

Attenzione!
Dal 21 agosto 2014 sono in vigore sanzioni molto elevate a carico di chi commercializza o distribuisce gratuitamente sacchetti non a norma. Vi consigliamo la massima attenzione nel verificare che gli shopper che state per acquistare rispettino le regole previste dalla legge.

Come riconoscere gli shopper conformi alla legge?

Sacchetti compostabili
Nella sezione del sito www.confcommercio.it sono disponibili i criteri di selezione per riconoscere gli shopper conformi alla legge. Contate sugli shopper con il marchio .

Sacchetti riutilizzabili
Questi shopper sono anche quelli più convenienti e a lunga durata. Sono disponibili in diverse versioni e colori. Contate sugli shopper con il marchio .

Attenzione!
Gli shopper non a norma sono vietati e commercializzati con sanzioni molto elevate. Contate sugli shopper conformi alla legge.

Esempi di non conformità:
Shopper con il marchio .

Indirizzi dei non conformità:
Indirizzo: via F.lli. Rosselli 10 - Milano - Tel. 02 58 10 10 10

**Confcommercio partner
di Padiglione Italia**



**In regola con gli shopper?
La campagna informativa**

**Pos: opportunità con le convenzioni Confcommercio Milano
Acquisti dei turisti stranieri con commissioni di transato ridotte**



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



di Carlo Sangalli (*)



Lo sguardo nella vetrina



progetto, ogni socio ha portato "in dote" la propria professionalità d'origine, chi nelle moto, chi nella ristorazione, chi nella comunicazione, chi nell'abbigliamento. Una cosa, però, ce l'hanno messa tutti: l'entusiasmo, che è poi il terzo aspetto vincente del Deus. In questo progetto imprenditoriale si riconosce ad occhi chiusi molta

Milano, all'Isola c'è il "Deus Ex Machina"

Nel teatro antico il "deus ex machina" era il personaggio che arrivava alla fine della tragedia e dava soluzione ad una trama complicata. In un certo senso, anche i giovani imprenditori che hanno aperto nel 2013 il Deus Ex Machina di via Thaon de Revel 3, a Milano all'Isola, hanno trovato una soluzione intelligente ad una trama molto complicata: quella della crisi. Facendo leva sulle loro competenze e facendo forza su una buona dose di coraggio, i soci hanno dato spazio a tre intuizioni da veri "deus ex machina". Innanzitutto, hanno importato nel nostro Paese un marchio straniero (australiano, per la precisione) che vende principalmente moto personalizzate e abbigliamento specializzato, adattandolo all'Italia e al suo mercato. Così, dentro il Deus Ex Machina si respira un'aria internazionale (per clientela, stile di vendita, richiami culturali), ma l'orma è decisamente milanese. Si riconosce il capoluogo lombardo a partire dallo spazio scelto - una

corte "vecchia Milano" all'interno del cosiddetto "moto-quartiere" Isola - alla tradizione delle bici, si riconosce Milano dal design all'attenzione per il buon caffè e l'aperitivo lungo. Caffè e aperitivo, sì, perché il Deus Ex Machina è un negozio di abbigliamento, ma anche un bar ristorante, un'officina e un teatro/spazio eventi. Ecco il secondo guizzo da veri "deus ex machina": i proprietari hanno creato uno spazio integrato, che abbia un tema ispiratore, ma possa interessare a tutti, trasversalmente, dove trascorrere del tempo per piacere, per lavoro o per passione. E non hanno fatto questa operazione di "collage" da sprovveduti: nel



professionalità, ma anche tanta passione. E quando parli con i suoi fondatori vedi nei loro occhi che credono davvero in quello che fanno, nonostante le tante difficoltà e le mille fatiche del fare impresa (anche quando si ha una buona idea e tanto successo). Ma, loro, rimangono "in sella" e, per fortuna, sono determinati a restarci.

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



Unioneinforma - novembre 2014 - n. 10 - anno 20 (questo numero è stato ultimato il 4 novembre)



Expo 2015: Confcommercio diventa partner di Padiglione Italia



Confcommercio sarà presente al Padiglione Italia a Expo Milano 2015 con un ufficio di rappresentanza all'interno dell'avveniristico Palazzo Italia per l'intero semestre espositivo dell'Esposizione Universale: dal 1° maggio al 31 ottobre. Il contratto di partecipazione è stato firmato da Diana Bracco, commissario generale di Sezione per il Padiglione Italia a Expo Milano 2015, e Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio. Uno spazio che verrà concepito come un vero e proprio "salotto" per incontri istitu-

zionali con la vasta platea dei Paesi presenti ad Expo 2015. Incontri rivolti al mondo del business: ed in quest'ottica di internazionalizzazione avrà un ruolo di raccordo Aice, l'Associazione italiana commercio estero di Confcommercio. Alla presenza di Confcommercio nel Padiglione Italia si collegherà l'iniziativa, che verrà messa in campo dalla Confcommercio milanese, di destinare Palazzo Bovara, il Circolo del Commercio in corso Venezia, come "casa" per la business community di Expo.

"La presenza di Confcommercio in rappresentanza di numerosissime imprese ed eccellenze del tessuto produttivo del nostro Paese è preziosa per il Padiglione Italia" ha affermato Diana Bracco. "Carlo Sangalli ed io abbiamo creduto in Expo dall'inizio e in tutti questi anni abbiamo lavorato con tenacia per rendere

italiano e dare slancio ai processi di internazionalizzazione delle nostre aziende. In particolare, il Padiglione Italia sarà la vera porta d'ingresso del Paese, un luogo in cui metteremo in vetrina le nostre eccellenze culturali,

Spazio di rappresentanza all'interno dell'avveniristico Palazzo Italia nell'intero semestre dell'Esposizione Universale per incontri istituzionali, con i Paesi presenti ad Expo, rivolti al mondo del business

essere poi invogliati a intraprendere un vero Grand Tour". "L'accordo tra Confcommercio e il Padiglione Italia dimostra l'interesse del mondo delle imprese del commercio, del turismo e dei servizi per Expo" ha rilevato Carlo Sangalli. "Si tratta di un altro importante passaggio nel percorso, talvolta molto complesso, che ci sta portando verso il traguardo del 2015. In particolare va sottolineato il ruolo centrale del Padiglione Italia che, grazie al difficile

Ruolo di raccordo di Aice l'Associazione italiana commercio estero



Palazzo Bovara, Circolo del Commercio di Confcommercio Milano in corso Venezia, aperto alla business community di Expo

lavoro svolto dalla presidente Bracco, sarà un punto di riferimento

paesaggistiche, produttive ed eno-

dell'Esposizione Universale sia per la qualità innovativa architettonica che per quella dei contenuti".



questo grande progetto nazionale un'occasione straordinaria per rilanciare l'immagine dell'Italia nel mondo ridando orgoglio e fiducia alle nostre imprese e a tutti i cittadini. L'Expo di Milano sarà anche una grandissima opportunità per promuovere il turismo

gastronomiche: uno spazio in cui i visitatori potranno assaggiare il meglio dell'Italia ed

Le foto della firma del contratto di partecipazione di Confcommercio al Padiglione Italia di Expo sono di Massimo Garriboli



*Prima selezione
di eventi e iniziative
nell'area metropolitana
milanese durante
il semestre dell'Esposizione
Universale*



Da sinistra
l'assessore
alla Cultura
del Comune
di Milano
Filippo Del Corno,
il sindaco di Milano
Giuliano Pisapia
e il presidente
della Camera
di Commercio
di Milano (e di
Confcommercio)
Carlo Sangalli ▶

(foto del Comune di Milano)



**Expo in Città 2015
Già 7.000
appuntamenti**

Nella grande sala Alessi di Palazzo Marino, sede del Comune di Milano, il sindaco Giuliano Pisapia e il presidente della Camera di Commercio di Milano (e di Confcommercio) Carlo Sangalli hanno pre- ▶

Esercizi commerciali infopoint di Expo con l'adesione al progetto "Ambassador" di Confcommercio Milano

Expo in Città ha siglato con Confcommercio Milano una convenzione per la realizzazione del progetto "Ambassador", che vede gli esercizi commerciali farsi ambasciatori di Expo in Città, diventando infopoint e punti di riferimento per i cittadini e turisti. I negozi che decidono di aderire al progetto (vedi il decalogo sul sito della Confcommercio milanese: www.unionemilano.it) diffonderanno il brand Expo in città con vetrofanie, loghi, insegne, e metteranno a disposizione dei clienti materiale informativo su Expo in Città e sull'Esposizione

Universale. Per poter aderire, gli operatori commerciali devono impegnarsi al rispetto di un decalogo finalizzato a migliorare l'accoglienza del visitatore. Tra i punti del decalogo: disponibilità all'apertura nel periodo estivo, aperture straordinarie, conoscenza della lingua inglese, informazione sulle attrazioni turistico/culturali della città, particola-

re attenzione all'informazione trasparente sui prezzi ai visitatori stranieri. Il



"Con 'Expo in Città' Milano coglie direttamente le opportunità dell'Esposizione Universale e guarda oltre l'orizzonte del 2015 - ha dichiarato Carlo Sangalli - Questo progetto innovativo è a sua volta catalizzatore di altre iniziative come 'Ambassador', con il quale gli esercizi commerciali diventano punti informativi di Expo e protagonisti dell'accoglienza globale.

