



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

LEGALITÀ
mi piace!

~~ABUSIVISMO E CONTRAFFAZIONE~~
~~CRIMINALITÀ~~
~~FRODI E SOPSTICAZIONI~~
~~MERCATO NERO~~
~~PIRATERIA~~



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



*A Milano teatro-testimonianza
"Tutto quello che sto
per dirvi è falso"
e incontro stampa
con le istituzioni*



La Giornata Confcommercio di mobilitazione contro ogni forma di illegalità



Unioneinforma - novembre 2013 - n. 10 - anno 19 (questo numero è stato ultimato il 6 novembre)



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.



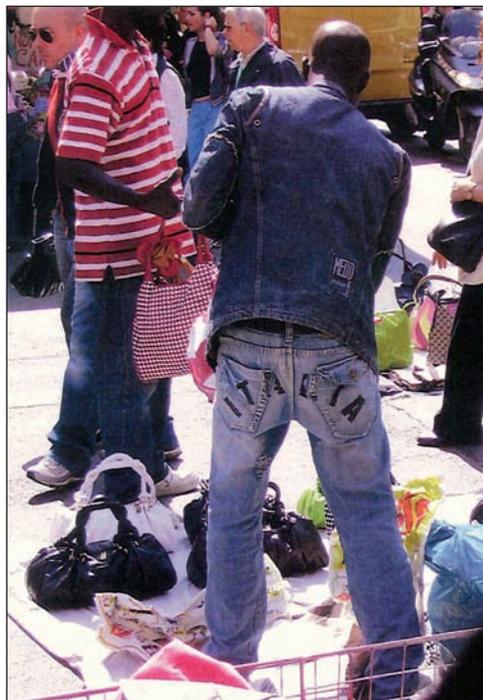
IMPRESA E PERSONA



IMPRESA E ISTITUZIONI



Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA



Questo giornale si chiude nell'imminenza della Giornata nazionale di mobilitazione promossa da Confcommercio - all'insegna del messaggio "Legalità mi piace!" - con una denuncia dell'impatto che fenomeni come abusivismo economico e contraffazione hanno sull'economia alterando il mercato ed alimentando il sommerso e la criminalità. Giornata (11 novembre) caratterizzata a Roma da una manifestazione (trasmessa in diretta streaming) con gli interventi del presidente di Confcommercio Carlo Sangalli; del ministro dell'Interno Angelino Alfano; del ministro dello Sviluppo Economico Flavio Zanonato; del generale di Corpo d'armata della Guardia di Finanza Pasquale Debidda.

A Milano, nella sede



della Confcommercio milanese di corso Venezia, evento-performance

teatrale di Tiziana Di Masi - foto - (un'anteprima e la sera la rappresentazione integrale) "Tutto quello che sto per dirvi è falso", una testimonianza dal forte tratto ironico e pungente dove s'indaga, con la forma del teatro civile e d'informazione, il fenomeno della contraffazione in tutte le sue sfaccettature. Un fenomeno non pienamente ancora percepito nella sua pericolosità. Un teatro-rappresentazione della realtà che scava nel nostro quotidiano. Poi la conferenza stampa - aperta alla partecipazione dei massimi rappresentanti delle Istituzioni locali e delle Forze dell'ordine - con il vicepresidente di Confcommercio Renato Borghi e Mario Peserico, consigliere e componente di Giunta di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con competenza per sicurezza, contraffazione, abusivismo.

▶▶▶ segue a pag. 5 ▶▶▶



Da oggi siete liberi di acquistare l'energia e il gas per la vostra azienda al miglior prezzo di mercato. **Tradecom Confcommercio** ha costituito un gruppo di acquisto formato esclusivamente da piccole e medie aziende che insieme rappresentano la massa critica idonea per negoziare alla pari con i produttori. Il vostro ingresso nel mercato libero sarà semplice, rapido, conveniente.

la fornitura di energia a PREZZO FISSO	Il costo della componente energia è bloccato per 12 MESI ▶
la fornitura di energia a PREZZO VARIABILE	Il costo della componente energia viene aggiornato in base alle oscillazioni del mercato ▶
la fornitura di ENERGIA VERDE	L'energia fornita è prodotta per almeno dal 30% da fonti rinnovabili ed il costo è bloccato per 12 MESI ▶

PASSARE ALL' ENERGIA E GAS TRADECOM-CONFCOMMERCIO E' FACILE

- il contatore rimane lo stesso;
- nessun intervento sull'impianto elettrico;
- nessuna interruzione di energia nel cambio;
- domiciliazione bancaria;
- nessuna fideiussione d'ingresso;
- fatturazione mensile;
- Confcommercio provvede ad informare il vecchio fornitore per il cambio di fornitura;
- pratica gratuita per la richiesta delle Accise agevolate Gas (per chi ne ha diritto).



