di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza sono: Serena Bulgheroni; Gianfranco Doni; Pietro Viscardi.

*Nardiotti; Maurizio Naro (delega all'area statistiche dell'Associazione); Simona Onidi; Raffaele Paletti (tra i delegati ai rapporti con Federalberghi Lombardia); Giovanni Ruggeri; Antonio Salamone; Sofia Gioia Vedani (past president); Walter Verri; Franca Viola; Xiang Xiaoming.
Il presidente Alberto Sangregorio è tra i delegati al rapporto con Federalberghi Lombardia. Tra i delegati al rapporto con l'Associazione regionale vi sono, inoltre, Claudio Novelli e Giuliano Ramazzina.*



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

Da sinistra:
Marco Coldani,
 presidente AssICC;
Andrea Mandelli,
 presidente Federazione
 Ordine farmacisti italiani;
Sergio Fontana,
 vicepresidente AssICC
 (e responsabile
 del Settore chimico
 farmaceutico)



In Confcommercio
 Milano riunione del
 Settore chimico farma-
 ceutico di AssICC
 (l'Associazione italiana
 del commercio chimi-
 co). Al centro

della discusso-
 ne la normati-
 va sui farmaci
 per l'uomo. Ha
 partecipato
 all'incontro il
 senatore

Andrea
 Mandelli, presi-
 dente della Federazione Na-
 zionale Ordine farmacisti Ita-
 liani e della sezione di Milano
 e Lodi dell'Ordine farmacisti.
 La collaborazione con
 Mandelli - rileva AssICC - ha
 già portato alla creazione di
 un tavolo di consultazione per-
 manente sui principi attivi far-
 maceutici in Lombardia.

L'applicazione della normativa euro-
 pea per l'importazione e distribuzione



all'ingrosso di
 principi attivi
 farmaceutici,
 a causa delle
 diverse inter-

te ai produttori. AssICC è favorevole
 alla normativa europea, ma auspica
 anche che questa sia recepita in Italia
 con norme omogenee a livello nazio-
 nale e regionale per poter essere com-

pettivi con le
 altre aziende
 europee ed
 anche per
 avere una
 migliore tutela
 della salute
 pubblica.
 Norme omoge-
 nee favorireb-

AssICC (commercio chimico): sui farmaci regole omogenee per assicurare la competitività delle aziende italiane

pretazioni a livello locale, si è trasforma-
 ta in un pesante svantaggio per la
 competitività delle aziende italiane di
 distribuzione ed importazione, assimila-

bero, infatti, la distribuzione di farmaci
 prodotti utilizzando materie prime di
 alta qualità e garantirebbero la trac-
 ciabilità dell'intera filiera.

Un ricordo di Piero Marcolin



E' mancato proprio in questi giorni
 Piero Marcolin che per tanti anni
 ha lavorato nel settore amministra-
 tivo e del personale di Unione Confcom-

mercio con generale stima e considera-
 zione.

Lo ricordano il Presidente **Carlo Sangalli**
 e **Duilio Aragone**.

*Piero Marcolin, per chi ha avuto la for-
 tuna di lavorare con lui, è stato un col-
 lega su cui poter sempre contare. Per
 alcuni di noi, è stato anche un amico
 straordinario e sincero. Per tutti - come
 Unione di Milano - rimane un uomo di*

*cui andare fieri, perché ci lascia non
 solo ricordi colmi di affetto, ma anche
 un esempio di dedizione, onestà e intel-
 ligenza che davvero rende migliore que-
 sta Organizzazione.
 Ciao Piero, buon viaggio.*

La ricerca con i risultati 2013. Progetto che ha come sponsor Asseprim

Osservatorio Multicanalità Si consolida l'e-commerce e cresce l'uso dei dispositivi mobili

Presentati gli "highlights" della ricerca 2013 dell'Osservatorio Multicanalità con Nielsen, Connexia e la School of Management del Politecnico di Milano. L'iniziativa, che studia l'evoluzione del consumatore multicanale in Italia e l'approccio strategico delle aziende italiane alla multicanalità ha il supporto come sponsor di Asseprim, l'Associazione dei servizi professionali per le imprese (vedi *Unioneinforma* di febbraio a pag. 24 n.d.r.).

Vediamo alcuni risultati emersi.