'Expo in Città' sarà una grande eredità di Expo e darà a Milano il brand del dinamismo imprenditoriale e culturale riconoscibile nel mondo".

progetto, appena avviato, ha già raccolto 250 adesioni.

dinamismo imprenditoriale e culturale riconoscibile nel mondo".

sentato la prima selezione delle iniziative che andranno a costituire il programma di Expo in Città 2015, il palinsesto con il quale si animerà la vita dell'area metropolitana milanese durante il semestre dell'Esposizione Universale. La cabina di regia, creata dal Comune di Milano e dalla Camera di Commercio per coordinare e promuovere l'offerta di eventi, ha concluso una prima fase di raccolta e selezione.

Molti operatori italiani e stranieri hanno già presentato sul sito www.expoincitta.com il proprio progetto. Il Comitato di Coordinamento di Expo in Città, a una prima selezione, ha infatti approvato più di 200 iniziative che daranno vita a 7.000 appuntamenti quotidiani tra mostre, concerti, spettacoli, convegni scientifici, eventi sportivi, festival, rassegne, manifestazioni su temi agroalimentari e sociali. Iniziative ed eventi

pubblici e privati in "edizione speciale Expo": appuntamenti già inseriti in questa prima stesura del calendario di Expo in Città 2015. Da sottolineare l'interesse dimostrato anche da numerosi Paesi - e da città estere, molte gemellate con Milano - a essere protagonisti anche di Expo in Città pur avendo una presenza sul sito espositivo. Dalla

▶ ▶ ▶ segue a pag. 6 ▶ ▶ ▶

Expo in città 2015...

▶▶▶ segue da pag. 5 ▶▶▶

Francia alla Cina, dall'Austria al Giappone all'Indonesia; da Barcellona a Shanghai, da Melbourne a Birmingham. E molti altri progetti sono in arrivo per un'Expo diffusa nella Grande Milano con un programma unico coordinato con la società Expo e che entrerà nel palinsesto ufficiale

di Expo Milano 2015. Il lavoro della cabina di regia di Expo in Città è costantemente in "progress", anche con la segnalazione di nuove location pubbliche e private (nel momento in cui si scrive sono 500) disponibili per la realizzare eventi da parte degli operatori e con percorsi facilitati.

Lo Sportello Expo in Città

Per centralizzare, semplificare e informatizzare tutte le richieste provenienti dagli operatori, il Comune di Milano ha creato lo "Sportello Expo in Città" che ha l'obiettivo di migliorare e facilitare i rapporti tra operatori e Pubblica Amministrazione nelle procedure di autorizzazione degli eventi. Tutti coloro che durante il semestre di Expo (1° maggio–31 ottobre 2015) vogliono organizzare eventi in città possono perciò accedere a un'unica sede: non solo per ricevere supporto e orientamento, ma anche per present-

tare le diverse istanze necessarie ad ottenere le autorizzazioni e richieste. Per consentire, inoltre, agli operatori di programmare al meglio, le richieste di occupazione di suolo pubblico possono essere presentate fino a 9 mesi prima dell'evento.

Testimonial
la cantante
Noa

Alla presentazione del palinsesto di Expo in Città una testimonial d'eccezione: la cantante israeliana Noa (il suo vero nome è

Achinoam Nini ed è particolarmente nota al pubblico italiano per la canzone-colonna sonora del film "La vita è bella"). "Io credo – ha detto – che Expo possa essere un grande momento per avvicinare i popoli".

Tutti gli appuntamenti di Expo in città sono consultabili e in costante aggiornamento sul sito www.expoincitta.com

Social

- Blog www.expoincitta.com/Blog
- FB [fb.com/expoincitta](https://www.facebook.com/expoincitta)
- TW @expoincitta
- Hashtag su tutti i social #ExpoinCittà

I file audio e video del logo sonoro sono scaricabili all'indirizzo <http://goo.gl/cYa5wk> 

Un "logo musicale" dedicato

Expo in Città ha anche un "logo sonoro" che accompagnerà la promozione di tutto il palinsesto, sostenendo la campagna di comunicazione istituzionale delle iniziative collegate. Il brano, composto ad hoc da Giovanni Sollima, è un regalo a Milano del compositore e violoncellista. E' stato registrato poche settimane fa al Teatro Dal Verme dall'Orchestra de "I Pomeriggi Musicali" diretta dal maestro Carlo Boccadoro (per le Edizioni Casa Musicale Sonzogno).

Galbiati

A R R E D A



ADMEMBER



Poliform

ALIVAR arflex Artemidè arper Caimi BREVETTI calligaris Campeggi CASAMANIA
DEDON' DESALTO désirée divani driade elam Tisettanta Euromobil FIAM ITALIA FLYFORM
FLOS flou FontanaArte FUTURA GAGGENAU GLAS ITALIA Kartell MERIDIANI
Minotti D à NATEVO PAOLA ZENTI PENTA Poliform Poliform Frau porada
Rimadesio RODA Tisettanta Tonelli Varenna Poliform 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

MAIN SHOWROOM

CORNER flou

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

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

HONG KONG

Galbiati
A R R E D A
IN
STILE

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

www.galbiatiarreda.com - info@galbiatiarreda.com

L'APP CHE METTE IL TUO NEGOZIO NEL CIRCUITO



Migliora i tuoi affari **E' GRATIS***

PER I PRIMI TRE MESI.

RENDI IL TUO NEGOZIO SPECIALE

Fidelizza con nuovi strumenti. Loix ti permette di portare la tua attività promozionale nelle mani dei tuoi clienti e di modificarla secondo le tue esigenze.

▶ **FACILE**

In pochi minuti avrai già completato la tua campagna promozionale. Raggiungi i tuoi obiettivi, sapremo consigliarti al meglio.

▶ **EFFICACE**

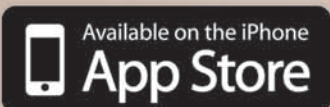
I tuoi clienti e quelli degli altri esercizi commerciali nel circuito saranno sempre aggiornati ed attivabili con l'invio di messaggi.

▶ **SOCIAL**

Facciamo parlare della tua attività commerciale automaticamente dai tuoi clienti su Facebook.

▶ **PROMO**

Tutto quello che puoi desiderare: carte fedeltà sul cellulare, couponing, happy hour e marketing di prossimità con iBeacon



Develop by **Innovina S.r.l.**

Via Greto di Cornigliano 6r/22
16153 Genova
Tel: 010-6563344
info@Loix.it www.loix.it



* Per gli associati confcommercio il servizio è offerto con una promozione esclusiva per tre mesi gratuitamente. Per maggiori informazioni e per i dettagli dell'offerta consultare <http://www.Loix.it/conf>
Il piano base del servizio parte da 39€ + Iva al mese, contattaci.

*Le imprese premiate
a Milano,
Monza Brianza, Lodi*



A Milano, con una cerimonia al Belvedere Enzo Jannacci (31° piano di Palazzo Pirelli), Regione Lombardia ha assegnato 76 nuovi riconoscimenti di negozi storici. Oggi sono circa 1.200 gli esercizi commerciali riconosciuti e censiti



come storici (con almeno 50 anni d'attività) tutti consultabili su www.negozistoricilombardia.it.



▲ *Da sinistra: Paolo Mieli (presidente Rcs Libri), Carlo Sangalli (presidente Confcommercio), Mauro Parolini (assessore a commercio, turismo e terziario di Regione Lombardia)*



Tra i negozi storici premiati numerosi i riconoscimenti delle imprese di Milano, Monza Brianza e Lodi come documenta la carrellata d'immagini di queste pagine (le foto delle imprese che si sono presentate alla premiazione sono



di Regione Lombardia). Alla cerimonia di premiazione è intervenuto il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli (per Regione Lombardia era presente l'assessore a commercio, turismo e terziario Mauro Parolini. Ha moderato l'evento a Paolo Mieli, presidente di

Negozi storici lombardi: 76 nuovi riconoscimenti

Rcs Libri, storico e già direttore del Corriere della Sera): "le botteghe storiche - ha affermato Sangalli - rappresentano un importante segnale di fiducia perché hanno saputo innovarsi e restare sul mercato nel tempo. Sono imprese che rendono il nostro territorio sempre più attrattivo a livello globale e saranno punti di forza di Expo 2015". Il riconoscimento di Regione Lombardia, ha proseguito "dimostra attenzione per queste aziende che costituiscono un esempio e sono un patrimonio della nostra economia e della nostra storia".
Premiata anche la foto vincitrice del concorso fotografico Selfie Prize 2014 (vedi *Unioneinforma* di luglio agosto a pagina 9 n.d.r.).