E' possibile acquistare il gas a prezzi molto vantaggiosi sia per la tua Azienda che per la tua abitazione. L'offerta prevede un fisso per 12 mesi.

IL CONTRATTO COMPRENDE

RECUPERO CAUZIONE:

non verrà richiesto alcun deposito cauzionale.

ATTIVAZIONE GRATUITA: non è previsto alcun costo di adesione. Le pratiche di cambio fornitura sono a carico della Tradecom.

NESSUN INTERVENTO SULL'IMPIANTO: non sono necessarie modifiche tecniche.

STESSA QUALITA' DELLA FORNITURA: l'attivazione non comporta nessuna interruzione e gli standard qualitativi rimarranno invariati.

FATTURE CHIARE E SUPPORTO COSTANTE: ogni voce di costo sarà evidenziata con chiarezza e semplicità.

ACCISE AGEVOLATE: dalla prima fattura saranno immediatamente applicate le accise ridotte per chi ne ha diritto.

RISPARMIO ACCISE IN BASE AI MC CONSUMATI

MC	RISPARMIO ANNUO ▶
500	Euro 48,47 ▶
1000	Euro 147,72 ▶
2000	Euro 308,72 ▶
3000	Euro 482,23 ▶
5000	Euro 829,23 ▶
10000	Euro 1696,74 ▶
30000	Euro 5166,78 ▶

**Per maggiori informazioni
contatta la tua Associazione**



▶▶▶ segue da pag. 3 ▶▶▶

*L'indagine
Confcommercio-Format:
un consumatore su quattro
lo ha fatto almeno una volta
nel 2013*



Acquisto illegale? Quasi una normalità



Nonostante la consapevolezza dei pericoli per la salute e la sicurezza, gli acquisti illegali rischiano di diventare normalità. E' quanto ha approfondito l'indagine Confcommercio-Format Ricerche sul sentiment dei consumatori nei confronti dell'illegalità, della contraffazione e dell'abusivismo. L'indagine sull'illegalità, la contraffazione e l'abusivismo è stata

Malgrado vi sia la consapevolezza (80% dei consumatori) che possano esservi rischi per la salute e la sicurezza (oltre alla scarsa qualità dei prodotti). E il 79% è consapevole che vi sia un'alterazione delle regole del mercato con un danno per le imprese regolari

effettuata su un campione statisticamente rappresentativo dell'universo dei consumatori italiani con più di 18 anni. L'indagine è stata svolta da Format Research, tramite interviste telefoniche (1.000 interviste - sistema Cati), nel periodo 30 settembre - 9 ottobre.

▶▶▶ segue a pag. 7 ▶▶▶

UNIONE

premia la tua

FEDELTÀ

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 FEDELTÀ***, Unione Confcommercio riserva ulteriori condizioni esclusive all'interno di alcune **convenzioni bancarie** sottoscritte con i principali istituti di credito.

Il **PREMIO FEDELTÀ'** 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 FEDELTÀ'**, 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 2013 le annualità si riferiscono agli anni 2011/2012/2013).



Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA



▶▶▶ segue da pag. 5 ▶▶▶

Un consumatore su quattro (il 25,6%) ha acquistato almeno una volta nel 2013 un prodotto o un servizio illegale. Il fenomeno, in aumento negli ultimi anni, è più diffuso tra le donne e i giovani. Il 35,6% dei consumatori italiani ha avuto occasione, almeno una volta nella vita, di acquistare prodotti illegali/contraffatti o servizi erogati da parte di soggetti non autorizzati. Con questi termini si intende l'acquisto di prodotti con false griffe, contraffatti, con un marchio non originale, imitazioni degli originali, lo



I settori più colpiti (2013)