Dall'indagine 2013 emerge come nello scenario digitale in Italia cresce l'audience del Mobile che in un anno in Italia è stata pari a un +17,2%, bilanciando il trend negativo dell'audience Internet dal Pc: a dicembre 2013 gli utenti attivi da Pc sono stati 28 milioni, in calo del 3,4% rispetto al 2012. Le ragioni di questa flessione non vanno cercate in una disaffezione del mezzo computer, quanto piuttosto in una sua evoluzione legata all'accelerata e massiccia diffusione di smartphone e tablet. E, infatti, la penetrazione degli smartphone ha superato il 60% di chi possiede un telefono cellulare: in linea con Francia e Germania, ma ancora distaccata dal Regno Unito. Anche la diffusione dei tablet (7,9 milioni gli italiani che lo possiedono con una penetrazione del 15% sul totale della popolazione) costituisce un trend di assoluto rilievo nello scenario digitale.

Internet ha un ruolo sempre più centrale nella fase di pre-acquisto: il 78% dei consumatori italiani che utilizza il web ha dichiarato che la Rete rappresenta la fonte principale per la ricerca di informazioni su prodotti e servizi. Internet interviene anche a supporto della ricerca di informazioni in una fase di pre-acquisto più avanzata, come il confronto dei prezzi di prodotti/servizi

(indicato dal 74% dei rispondenti) e la scelta dei punti vendita fisici dove acquistare (indicato dal 60%



dei rispondenti). Inoltre, Internet riko-



to/servizio acquistato. Nel 2013 l'e-commerce ha confermato il trend di crescita: il 57% degli "internet user" in Italia dichiara di praticarlo. Di questi, sono 3,7 milioni gli italiani che, in un anno, hanno acquistato almeno 10 volte prodotti e servizi su Internet. Tra chi ha fatto e-commerce nell'ultimo anno, il Pc fisso o portatile rimane al primo posto (94%), dato sostanzialmente in linea con il 2012. Nei dispositivi Mobile, invece, se nel 2012 il tablet



L'economia "collaborativa" nuovo modello di servizio Il punto con Asseprim

Si chiama *Sharing economy* o *economia della collaborazione* e promuove nuove forme di consumo più consapevoli basate sul riuso piuttosto che sull'acquisto e sull'accesso al bene piuttosto che sulla proprietà. Dalla macchina al garage, dalla casa all'orto: oggi in rete si condivide di tutto. Sono sempre di più in Italia e nel mondo le piattaforme che mettono direttamente in contatto le persone per scambiare, noleggiare e prestare beni, spazio, tempo, denaro. Questo nuovo modello di servizio è tema oggetto di approfondimento da parte di Asseprim che presenta un'analisi del fenomeno ed alcune significative esperienze. Nell'appuntamento promosso dall'Associazione (19 marzo) è liberamente scaricabile la guida pratica Asseprim dal titolo "L'economia collaborativa e l'affermarsi di un nuovo modello di servizio".

"Come Asseprim il nostro punto di vista sulla *sharing economy* ci spinge a chiederci in che modo le aziende del terziario, da noi rappresentate, possano intercettare questo nuovo tipo di consumi, dettato sia da esigenze materiali sia da nuovi comportamenti etici scoperti dai consumatori" rileva il presidente di Asseprim Umberto Bellini. Cerchiamo di spiegare, prosegue, "le vie che le imprese possono perseguire per ripensare ad una parte del proprio business ed eventualmente mettere a disposizione le proprie competenze e professionalità anche in questo campo".

pre un'importanza sempre maggiore nella condivisione di informazioni: il 40% dei rispondenti dichiara di condividere le proprie esperienze sul web riguardo alla soddisfazione o all'insoddisfazione nei confronti di un prodot-

tera lo strumento preferito per gli acquisti online, nel 2013 si è assistito al superamento dello smartphone rispetto al tablet, utilizzato dall'11% degli acquirenti online rispetto al 10% riportato dal tablet.

Camping Sport Magenta Il coraggio di guardare avanti



A Magenta sorge una nuova struttura lungo la statale 11, l'inaugurazione ufficiale avviene in questi giorni (nel momento in cui si scrive), che si intrinseca con la strada per Ossoana. E' il rinnovato punto vendita della Camping Sport Magenta: una storia che segnaliamo perché è l'esempio di un'impresa (Michele Cusmai e la moglie Marica) che ha deciso, nonostante il periodo ormai troppo lungo di crisi economica, di intraprendere quello che è stato il sogno di Michele Cusmai, coltivato fin da quando era molto giovane. Un imprenditore cresciuto in una grande famiglia da sempre impegnata nel settore del "plein air". Una storia che è iniziata circa 35 anni fa quando è stato rilevato il punto vendita a Magenta - "uno spiazzo d'erba e un capannone telato. Grande freddo d'inverno e caldo torrido in estate" - che vendeva roulotte, carrelli ed accessori per il campeggio.