▶▶▶ segue a pag. 10 ▶▶▶



Milano, Lodi, e gli esercizi storici

- ✓ *Caseificio Croce* (Casalpusterlengo – Lodi 1932);
 - ✓ *Sala Sport* (Desio – Monza Brianza 1959);
 - ✓ *Mistrangeli* (Meda – Monza Brianza 1904);
 - ✓ *Drogheria Martinetti di Anna Masperi* (Albairate – Milano 1931);
 - ✓ *Panificio Redaelli* (Bareggio – Milano 1933);
 - ✓ *Gioielleria Messa* (Novate Milanese – Milano 1961);
 - ✓ *Sapore di Pane* (Robecco sul Naviglio – Milano 1930);
-
- ✓ *Ottico Optometrista Busetti* (Milano 1959);
 - ✓ *Motta Autogrill* (Milano 1928);
 - ✓ *Pasticceria Cucchi* (Milano 1934);
 - ✓ *Pasticceria Migliavacca Alberto* (Milano 1958);
 - ✓ *Caffè e Tabacchi Molino delle Armi* (Milano 1936);
 - ✓ *Ristorante Al Tronco* (Milano 1933);
 - ✓ *Fotomateriale* (Milano 1960);
 - ✓ *G.A. Gatti – Arredamenti “Alla Villa Litta”* (Milano 1964);
 - ✓ *Ristorante Giglio Rosso* (Milano 1953);



Monza Brianza: riconosciuti

- ✓ **Macelleria A. Lovati** (Robecco sul Naviglio – Milano 1952);
- ✓ **La Bottega di Casterno** (Robecco sul Naviglio – Milano 1955);
- ✓ **Tonetti Voglia Di Casa** (Robecco sul Naviglio – Milano 1954);
- ✓ **Cartoleria Simona Sturaro** (Robecco sul Naviglio – Milano 1961);
- ✓ **Arredospazio** (Robecco sul Naviglio – Milano 1958);
- ✓ **Gioielleria Raminelli** (Robecco sul Naviglio – Milano 1961);
- ✓ **Katy Bar** (Robecco sul Naviglio – Milano 1921);



- ✓ **Cartoleria Gambardella** (Milano 1951);
- ✓ **Stadler Gioielleria** (Milano 1952);
- ✓ **Buzzo Gioielli** (Milano 1961);
- ✓ **Gioielleria Belloni** (Milano 1955);
- ✓ **Gioielleria Brunetti** (Milano 1925);
- ✓ **Mosele Gioielleria** (Milano 1957);
- ✓ **Laboratorio Gioielleria Lischetti** (Milano 1958).



Continental 
The Future in Motion

Quest'inverno gioca sul sicuro.

Sono un pneumatico
Continental: in frenata
contate su di me.



Sicurezza. Qualità. Servizio.

I Soci Confcommercio si meritano un trattamento privilegiato.

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

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

La sicurezza è la miglior performance.

www.continental-pneumatici.it



Estata completata la procedura di conciliazione (vedi *Unioneinforma* di settembre a pag. 20 n.d.r.) con 114 operatori degli spazi commerciali nei mezzanini della metropolitana milanese,

che ha visto la Camera Arbitrale di Milano (azienda speciale della Camera di Commercio milanese), impegnata nell'accordo tra Atm, gestore degli spazi commerciali nei mezzanini, Confcommercio Milano (che ha coordinato la complessa trattativa) e le altre Organizzazioni coinvolte, tra cui Snag, il Sindacato degli edicolanti e Fit, la Federazione tabaccai. L'Atm (Azienda dei trasporti pubblici



ne di convalida di sfratto per finita locazione; l'affitto viene sostituito da un'indennità di occupazione (rivalutata annualmente secondo i parametri Istat) ed a garanzia di pagamento di quest'indennità è prevista a favore di Atm una fideiussione bancaria. Il Comune di Milano si impegna affinché Atm, nell'ambito della procedura ad evidenza pubblica per la riassegnazione degli spazi che verrà bandita nel

Completata la procedura di conciliazione: gli operatori commerciali restano nei mezzanini della metropolitana milanese fino al 28 febbraio 2016

milanesi) si impegna a non eseguire l'azio-

2016, garantisca ai commercianti-conduttori in regola, il diritto di prelazione (secondo i requisiti e le modalità che

verranno indicati nella procedura di evidenza pubblica).

"Ci siamo fortemente impegnati per raggiungere una soluzione-ponte efficace per gli operatori commerciali - ha rilevato il vicepresidente di Confcommercio Milano

Lino Stoppani - Va sottolineato il dialogo che vi è stato con Atm ed Amministrazione comunale".

"L'accordo sui mezzanini - ha dichiarato Stefano Azzali, segretario generale della Camera Arbitrale di Milano - dimostra come gli strumenti della giustizia alternativa siano utili al mercato consentendo una gestione dei contenziosi più rapida ed efficiente".

Assopetroli Assoenergia: legge di stabilità da rivedere Duro colpo per il settore dei carburanti

La legge di stabilità 2015 riserva ogni giorno nuove sorprese": lo ha affermato il presidente di Assopetroli Assoenergia Franco Ferrari Aggradi. "Oltre agli aumenti di accisa e Iva mascherati da improbabili clausole di salvaguardia, che incideranno, da qui al 2019, per oltre 13 centesimi di euro per ogni litro di carburante (cumulando anche gli aumenti già deliberati da altre disposizioni di legge), la legge di stabilità - ha spiegato - prevede: l'incremento delle accise sul gasolio agricolo, dal 22 al 26,5% della

tassazione ordinaria, con conseguenze sull'intera filiera agricola; la riduzione, praticamente a zero dal 2016 delle agevolazioni concesse su gasolio e gpl usati per il riscaldamento per le aree montane o climaticamente svantaggiate del Paese, colpendo così beni di prima necessità sui quali già



▲ **Franco Ferrari Aggradi, presidente Assopetroli Assoenergia**

grava, è bene ricordarlo, una tassazione che è oltre quattro volte la media europea".

"Insomma - ha proseguito Franco Ferrari Aggradi - vi sono previsioni fortemente recessive per tutto il sistema economico del Paese e potenzialmente in grado di assestare un colpo durissimo al settore della produzione, commercializzazione e distribuzione dei carburanti, già in estrema difficoltà". Assopetroli Assoenergia chiede che que-

ste misure vengano riviste. L'Associazione renderà noti i gravi effetti che esse potrebbero produrre "nelle opportune sedi istituzionali preposte all'esame della legge di stabilità".

L'offerta Hyundai dedicata
ai professionisti e alle aziende.

Nuova Santa Fe' tua da 25.450 euro + iva

Nuova ix35 tua da 19.850 euro + iva



LEA CAR SRL

SARONNO (VA), VIA VARESE 2A

TEL. 02 87089150 – FAX. 02 87089164

WWW.LEA-CAR.COM INFO@LEA-CAR.COM



Attenzione!

Dal 21 agosto 2014 sono in vigore sanzioni molto onerose a carico di chi commercializza o distribuisce gratuitamente sacchetti non a norma. Vi consigliamo la massima attenzione nel verificare che gli shopper che state per acquistare rispondano ai requisiti previsti dalla legge.

Come riconoscere gli shopper conformi alla legge?

Sacchi compostabili **SI**

Gli shopper compostabili sono conformi alla legge perché rispettano lo standard UNI EN 13432.

CIC	VINCOTTE	DIN CERTCO

Verifica sempre sul tuo shopper compostabile la presenza di uno dei loghi qui accanto. Questi loghi garantiscono la conformità dello shopper allo standard UNI EN 13432.

Sacchi riutilizzabili **SI**

Questi shopper sono molto spessi per consentire una lunga vita e un continuo riuso. Sono conformi solo gli shopper riutilizzabili che rispettano i seguenti requisiti

MANIGLIA ESTERNA	MANIGLIA INTERNA
 • 200 micron per uso alimentare. Devono contenere il 30% di plastica riciclata. • 100 micron per altri usi. Devono contenere il 10% di plastica riciclata.	 • 100 micron per uso alimentare. Devono contenere il 30% di plastica riciclata. • 60 micron per altri usi. Devono contenere il 10% di plastica riciclata.

Attenzione! **NO**

Tutti gli shopper che non hanno le caratteristiche di compostabilità o di composizione indicate non sono conformi alla legge e comportano sanzioni per chi li vende o li dà in omaggio.