In crescita rispetto al 2010 l'acquisto di prodotti e l'utilizzo di servizi illegali (soprattutto i prodotti di pelletteria, seguiti da abbigliamento, parafarmaceutici, alimentari, elettronica ed elettrodomestici), nonché i fenomeni illegali nuovi, come l'acquisto, il più delle volte in rete, di biglietti per spettacoli di vario genere (cinema, concerti) o titoli di viaggio pirata. Tra i prodotti illegali acquistati nel 2013 spiccano quelli dell'abbigliamento (41,2%), dell'alimentare (28,1%), della pelletteria (26,9%) e gli occhiali (27,6%).

scarico da Internet di musica, film, videogiochi, in qualche modo pirata (download gratis), o il noleggio/acquisto irregolare di film o videogiochi, l'utilizzo di servizi - anche di natura professionale - prestati da soggetti senza i regolari permessi (esempio: guida turistica abusiva, ecc.).



▲ **Gazebo anticcontraffazione a Milano (iniziativa promossa anche da Federmodamilano-Federazione Moda Italia): l'assessore alla Sicurezza del Comune di Milano Marco Granelli (a sinistra) e Mario Peserico, consigliere e componente di Giunta di Confcommercio Milano con competenza per sicurezza, contraffazione, abusivismo (e presidente Assorologi)**



OROLOGI ORIGINALI
NO ALLA CONTRAFFAZIONE

▶▶▶ segue a pag. 9 ▶▶▶

Galbiati

A R R E D A



ADIMEMBER



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

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

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

MILANO

ESPOSIZIONE PRINCIPALE

TOTALHOMEDESIGN

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

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

HONG KONG

Galbiati

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. 7 ▶▶▶

Perché si acquista "irregolare"

Per oltre il 50% dei consumatori la ragione principale degli acquisti illegali è di natura economica. In particolare, si acquista un prodotto contraffatto o si ricorre a servizi esercitati in modo palesemente abusivo, o si scaricano illegalmente dal web prodotti pirata perché si pensa di fare un buon affare, risparmiando (62,7%); perché non si hanno soldi per comprare prodotti legali o perché un servizio abusivo costa meno (52,1%); perché i prodotti illegali costano comunque meno rispetto a quelli non illegali (47,3%); perché anche se "pericoloso" è più economico e si risparmia (35,4%); perché è giusto sostenere forme di commercio alternative e battersi contro i prezzi elevati (17%); non c'è una ragione particolare, è un acquisto come un altro (16,7%); perché acquistando da un abusivo si pensa di fare una buona azione (15,9%); per mancanza di sufficiente informazione sui pericoli che si corrono acquistando beni e servizi illegali (13,5%); perché è divertente acquistare questo genere di prodotti, soprattutto

tutto quando si è in vacanza (6,9%); perché sulla "rete" ci sono prodotti di difficile reperimento che si vuole acquistare anche se illegali (0,9%). Acquistare



Sanzioni insufficienti

Per tre consumatori su cinque le sanzioni verso chi produce, chi immette in commercio prodotti illegali o contraffatti e chi pratica abusivamente un'attività (60,6%) e verso coloro che li acquistano (64,1%) sono insufficienti, ovvero non costituiscono un deterrente efficace contro tali comportamenti.

sumatori è convinto che l'acquisto illegale sia effettuato inconsapevolmente mentre il 63,8% ritiene che sia consapevole. Circa l'80% dei consumatori reputa che l'acquisto di prodotti illegali/contraffatti o l'utilizzazione di servizi svolti da abusivi possa comportare

rischi per la salute e la sicurezza, rivelandosi di scarsa qualità. In particolare, il timore principale è legato ad eventuali conseguenze per la salute (per il 52,6% dei consumatori), seguito da quello per la sicurezza in senso generale (46,5%) e dalla scarsa fiducia nella qualità del prodotto/servizio offerto (41,1%). Meno preoccupante appare il rischio, pure reale, di essere multati (23,8%). Il 79% è consapevole del fatto che l'illegalità altera le regole del mercato e penalizza le imprese regolari. Il 10,3% dei consumatori si è

imbattuto, almeno una volta nella vita, nell'acquisto di un prodotto o di un servizio che successivamente ha scoperto essere illegale o erogato da parte di soggetti non autorizzati, mostrando in

maggioranza un atteggiamento tollerante. In particolare: il 38,8% non ha ritenuto grave l'accaduto pensando che

"sono cose che succedono", il 43,7%, pur ritenendo grave l'accaduto, ha preferito non fare nulla, il 9,7% ha protestato e solo il 7,8% ha denunciato l'accaduto.