Con il passare del tempo - grazie alla perseveranza, alla capacità imprenditoriale, ma anche mettendo in conto sacrifici e rinunce - il lavoro si incanalava nella giusta direzione. Dopo vent'anni una parte dell'esposizione poteva essere coperta da un market in prefabbricato con ampie vetrate che permettevano, ovviamente, una migliore visibilità ed un'ottimale sistemazione dei prodotti. Altri "lunghi" dieci anni e nasceva il progetto, che poteva finalmente realizzarsi, di coprire tutta l'esposizione all'in-

terno di una struttura. I tempi nel frattempo cambiano, arrivano questi anni più difficili con la crisi e la contrazione delle vendite. Ma l'impresa non si scoraggia, le auto-



Immagini delle rinnovate strutture del Camping Sport Magenta

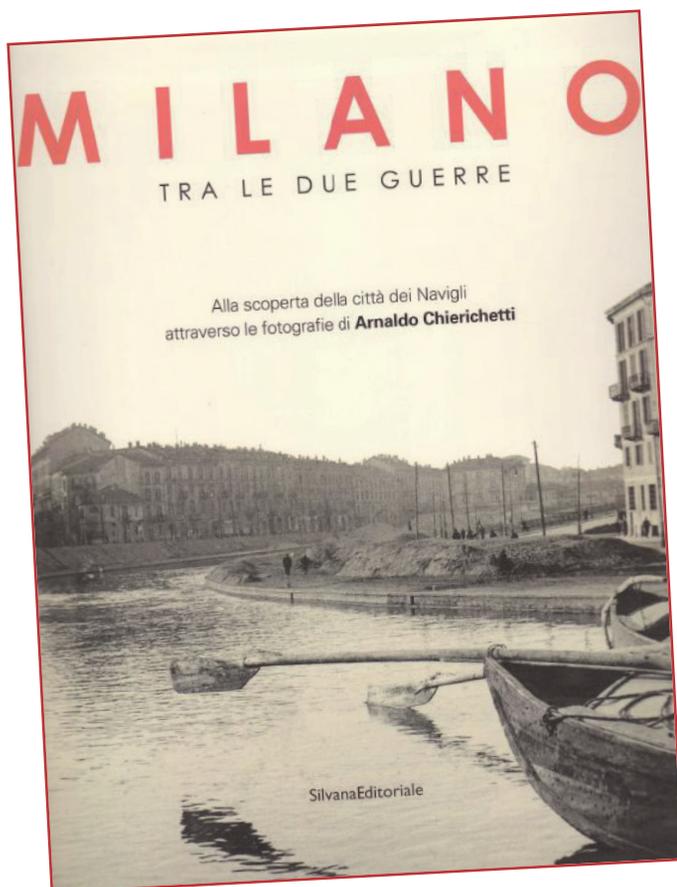
amicizie e trovare i prodotti più consoni ai propri bisogni". Quella della Camping Sport Magenta è la storia di una famiglia che ha fatto del lavoro la propria vita. Moderni "don Chisciotte" che, come tanti, andrebbe-

rizzazioni c'erano, e dopo due anni di lavori l'azienda si trasferisce nel nuovo punto vendita. Con grande risonanza - affermano con orgoglio - nel mondo del "plein air", "quando molti hanno chiuso, molti sono falliti: viene considerata una follia". A dispetto delle grandi difficoltà, l'apertura ufficiale in questo mese potrà dare, raccontano alla Camping Sport Magenta, nuova linfa all'hinterland milanese "e tutto l'indotto ne potrà trarre giovamento. Il mondo dei camperisti avrà un posto dove potersi incontrare, scambiare opinioni, fare nuove



▲ Marica e Michele Cusmai (Camping Sport Magenta)

ro sostenuti e agevolati. Imprenditori che danno valore aggiunto al territorio e che non vorrebbero essere, invece, sempre e soltanto "tartassati".