Esempi di non conformità:

Tutti gli shopper a maniglia esterna in polietilene di spessore inferiore a 100 micron e contrassegnati con i simboli,

POLIETILENE ALTA DENSITÀ	POLIETILENE BASSA DENSITÀ	POLIETILENE

Indicazioni che non garantiscono la conformità:

Biodegradabile entro 3-5 anni; Biodegradabile secondo il metodo UNI EN ISO 14855.

Campagna informativa della Camera di Commercio con Confcommercio Milano e Assobioplastiche

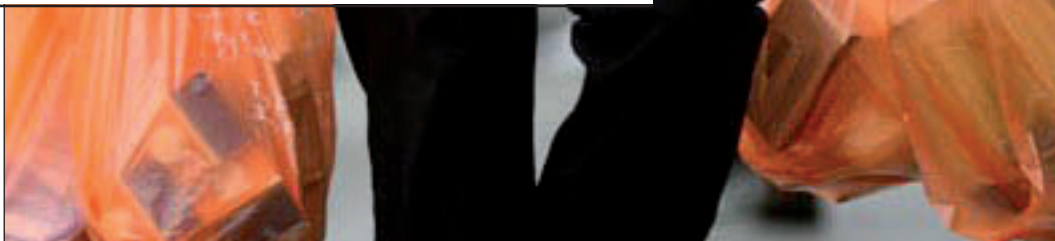
gli esercizi commerciali in sede fissa e ambulante di Milano e provincia. Campagna con varie modalità comunicative: con una brochure e anche con un video tutorial. L'obiettivo è quello di sensibilizzare tutti gli operatori sulla scelta degli shopper per vendere i loro prodotti ed evitare le sanzioni onerose previste dalla legge. Sanzioni previste anche con la cessione a titolo gratuito di sacchetti di plastica non biodegradabili.

La campagna pone attenzione all'ambiente: utilizzando e facendo utilizzare sacchetti a norma si inquina di meno e si favorisce la raccolta differenziata. Ma un ulteriore obiettivo dell'iniziativa è anche quello di chiarire quanto richiedono le norme il cui linguaggio, lo sappiamo tutti, è oscuro. Il volantino della campagna indica i loghi esatti da ricercare per essere sicuri della conformità del sacchetto. Ci sono gli "usa e getta" super leggeri da 8 o 10 micron e quelli riutilizzabili.

Sacchetto della spesa in regola? Attenzione alle sanzioni

Lo shopper della spesa, dallo scorso 16 agosto, deve essere in regola.

Compostabile e riutilizzabile, adatto per la raccolta dell'umido. E a Milano, con la collaborazione tra Camera di Commercio, Confcommercio ed Assobioplastiche, è partita la campagna per informare



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



Convenzioni di Confcommercio Milano con Banca Sella e Veneto Banca Pos: acquisti dei turisti stranieri con commissioni di transato ridotte per i commercianti

Con Banca Sella e Veneto Banca, istituti in convenzione con Unione Confcom-

mercio che offrono condizioni agevolate per i soci, è possibile attivare il servizio di DCC (Dynamic Currency Conversion), l'applicazione che consente ai turisti stranieri dell'area non-euro di pagare gli acquisti nella propria valuta di origine, con un tasso di cam-

bio garantito e senza alcuna commissione per il cliente, riducendo la commissione sul transato per l'esercente (con un minimo dello 0,50%).

In prospettiva anche di

lità di "accoglienza" per i clienti che visiteranno il nostro territorio in occasione dell'Esposizione Universale del prossimo anno.

Expo 2015, tale opportunità è vantaggiosa per gli imprenditori e costituisce una moda-



BANCA SELLA

Convenzione Unione Confcommercio – Banca Sella

Condizioni dedicate a clienti con accredito su conto altro Istituto

Commissione transazioni in valuta tramite servizio Multicurrency	0,45% dell'importo transato
--	------------------------------------

Convenzione Unione Confcommercio – Banca Sella dedicata al settore alberghiero e residence

Condizioni dedicate a clienti con accredito su conto Banca Sella

Commissione carte di credito Visa/Mastercard in valuta (USD,CHF,GBP, JPY e altre) - modalità Multicurrency	0,00% dell'importo transato
--	------------------------------------

Condizioni dedicate a clienti con accredito su conto altro Istituto

Commissione carte di credito Visa/Mastercard in valuta (USD,CHF,GBP, JPY e altre) - modalità Multicurrency	0,30% dell'importo transato
--	------------------------------------

Convenzione Unione Confcommercio – Banca Sella dedicata ai pubblici esercizi

Condizioni dedicate a clienti con accredito su conto Banca Sella

Commissione transazioni in valuta tramite servizio Multicurrency	0,20% dell'importo transato
--	------------------------------------

Condizioni dedicate a clienti con accredito su conto altro Istituto

Commissione transazioni in valuta tramite servizio Multicurrency	0,40% dell'importo transato
--	------------------------------------

Aderendo al servizio Currency choice (da richiedere in filiale), con pagamento in valuta del Paese di emissione della carta, le commissioni sulle transazioni con carte di credito Visa e Mastercard verranno addebitate totalmente e, successivamente, all'esercente verrà fatto un **riaccredito ("bonus") dello 0,50%**.

Per conoscere in dettaglio le convenzioni, consulta il sito www.unionemilano.it nella sezione "Convenzioni e Vantaggi" o rivolgiti alla Tua Associazione

Iniziativa realizzata nell'ambito
dell'accordo
Unione Confcommercio-Assofranchising

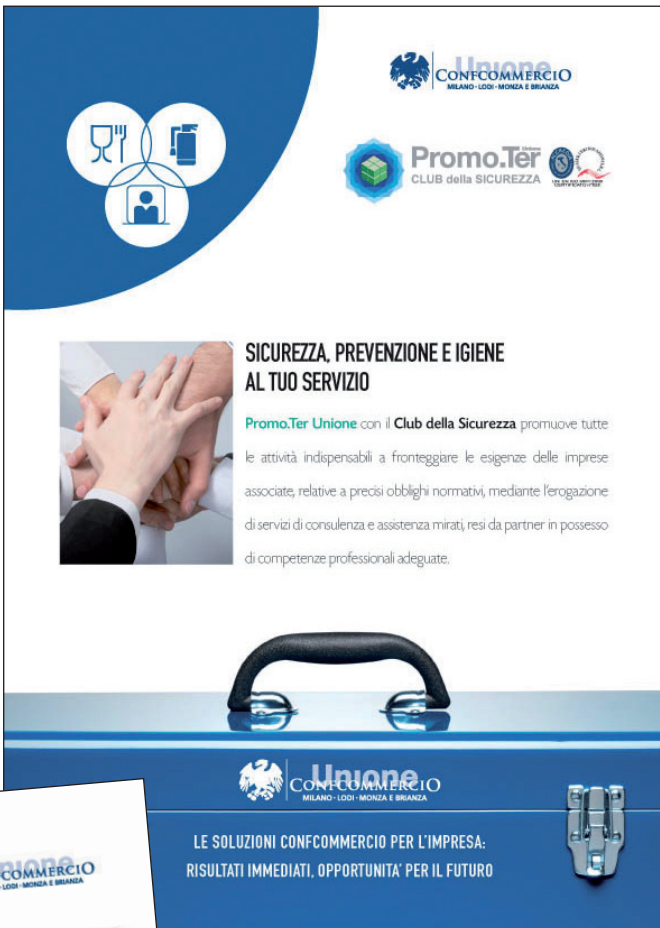
Franchisee: con Promo.Ter Unione un pacchetto completo di servizi per "dimenticare" gli adempimenti e pensare solo alla propria attività commerciale

In favore dei franchisee, con Unione Confcommercio, Promo.Ter Unione, in accordo con Assofranchising, ha elaborato la formazione di un pacchetto completo

che consente alle piccole imprese affiliate ai franchisor, di delegare a Promo.Ter Unione tutti gli adempimenti di carattere fiscale e societario. Si tratta di un'iniziativa che prevede, attraverso la sottoscrizione di questo pacchetto, l'erogazione di una serie di servizi che riguardano la sicurezza nei luoghi di lavoro, la gestione del personale, la gestione dell'attività legata alla contabilità, l'assicurazione integrativa in base alle fasce d'età (e comprende la quota associativa). Con la ristorazione è anche previsto l'Haccp

(igiene degli alimenti). Ipotizzando una piccola impresa

con un dipendente, un addetto alla sicurezza, la contabilità semplificata, una forma D Plus (assistenza sanitaria integrativa con Ente



Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

Promo.Ter
CLUB della SICUREZZA

**SICUREZZA, PREVENZIONE E IGIENE
AL TUO SERVIZIO**

Promo.Ter Unione con il Club della Sicurezza promuove tutte le attività indispensabili a fronteggiare le esigenze delle imprese associate, relative a precisi obblighi normativi, mediante l'erogazione di servizi di consulenza e assistenza mirati, resi da partner in possesso di competenze professionali adeguate.

Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

LE SOLUZIONI CONFCOMMERCIO PER L'IMPRESA:
RISULTATI IMMEDIATI. OPPORTUNITA' PER IL FUTURO



Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

Promo.Ter
ENTE PER LA PROMOZIONE E LO SVILUPPO
DEL COMMERCIO DEL LIBRICO DEI SERVIZI
E DELLA PROFESSIONE

**IL TUO SERVIZIO DI AMMINISTRAZIONE
DEL PERSONALE**

Promo.Ter Unione è l'ente nato per l'amministrazione del personale, con la gestione delle buste paga e il versamento dei contributi, garantendo professionalità, specializzazione e assistenza.

Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA

LE SOLUZIONI CONFCOMMERCIO PER L'IMPRESA:
RISULTATI IMMEDIATI. OPPORTUNITA' PER IL FUTURO

COME INFORMARSI
Promo.Ter amministrazione coordinamento
franchising - Tel. 027750207
coordinamentofranchising@unione.milano.it

Mutuo) da 31 a 49 anni, il costo (comprensivo della quota associativa) è di 234 euro al mese. In presenza di food, 275 euro.

"Importante è che, oltre ad erogare un servizio in favore dei soci, vi è l'obiettivo - spiega Maria Antonia Madau, direttore di Promo.Ter Unione - di liberare le piccole imprese da tutti i fardelli che riguardano la gestione burocratica della propria azienda.

Quindi, l'imprenditore si preoccupa solo ed esclusivamente del proprio core business delegando a noi tutti gli adempimenti. Vi è poi tutta una serie di attività di consulenza e di assistenza erogate da Unione Confcommercio Milano, in virtù dell'adesione alla propria associazione che, di fatto, sollevano l'impresa da qualunque tipo di problema: assistenza fiscale, assistenza legale, assistenza sindacale (con tutto quanto riguarda le problematiche della gestione del rapporto con i dipendenti)".



PER I SOCI UN'OPPORTUNITÀ IN PIÙ

Un nuovo vantaggioso servizio
grazie all'accordo con ProFamily, dal 2015,
sarà possibile versare i contributi anche
con pagamento mensile.



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
- 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 giovedì 9.00 - 15.00 - venerdì 9.00 - 14.00

UFFICI PROVINCIALI PRESSO LE ASSOCIAZIONI TERRITORIALI DI UNIONE CONFCOMMERCIO - IMPRESE PER L'ITALIA - MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA

Abbiategrasso - Via Annoni 14	tel. 02 94967383	Melegnano - Via Pertini 18/24	tel. 02 9830768
Binasco - S.S. dei Giovi 8	tel. 02 9055219	Melzo - Via Turati 6	tel. 02 9550084
Bollate - Via degli Alpini 4	tel. 02 3502814	Monza - Via De Amicis 9	tel. 039 360771
Bresso - Via Patellani 58/60	tel. 02 66501379	Paderno Dugnano - Via Fanti d'Italia 37	tel. 02 9181247
Cassano d'Adda - Via Verdi 5	tel. 0363 61503	Rho - Via XXV Aprile 6	tel. 02 9303480
Castano Primo - C.so San Rocco 1	tel. 0331 880691	Rozzano - Via Mimose 63	tel. 02 8257653
Cernusco S/N - Piazza Repubblica 14	tel. 02 9230715	Segrate, Fraz. Rovagnasco - Via Monzese 20	tel. 02 2134518
Cinisello Balsamo - Via Frova 34	tel. 02 66049259	Seregno - Via Don Minzoni 4	tel. 0362 231234
Cologno Monzese - Piazza Italia 7	tel. 02 2543690	Sesto S. Giovanni - Viale Marelli 5	tel. 02 2621679
Corsico - Via della Liberazione 26/28	tel. 02 4479582	Seveso - Corso Marconi 35	tel. 0362 506724
Desio - Via Diaz 8	tel. 0362 624541	Vaprio d'Adda - Via Vanvitelli 32	tel. 02 90966402
Gorgonzola - Piazza S. Francesco 2	tel. 02 9513320	Vimercate - Largo Pontida 3/9	tel. 039 6850839
Legnano - Via XX Settembre 12	tel. 0331 440335		
Lissone - Via Madonna 13	tel. 039 482045	Unione Confcommercio Lodi	
Magenta - Via Volta 62	tel. 02 97298074	Lodi - Via Haussmann, 1/B	tel. 0371 432106

*Da una giornalista che scrive di moda
un omaggio alla città
“concreta, vitale, anche irrequieta”*

Ci avete fatto caso? Quando si parla di Milano l'associazione ad Expo è inevitabile: giusto, grande evento, su questo non ci piove. Già, Milano: deve avere davvero qualcosa di speciale se un genio come Leonardo la sceglie per dipingere il suo Cenacolo. Tutti, comunque, si preoccupano di farci indovinare come sarà la città della Madonnina nel 2015. Di certo infiocchettata e ringiovanita dal lifting di routine. E chissà cosa si inventeranno gli stilisti, per le filate stagionali. Senza badare a spese perché oggi Milano è indiscutibilmente la capitale della moda. Insomma, ha tradotto in italiano la “grandeur” francese. Ma di moda non scrivo (anche se è la mia materia), proprio perché tutte queste innumerevoli rivoluzioni-trasformazioni mi stimolano a rendere un affettuoso omaggio alla “mia” Milano. Non la Milano maleducata, specchio della società in degrado, ma la Milano dove sono nata e che, per me, è un affare di cuore. Che poi è la Milano di Alda Merini, grandissima donna poeta ormai scomparsa: “Potrei lasciare Milano solo per il Paradiso”, diceva. Ora, a trasloco avven-



Milano? Un affare di cuore

nuto, questo tributo è anche per lei, milanesissima milanese, padrona dei Navigli dove abitava. Le dedico quindi l'amarcord di una Milano concreta, vitale, anche irrequieta. Milano: severa e, contemporaneamente allegra. La Milano con il suo grigiore, la gente affannata, sempre di fretta. La Milano con i suoi difetti, le sue contraddizioni: e le vie, autentici punti di riferimento. Non aspetto, quindi, il 2015 per dire che Milano è bella. Certo, una bellezza da secondo sguar-

do perché non si propone, lascia che siano gli altri a scoprirla. Con i magnifici giardini nascosti dai palazzi antichi, gli angoli accanto a monumenti famosi, il quartiere di Brera piccola Montmartre meneghina. E poi le ringhiere della periferia: insomma, occhi attenti possono scorgere scorci inconsueti di una città segreta dal fascino sottile. Che vanta storia e luoghi celebri: basta dire Duomo, Scala, Castello. E poi la Galleria e il portico medioevale della Loggia dei Mercanti, ma da non perdere anche la casa del Manzoni, tuttora depositaria di documenti e oggetti appartenuti all'autore dei Promessi Sposi. Andare infine per chiese, diventa un footing culturale, basilica di sant' Ambrogio in testa. Guido Piovene diceva: “Per capire Milano bisogna tuffarcisi dentro”. Più lungimirante (quasi profetico) il grande storico francese Fernand Braudel che non ha mai avuto dubbi nel sostenere che “la città più importante d'Italia, metropoli europea per definizione è Milano”. Questa è Milano: da sempre incontrastata sede dell'informazione e dell'economia. Oggi fulcro della creatività: arte, design e, appunto, moda che vanno per rendere onore al Made in Italy. Meglio, al Made in Milan.

Lucia Mari



Lucia Mari: una vita “dentro” la moda, passerella dopo passerella. Così Lei stessa ha raccontato della sua carriera cominciata con il suo primo articolo che risale al 1961: “il quotidiano era ‘Stasera’, usciva nel pomeriggio e costava 40 lire”. Lucia Mari, l'anno successivo, riceve la proposta di lavorare a “Paese Sera” dove vi resterà per 24 anni. Ha scritto di sfilate, ha seguito a Roma i grandi creatori di moda ed a Firenze, a Palazzo Pitti, il pret-à-porter. Ha conosciuto le grandi firme della moda, le influenti e corteggiate direttrici dei settimanali femminili. Lucia Mari è stata poi capo servizio e inviato de “Il Giorno” ed inviato di “Gente”. Corrispondente di riviste internazionali, opinionista per il canale Leonardo di Sky e per il Tg nazionale di Canale

Italia, attiva con YouReporter news, Lucia Mari è stata anche responsabile, sulla moda italiana e francese, per il Dizionario Enciclopedico Moderno. E tiene particolarmente alla collaborazione che ha avuto con Guido Vergani per la prima edizione del Dizionario della Moda: “conservo alcune sue lettere di stima, che considero una sorta di sigillo alla professione di una vita”.



Assintel Report 2014 Aziende It: "mutazione" digitale per tornare a crescere

sul mercato del software e servizi It in Italia effettuata da Nextvalue per conto di Assintel, l'Associazione Confcommercio delle imprese

Ict. Assintel Report è stato reso possibile anche grazie al contributo di InfoCamere, Ingenico, Kaspersky Lab, MCube.