La mostra voluta dalla figlia Elda per celebrare i cento anni del negozio

“Milano tra le due guerre” narrata dalle fotografie di Arnaldo Chierichetti

tradizioni dimenticate, come i carri della neve e i cortei funebri “animati” dalle stelline, le orfanelle milanesi. Guardando la mostra si comprende che, oltre ad essere un omaggio al padre, è un messaggio per i milanesi, ma

soprattutto per i giovani, perché non si perdano mai coraggio, speranza e la

Milano, dove già a nove anni comincia a lavorare presso la ditta ottica dei fratelli Brenta, di corso Vittorio Emanuele. È in questi anni che si appassiona all’ottica oftalmica e frequenta la Crociera di Santa Lucia, il reparto di oculistica della Ca’ Granda. A 19 anni si licenzia per passare alla ditta Murer e Duroni di piazza San Carlo, prestigiosa realtà milanese nel settore, specializzata anche in fotografia, dove acquisisce preziose conoscenze in campo ottico, fisico, chimico e fotografico che, nel 1914, gli permettono di aprire una sua attività, l’Ottica

Chierichetti appunto. Ma nella sua vita non c’è solo il lavoro. E’ anche un appassionato sportivo e partecipe della vita sociale cittadina. È infatti socio della Canottieri Milano e della Società Escursionisti Milanesi. La documentazione fotografica che ci ha lasciato - oggi raccolta per volontà della figlia Edda nell’archivio fotografico Arnaldo Chierichetti - è unica nel suo genere. Oltre 1800 foto-

Per due mesi (dal 13 dicembre al 13 febbraio) a Palazzo Morando a Milano è stato possibile visitare la personale “Milano tra le due guerre - alla scoperta della città dei Navigli attraverso le foto di Arnaldo Chierichetti”. Una mostra fortemente voluta dalla figlia Elda per festeggiare i cento anni del negozio ereditato dal padre, l’Ottica Chierichetti di corso di Porta Romana 76, e per raccontare attraverso 150 fotografie scelte - con la collaborazione di Spirale d’Idee - tra le migliaia dell’archivio personale del padre com’era Milano nel periodo delle ricostruzioni tra le due guerre del secolo scorso. Sono 150 scatti per riscoprire i Navigli, quartieri antichi scomparsi come il Bottonuto (a ridosso di piazza del Duomo, in quell’area che oggi possiamo approssimativamente identificare con l’isolato a sud di piazza Diaz) e



spinta a fare, sempre, nonostante le difficoltà. Ma per riuscire a “vedere” gli scatti di Arnaldo Chierichetti - antesignano fotoreporter - bisogna conoscere la vita, lunga e poliedrica. Imprenditore, fotografo e animatore della vita cittadina, nasce nel 1887 a

tipi, scattati dagli anni ‘10 fino al secondo dopoguerra. Non solo un osservatore distaccato: nell’immediato dopoguerra, per combattere l’abusivismo e dare una forma organizzativa al crescente numero di aziende ottiche, fonda Acofis, l’associazione degli ottici ▶

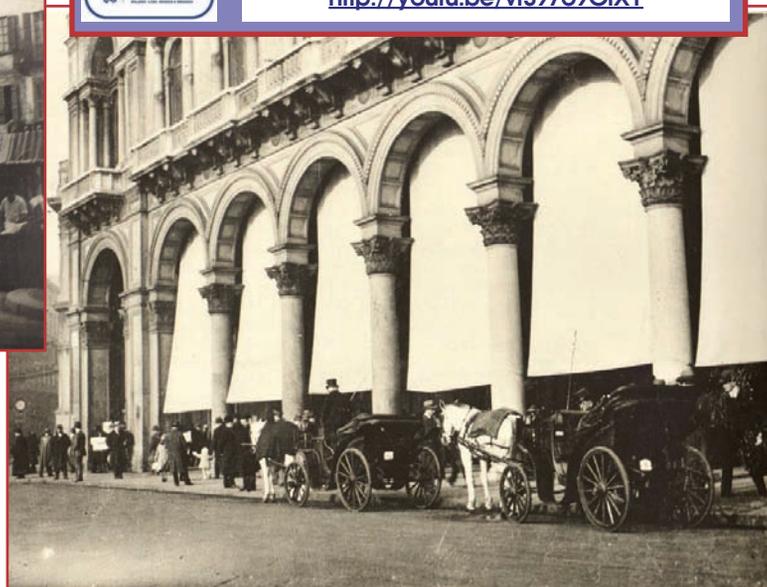
milanesi, di cui sarà anche il primo presidente. Insomma: Arnaldo Chierichetti ha incarnato quel modello di imprenditorialità tipicamente milanese che riesce a impersonare contemporaneamente i diversi ruoli, l'imprenditore, il padre di famiglia, il fotografo dilettante e l'appassionato cultore della città. E l'ha saputo trasmettere alla figlia Elda, una delle poche imprenditrici che - senza eredi diretti - ha saputo realizzare il cosiddetto passaggio generazionale