"Il divario digitale in senso ampio è oggi la nuova forma di disuguaglianza ed interessa trasversalmente la società civile e quella imprenditoriale. Alle aziende tecnologiche spetta un ruolo

poliedrico: raccogliere la sfida interna di innovarsi per non soccombere alla crisi, diventare 'portatrici sane di innovazione' verso i propri clienti, e infine fare massa critica per sollecitare il sistema politico a creare le

condizioni necessarie allo sviluppo", così ha commentato Giorgio Rapari, presidente di Assintel e della Commissione innovazione e servizi di Confcommercio.

Alfredo Gatti, managing partner di Nextvalue, ha

Mercato statico (+0,7%); crescono solo le aree legate alla trasformazione digitale delle imprese. Lieve ripresa per investimenti di grandi aziende, finance, tlc

Giorgio Rapari, presidente Assintel ▶

Un "punto di non ritorno" per le aziende dell'it (Information technology), che impone una scelta: adeguarsi velocemente ai nuovi paradigmi digitali, riformulando sia la propria offerta sia i propri processi interni, oppure restarne ai margini, perdendo l'opportunità di agganciarsi alla crescita. E' una mutazione genetica di tipo tecnologico, culturale ed economico, attraverso la quale si possono leggere sotto la linea visibile dei dati di un mercato statico (+0,7% nel 2014) i suoi picchi: quelli negativi sono legati all'it tradizionale, quelli positivi sono connessi alle trasformazioni digitali. La radiografia di questa mutazione e di come favorirla è il cuore del nuovo Assintel Report 2014, la ricerca annuale





indicato una roadmap possibile per governare questa mutazione, fatta di più decisioni: "investire in market-sensing, anticipare piuttosto che seguire le scelte dei propri clienti, organizzarsi in modo agile al proprio interno, scegliere se cooperare o competere con i nuovi attaccanti e se comprare o vendere alcune delle proprie aree d'offerta, diversificare o raddoppiare con le iniziative digitali, iniettare competenze digitali nei team di lavoro, ed infine decidere se mantenere al proprio interno l'ownership della propria trasformazione".

**Per il 72%
delle imprese
meno del 2%
del fatturato
in It**

Come ogni anno, è stato chiesto a un panel di 500 aziende quanto e come spendono e spenderanno in innovazione. Salgono al 72% le imprese che destinano meno del 2% del loro fatturato in It, soglia minima per poter sostenere una politica di crescita. Il 34% delle aziende ha un budget It in lieve crescita, il 31% in diminuzione e il 35% invariato. E' in corso un trend di progressiva ester-



nalizzazione: il 56% del budget It è dedicato all'acquisto di prodotti e servizi esterni, in crescita per il 29% dei rispondenti. Fortunatamente resta al 20%, come lo scorso anno, la percentuale dedicata ai nuovi progetti. Nell'elenco di quelli già messi in portfolio o in via di inserimento per il 2015 spiccano ai primi 3 posti i pro-

Numeri e trend del mercato It

Il mercato It nel 2014 vale 24.300 milioni di euro, con una lievissima crescita dello 0,7% rispetto allo scorso anno, dovuta in gran parte alle buone performance dei segmenti legati alla trasformazione digitale.

L'hardware continua a contrarsi (-1,6%) trascinato dal declino dei pc, attorno al -20%, e solo in parte controbilanciato dalla crescita di Smartphone (+9,3%) e Tablet (+5%).

Il software tiene banco (+1,1%), rallentato dal segno meno dei software di sistema (-4,4%) e dei vecchi gestionali (-8,3%), mentre i segnali positivi arrivano da digital marketing (+29,1%), Internet of Things (+13,6%), Business intelligence, Analytics e Big Data (+6,2%), connessi con la trasformazione del consumatore digitale.

I servizi It continuano a decrescere (-1,7%), trascinati dal ribasso delle tariffe professionali. Le note positive sono legate alla consulenza manageriale (+2,1%) e ai servizi di datacenter

(+3,3%), quelle negative riguardano i servizi di system integration e sviluppo software (-3,2%), di infrastruttura (-6,3%) e la formazione (-5,2%).

Inarrestabile la crescita dell'universo del cloud computing (+22%), sia nella componente classica (+33%) sia in quella di Business Process as a Service (+13%).

Continuano a calare tutti i segmenti di mercato legati alla spesa pubblica in It, che nel contempo innesca forti dinamiche di downpricing a svantaggio delle aziende dell'offerta: P.A. centrale -4,1%, enti locali -3,9%, sanità -3,1%.

Anche il commercio resta negativo (-1,6%), l'Industria è ferma (-0,2%), mentre tornano a crescere i big spender: banche (+3,2%), assicurazioni (+3,1), tlc (+3,3%) e utility (+4,4%).

Sono in lieve ripresa gli investimenti in It delle grandi aziende (+0,8%) mentre restano negativi quelli di piccole (-3,4%) e micro imprese (-2,3%).

getti legati alla Business Intelligence/ Analytics/ Big Data (48% dei rispondenti), l'area del Content Management (44%) e quella degli Erp (36%).

Gli investimenti con intenzione e priorità maggiori sono quelli in Business Analytics e Big Data, a seguire quelli in Crm e in Datacenter-on-premises.

Pubblici esercizi: Lino Stoppani rieletto presidente Fipe

Lino Stoppani è stato rieletto presidente di Fipe, la Federazione italiana pubblici esercizi di Confcommercio. Stoppani è presidente di Epam, l'Associazione milanese di categoria (e vicepresidente di Confcommercio Milano). Nel Comitato direttivo Fipe eletto anche Rodolfo Citterio (Milano).

carlo Morelli. Compongono la Giunta di Epam: Stoppani, Gissi, Acampora, Morelli, Pierantonio Galli, Michele Berteramo,

Epam (Associazione milanese):
complete le cariche sociali.
Vicepresidenti
Giuseppe Gissi (vicario)
e Fabio Acampora per Milano città.
Giancarlo Morelli per la provincia.
Nominata la Giunta;
tre cooptazioni in Consiglio direttivo

Epam (vedi *Unioneinforma* di luglio agosto a pag. 23 n.d.r.) ha completato le cariche sociali.

Vicepresidenti per la città di Milano sono Giuseppe Gissi (vicepresidente vicario di Epam) e Fabio Acampora. Vicepresidente per la provincia: Gian-

Annarita Granata, Pietro Beretta, Luigi Poli. Cooptati nel Consiglio direttivo

vo dell'Associazione: Claudio Sadler, Citterio, Roberto Cominardi.



▲ **Lino Stoppani presidente Fipe ed Epam**

The screenshot shows the homepage of the website www.antiquarimilanesi.it. At the top left is the logo of the Associazione Antiquari Milanesi, featuring a classical building. The main navigation menu includes: CHI SIAMO, ANTIQUARI ONLINE, NEWS ANTIQUARI, NEWS MUSEI, EVENTI, DIVENTA SOCIO, and CONTATTI. Below the menu are several content blocks: 'CERCA ANTIQUARI' with a search bar; 'NEWS DAGLI ANTIQUARI' with a featured article about 'IL SAPORE DELL'ARTE'; 'NEWS DAL MONDO UNIONE' with an article about '2,4 MILIONI DI EURO Stanzati dalla Regione'; 'Assemblea ordinaria 2014' announcement; and a gallery section with images of artworks and their descriptions, such as 'BOLDINI, DE NITTIS, ZANDOMENEGHI' and 'MAURO BALLETTI'. At the bottom, there are service categories like 'APRIRE UN'ATTIVITA', 'CONTRATTI E LAVORO', 'BANDI, CREDITO E FINANZIAMENTI', 'SUPPORTO FISCALE E LEGALE', 'FORMAZIONE E COMMERCIO ESTERO', 'IMPRESA E PERSONA', and 'IMPRESA E ISTITUZIONI'. The footer contains contact information and logos of partner organizations like Confcommercio Milano.

Antiquari milanesi Nuovo sito internet

anche ai loro potenziali clienti. In collaborazione con la Confcommercio milanese (marketing e sistemi informativi) vi è un ampliamento delle possibilità comunicative delle imprese associate con la pubblicazione on line di immagini e video. L'ubicazione delle gallerie d'arte associate è visualizzabile attraverso una mappa della città di Milano e della provincia. La pagina gallerie on line è dedicata interamente agli oggetti esposti dagli antiquari (e in vendita presso le loro sedi). La veste grafica punta a mettere in risalto gli oggetti degli antiquari, gli eventi organizzati dalle singole gallerie associate e le iniziative più importanti delle istituzioni culturali milanesi. Vi sono collegamenti con i maggiori social network, la Federazione nazionale mercanti d'arte e la Confederazione internazionale di categoria.