ben piantate nella nostra storia. E perché questo avvenimento è il desiderio di Elda Chierichetti sarebbe di poter tro-



affidando ai dipendenti le sorti future del negozio di ottica realizzato dal padre. "Il passato è solo storia - chiosa Elda Chierichetti - i tempi cambiano e noi dobbiamo seguire i tempi". Affrontare il presente, dunque, con lo sguardo rivolto al futuro, ma le radici

vare ora un luogo ove rendere la mostra permanente. (BB)



Mostra delle foto di Arnaldo Chierichetti: guarda anche il video dell'Ufficio stampa di Confcommercio Milano
<http://youtu.be/vrS97o9GfXy>

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

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 - 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.

ANDREA VIRGILIO

Cucina a 2 piazze

INSIEME AI FORNELLI:
LA RICETTA DELLA COPPIA FELICE



A cura di LUISA SORRENTINO

//emi

Nel libro "Cucina a 2 piazze" la ricetta dell'armonia del ristoratore di Rho Andrea Virgilio

Un "libro che fa bene"? La "Cucina a 2 piazze" di Andrea Virgilio - ristorante "La Barca" a Rho - a cura della psicologa e psicoterapeuta, autrice di opere a carattere divulgativo, Luisa Sorrentino. Il libro è edito da EMI, Editrice Missionaria Italiana (www.emi.it). Ideatore del primo "Corso prematrimoniale di filosofia culinaria applicata" che da oltre dieci anni realizza in collaborazione con le parrocchie,

Andrea Virgilio sostiene che tanti matrimoni

falliscono perché a casa non si cucina più. Per questo ha voluto dare un contributo e dire a tutti, soprattutto alle giovani coppie, che la felicità esiste nella quotidianità e dipende

anche dal dover mangiare tutti i giorni. Ecco perché la lettura della "Cucina a 2 piazze" fa bene: seguendo il filo dell'ironia dell'autore, è un libro anti-crisi (...di coppia) con esperienze di vita vissuta ed "allenamento" ad essere felici grazie alla cucina.

Ognuno di noi - sostiene Andrea Virgilio - ha la felicità sotto gli occhi, se solo guarda alla cucina come a un mondo bellissimo da vivere insieme. Attraverso aneddoti della sua vita, Andrea - figlio di emigranti pugliesi (a soli 12 anni ha iniziato la sua vita lavorativa nel ristorante di famiglia a Rho dove è protagonista assieme ai suoi fratelli Domenico e Pinuccio) - mostra il bello di abbandonarsi alla normalità di tutti i giorni e a quante opportunità offre l'occuparsi del cibo. Partendo dai ricordi di bambino della sua Puglia, con i valori fondamentali appresi in famiglia e che lo sostengono ancora oggi, le tradizioni del suo popolo antico, l'importanza della ristorazione portata avanti con orgoglio per generazioni. E tante buone e semplici ricette della tradizione pugliese.

"Cucina a 2 piazze" non è un libro scritto per diventare bravi cuochi stile tv. Vuol essere, invece, la sottolineatura di ciò che rende prezioso e buono un piatto fra le mura domestiche: l'amore con cui viene creato è il piacere con cui ci si aiuta nelle tante mansioni fino al gustarlo insieme. Ogni ricetta illustrata nel libro riporta un ingrediente di felicità per

far percepire al lettore un "sentire" con il cuore. Il libro lascia anche spazio

al gioco, alla riflessione personale e di coppia, e si trasforma in un "quaderno" su cui scrivere insieme e scambiarsi gusti e preferenze per conoscersi meglio.

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:



Seguici, connettiti, informati



Controlla i nostri aggiornamenti su Facebook agli indirizzi
facebook.com/confcommerciomilano
facebook.com/confcommerciomilanoufficio stampa



Seguici su Twitter all'indirizzo
twitter.com/confcommerciomi



Guarda i nostri video su Youtube all'indirizzo
youtube.com/confcommerciomilano



Visita il sito www.unionemilano.it