Nuovo sito web per l'Associazione antiquari milanesi: www.antiquarimilanesi.it. E' stato presentato in

occasione della recente assemblea svoltasi in Confcommercio Milano. Il sito si rivolge agli operatori del settore, ma



▲ **Umberto Bellini**

Umberto Bellini è stato confermato presidente di Asseprim (l'Associazione dei servizi professionali per le imprese). Nel Consiglio direttivo sono stati eletti: Fabrizio Piercarlo Bonelli e Fabio Brigada (settore servizi finanziari); Gianluigi Cattaneo e Francesco Saverio Losito (settore servizi assicurativi);



Stefano Saladino e Luigi Viganò (settore eventi - organizzazione e gestione

Asseprim: Umberto Bellini confermato presidente

mostre, fiere e congressi); Leonardo Cadeddu, Renato Gazzola, Federico Gianni, Maurizio Sacchi, Alberto Salsi, Vittorio Zandomeneghi (settore consulenza aziendale); Mirna Pacchetti, Rita Palumbo, Sergio Poma, Michele Tosi (settore comunicazione); Enrico Fratangelo, Franco Serra (settore servizi multimediali); Elena Bucci, Susanna Gonnella (settore ricerche di mercato). Del Collegio dei probiviri di Asseprim fanno parte: Eugenio Casucci, Fabio Ottolina, Eleonora Parente (membri effettivi), Dario Bossi Migliavacca e Alessandro Gigliarano (membri supplenti). Past president dell'Associazione: Marcello Di Tondo e Stefano Pozzi.

Ideata da Cloud Park e presentata con la collaborazione di Apa

Parkey: l'app per parcheggiare nelle autorimesse milanesi

Parkey: l'app gratuita che, grazie alla geolocalizzazione, mostra i parcheggi più vicini e permette di prenotare il posto auto nell'autorimessa. E' stata presentata a Milano, al Circolo del Commercio con Apa, l'Associazione delle autorimesse aderente a Confcommercio Milano. Alla presentazione è intervenuto l'assessore a Mobilità e ambiente del Comune di Milano Pierfrancesco Maran. L'applicazione, sviluppata su piattaforme iOS e Android, è stata ideata dalla start up Cloud Park. Parkey funziona in modo semplice e intuitivo grazie al

bluetooth. Per ogni autorimessa si visualizza una scheda informativa con tariffe, orari ed eventuali servizi aggiuntivi, come ad esempio il lavaggio dell'auto. Selezionata l'autorimessa, viene indicata la strada più veloce per raggiungerla. Il pagamento avviene attraverso la carta di credito registrata all'avvio dell'applicazione e le



▲ **Stefano Martarelli, presidente Apa (l'Associazione milanese autorimesse)**

autorimesse presenti nel sistema, garantiscono a tutti gli utenti dell'app le loro migliori tariffe. (AL)

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



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



**CONDIZIONI
ESCLUSIVE**

ESCLUSIVA

**NUOVE
CONVENZIONI**

**PROMOZIONI
SEMPRE
AGGIORNATE**



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



Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

Ad Expo Detergo International i problemi quotidiani degli operatori analizzati anche con l'aiuto di una compagnia teatrale amatoriale

All'ultima Expo Detergo International (alla Fiera di Rho-Però) si è svolta l'iniziativa promossa da Assosecco: "Il pulitintore: stato dell'arte e prospettive della professione". È stata individuata nel sottotitolo "no problem pulitintore" - spiega Assosecco - la formula per far comprendere la principale motivazione dell'incontro: approfondire temi che possono avere un impatto sulla gestione della pulitintolavanderia e rendere problematico il rapporto con il cliente.

La novità dell'evento è stata quella di

assistere ad uno spaccato di attività quotidiana mediante simpatici sketch interpretati da una compagnia teatrale amatoriale, il cui cuore pulsante è Monica Locati, regista ed interprete accanto al marito Jimmy Arietti (consigliere di Assosecco) ed al figlio Davide Arietti. Ma tutti gli attori sono stati apprezzati. Gli attori hanno rappresentato "spaccati" del lavoro del pulitintore: la burocrazia incombente, le tasse, la concorrenza sleale, i rapporti con il personale,



Assosecco: "no problem pulitintore"

le incomprensioni con alcuni clienti, i risultati del lavaggio, lo scarico di responsabilità, la giacenza dei capi. Il segretario generale di Assosecco, Emilia Pecorara, ha presentato attori, relatori e spiegato il significato della giornata. Ha in ricordo come questa edizione della fiera del settore sia stata la prima senza Cesare Locati (lo scomparso presidente dell'Associa-

zione ricordato con un applauso).

Il presidente di Assosecco, Gabriella Platè, ha posto l'accento sull'importanza della gestione imprenditoriale di una pulitintolavanderia.

L'avvocato Rosaria Limonciello ha illustrato i principali contenuti della legge 84/2006 soffermandosi sulle caratteristiche professionali del responsabile tecnico di lavanderia e precisando i contorni del-

l'attività di recapito e tradizionale. Grande attenzione ha dedicato il tema della responsabilità del pulitintore in particolare per quanto riguarda le condizioni del contratto, lo scarico di responsabilità, i contenuti del Codice Civile, gli usi e consuetudini definiti dalle Camere di commercio e le norme di comportamento che regolano il servizio. Rosaria Limonciello ha parlato anche di etichettatura di composizione e di manutenzione dei capi dal punto di vista del settore e ai lavori è intervenuto Massimo Torti, segretario generale di Federazione Moda Italia.

L'impegno comune dei protagonisti della filiera della manutenzione tessile deve essere quello di ottenere non solo che l'etichettatura di manutenzione sia corretta e risponda a verità, ma che sia obbligatoriamente presente in tutti i capi venduti.



Sicurezza luoghi di lavoro Nuovo servizio per i soci Assonidi

Con Promo.Ter Club della Sicurezza

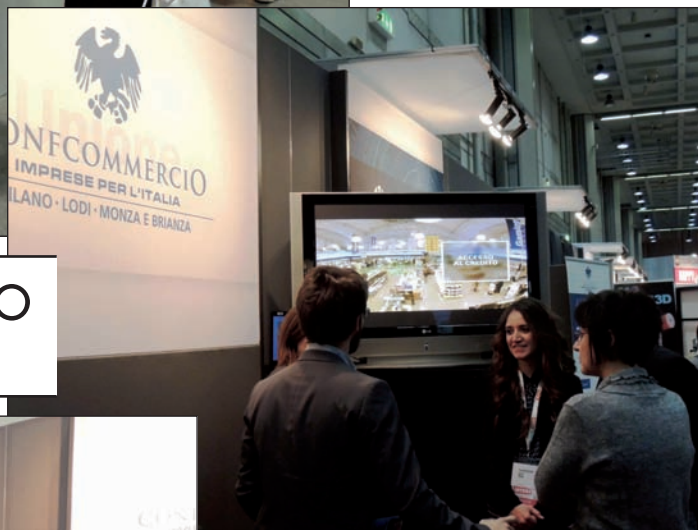
I soci Assonidi (l'Associazione degli asili nido e delle scuole d'infanzia privati), grazie alla collaborazione con Promo.Ter Unione Club della Sicurezza, hanno una linea telefonica dedicata per la risoluzione dei quesiti in tema di sicurezza sui luoghi di lavoro. Un consulente sulla sicurezza risponde alle domande dei gestori dei servizi all'infanzia con particolare attenzione alla recente regola tecnica (dm 16

luglio 2014) sulla prevenzione incendi. Per maggiori informazioni telefonare alla segreteria dell'Associazione: 027750248-216



Sono state fornite informazioni anche sulle opportunità di finanziamento con i bandi (con una particolare attenzione al bando ricerca e innovazione).

La presenza di Confcommercio Milano in fiera è alla base di una collaborazione futura con Smau per l'organizzazione di eventi di matching e networking. Presenti con propri stand a Smau anche Assintel (l'Associazione delle imprese Ict) e Fnaarc (la Federazione degli agenti e rappresentanti di commercio).



(Foto di Benedetta Borsani)

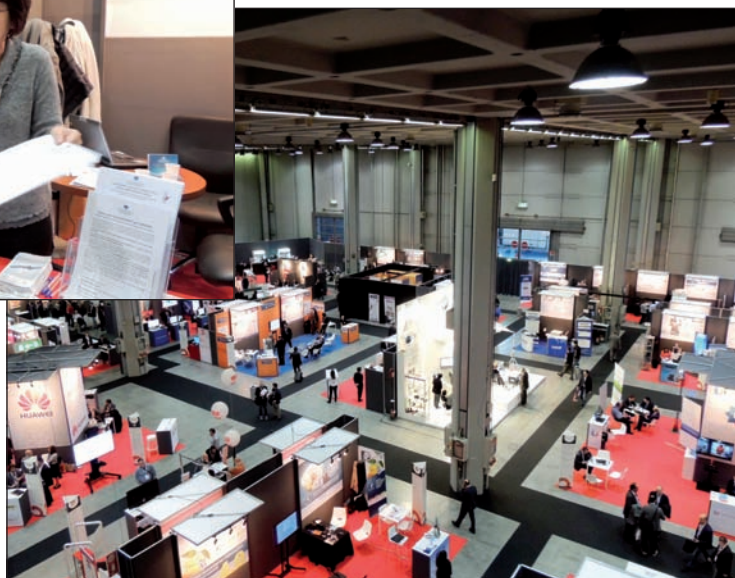
Confcommercio Milano a Smau

Presenza di Confcommercio Milano (con un proprio spazio espositivo) a Smau, la manifestazione nei settori dell'innovazione e dell'Ict per le imprese e i professionisti, svoltasi di recente in Fieramilanocity. Grazie ad un accordo con Smau, l'accesso



in fiera è stato gratuito per chi si è accreditato sul sito della Confcommercio milanese. Nello stand di Confcommercio Milano personale della Direzione rete organizzativa (e di Asseprim, l'Associazione dei servizi professionali alle imprese) ha fornito le informazioni sui servizi per le imprese associate e sui seminari gratuiti

su come usare bene internet per vendere (ultimi appuntamenti in questo mese, vedi *Unioneinforma* di ottobre a pag. 12 n.d.r.).



Gestione di un'associazione sportiva Con A.S.C. convegno a Muggiò



**A.S.C. (Attività Sportive Confederated)
tra i soci fondatori
della Confederazione
italiana dello sport
di Confindustria**

A Muggiò si è svolto il convegno fiscale sulla gestione economica di una Asd (associazione sportiva dilettantistica). L'iniziativa è stata promossa

con finalità assistenziali ed è iscritto al Servizio civile nazionale. A.S.C. conta in Italia 4.000 affiliati e circa 400.000 tesse-

rali (è quindi un importante punto di riferimento del terzo settore). Il convegno di Muggiò ha coinvolto dirigenti sportivi, commercialisti, consulenti fiscali e legali, general manager, direttori sportivi.

dal Coni (Comitato olimpico) con A.S.C. (Attività Sportive Confederated) del Comitato provinciale di Monza Brianza. Quest'estate è nata con Confindustria la Confederazione italiana dello sport che ha A.S.C. tra i soci fondatori. A.S.C. è un ente di promozione sportiva, riconosciuto dal Coni, iscritto al registro nazionale delle associazioni di promozione sociale del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali. A.S.C. è riconosciuto dal Ministero degli Interni come ente

con finalità assistenziali ed è iscritto al Servizio civile nazionale. A.S.C. conta in Italia 4.000 affiliati e circa 400.000 tesse-

Cinisello Balsamo I commercianti si preparano al Natale

Cinisello Balsamo più festosa e attrattiva in occasione dell'imminente periodo natalizio con l'impegno dei negozianti di piazza Costa, via Carducci, via Cadorna, via Libertà, piazza Italia, piazza Gramsci e via Garibaldi per decorazioni e illuminazioni. La Delegazione Unione Confindustria di Cinisello (Associazione territoriale di Sesto San Giovanni) si è riunita con il suo Consiglio direttivo per organizzare la partecipazione a iniziative natalizie volte a rilanciare il commercio di vicinato. Le domeniche del 14 e del 21 dicembre vedranno piazza Costa punto di ritrovo e divertimento aspettando il Natale.

IL "PANETTONE SOTTOCASA" – Siamo ormai alla vigilia dell'appuntamento del 6 e 7 dicembre con il "Panettone sottocasa" all'interno di Villa Sottocasa a Vimercate (vedi *Unioneinforma* di settembre a pag. 24 n.d.r.). La presentazione dell'iniziativa, promossa dall'Associazione territoriale Unione Confindustria e il Distretto di Vimercate - si è svolta all'osteria della Buona Condotta di Ornago con lo chef Matteo Scibilia (foto).



LA "RISOTTATA" DI BINASCO - Immagine della tradizionale "Risottata" di Binasco che ha visto anche quest'anno l'impegno dell'Associazione territoriale Unione Confindustria in occasione della festa patronale della Beata Veronica.

VI EDIZIONE

Poeti e scrittori in Lombardia 50&Più per la cultura

Il concorso, a partecipazione gratuita, è riservato ai residenti in Lombardia che abbiano compiuto 18 anni entro il 9 dicembre 2014.

Per essere ammessi a partecipare i testi, sia della sezione Poesia che della sezione Prosa, dovranno corrispondere ai requisiti richiesti nel bando di concorso pubblicato nei siti www.50epiu.it/milano oppure www.unionemilano.it/home. I testi dovranno pervenire **entro il 9 dicembre 2014** (farà fede la data del timbro postale) a:

**Poeti e Scrittori in Lombardia,
Ufficio Stampa
di Unione Confcommercio Milano,
Segreteria del Premio,
Corso Venezia, 47/49
20121 Milano**

La cerimonia di premiazione si svolgerà lunedì 26 gennaio 2015, alle ore 17,30, presso Unione Confcommercio Milano, Corso Venezia, 47/49.

50&PIÙ

 **CONFCOMMERCIO**
IMPRESE PER L'ITALIA



Presentato da Comune e Regione Lombardia il progetto (Unione Commercianti monzese tra i partner) di valorizzazione dell'offerta turistica e commerciale cittadina

Expo, Monza punta sull'attrattività

Comune di Monza e Regione Lombardia (con il sindaco di Monza Roberto Scanagatti, l'assessore a turismo, commercio attività produttive Carlo Abbà e l'assessore a commercio, turismo e terziario di Regione Lombardia Mauro Parolini) - presente l'Unione Commercianti monzese, tra i partner del progetto - hanno presentato il programma definitivo per lo sviluppo di un articolato progetto di valorizzazione dell'offerta turistica e commerciale cittadina. Il progetto monzese, dal titolo "Monza emozione vera - Monza true

emotion", si inserisce nel programma varato dalla Regione "Distretti di Attrattività: iniziative per l'attrattività territoriale integrata turistica e commerciale della Lombardia", rivolto ai comuni capoluogo lombardi (esclusa Milano).

L'iniziativa monzese, finanziata con poco più di 1 milione di euro, metà dalla Regione e metà dal Comune, si divide in tre linee di sviluppo che corrispondono ai tre principali ambiti di offerta turistica che il Comune con il

progetto intende valorizzare ulteriormente: turismo culturale, turismo green e ciclabile, turismo sportivo. Obiettivo del programma è quello di partire dalle eccellenze del territorio per attivare un percorso di valorizzazione che risulti integrato da un punto di vista turistico e commerciale. Si tratta di un'altra tappa lungo un processo che coglie ed utilizza Expo 2015 come rampa di lancio per un percorso che continuerà ad essere sviluppato anche dopo l'Esposizione Universale.

informa
Unione

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

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

DIRETTORE RESPONSABILE
Gianroberto Costa

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

REDAZIONE
Federico Sozzani
corso Venezia 47/49
20121 Milano

FOTOCOMPOSIZIONE e STAMPA
AMILCARE PIZZI Spa
20092 Cinisello Balsamo (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.



*Le iniziative con
l'Associazione territoriale
Unione Confcommercio
dell'Adda Milanese*



A Cassano d'Adda "Sposi & Moda in Villa"

Confcommercio dell'Adda Milanese con il patrocinio del Comune di Cassano d'Adda, ha presentato l'evento "Sposi & Moda in villa", manifestazione legata al matrimonio ed alla cerimonia con numerosi espositori che hanno presentato i loro prodotti. Protagoniste dell'iniziativa le modelle che hanno sfilato con capi messi a disposizione dalle boutique (Sartoria Stefy, Patrizia Moda Intima e Lonati Calzature e Abbigliamento). Acconciature "live" sono state create dal Centro Benessere Gino Bigatti.

Nella suggestiva cornice di Villa Maggi Ponti, a Cassano d'Adda, l'Associazione Territoriale Unione



Gran finale con aperitivo e taglio della torta.

Trezzo sull'Adda: il 35° concorso vetrine

Il Caffè Centrale primo classificato sia per la giuria tecnica di esperti sia nel voto popolare (oltre 1.500 schede) nella 35esima edizione del concorso vetrine di Trezzo sull'Adda. Al 2° e 3° posto nel voto della giuria tecnica "Il Giardino del Fauno" e "Pasticceria Cerliani". Secondo e terzo nel voto popolare "Cate" e "La Maison De Juliette". "Cate" è stata inoltre premiata dalla Pro Loco mentre il Comune di Trezzo ha assegnato un riconoscimento ad "Arte del Regalo".





COSA SERVE ALLA TUA ATTIVITÀ ?



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

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



Unione
CONFCOMMERCIO
 MILANO - LODI - MONZA E BRIANZA



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