Campagna di comunicazione

Il 75,2% dei consumatori ritiene necessaria una campagna di comunicazione, informazione e sensibilizzazione dei cittadini sull'illegalità, la contraffazione e l'abusivismo.

QUESTA IMPRESA
ADERISCE ALLA CAMPAGNA

LEGALITÀ
mi piace!

prodotti o servizi illegali rischia perciò di diventare la normalità: il 55,3% dei consumatori ritiene infatti questi acquisti normali e, inoltre, utili per chi ha difficoltà economiche. Solo il 36,2% dei con-

▶▶▶ segue a pag. 11 ▶▶▶



COSA SERVE ALLA TUA ATTIVITÀ ?



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

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



Unione
CONFCOMMERCIO
 MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA



▶▶▶ segue da pag. 9 ▶▶▶

Ambulanti milanesi contro l'abusivismo: ieri come oggi

(foto da "La Notte" nel 1995 con l'intervento del presidente di Apeca Giacomo Errico)

Giacomo Errico,
presidente di Apeca
(l'Associazione
milanese
del commercio
ambulante)
e presidente
nazionale Fiva
Confcommercio ▶



L'INVITATO/ Lamento di un venditore ambulante

di Giacomo Errico*

Ho inviato ieri al sindaco Marco Formigoni, al prefetto Giacomo Rossano e al questore Marcello Carralmo, una lettera per richiamare la loro attenzione sul grave fenomeno dell'abusivismo nei mercati ambulanti di Milano e dell'area metropolitana. Un fenomeno che per la sua giunta un livello di assoluta intollerabilità.

Come ho cercato di esporre nei miei interventi, provo a sintetizzare ai lettori de "La Notte" quanto tento di proporre - vanamente e non solo in quest'ultimo periodo - affinché si possa trovare una legge opportuna soluzione al problema.

Solo a Milano, in una settimana, sono circa 10 mila i banchi dei commercianti ambulanti. Operatori in possesso di una regolare licenza commerciale, operatori che emettono gli scontrini fiscali, operatori che pagano la tassa di occupazione del suolo pubblico e tutti gli altri tributi.

A fronte di ciò, nei mercati cittadini, posso quantificare in oltre 3 mila i soggetti che abusivamente espongono la loro merce evitando - a differenza degli operatori in regola - tutto ciò che comporta l'essere un onesto cittadino-lavoratore.

Ho (e non in soltanto), in diverse occasioni e sedi, sollevato questo grave problema richiedendo un intervento - anche se non risolutivo perché mi rendo

conto delle difficoltà oggettive che l'autorità pubblica deve affrontare - affinché i milanesi e gli operatori del settore potessero registrare quella volontà politica che ritengo doverosa in occasioni come quella che vado annunciando. So bene che c'è chi potrebbe sostenere che «ai banchi degli abusivi si spende meno», ma sarebbe opportuno che questa riflessione non venisse fatta da nessuno.

Proprio di recente, l'Assessore al Commercio del Comune di Milano ha dichiarato alla stampa che «non siamo assolutamente in grado di poter far fronte al fenomeno dell'abusivismo. Più volte abbiamo chiesto aiuto alle forze di Polizia».

Ho voluto allora porre una domanda al sindaco e, di conseguenza, al prefetto e al questore: «Vi potete immaginare - ho loro ipotizzato - cosa direbbe un cittadino vittima di un fatto criminoso il quale, chiamando il 112, si sentisse rispondere che non vi sono mezzi disponibili all'intervento?». In quel caso sarebbe, fra l'altro, un'emergenza contingente. L'emergenza dell'abusivismo, invece, i cittadini milanesi e gli operatori del settore la vivono quotidianamente.

Siamo quindi alla resa?

Siccome resto convinto che la pur breve, ma precisa parte del programma elettorale del sindaco di Milano su questo spinoso problema che investe i mercati ambulanti sia ancora valida e attuabile, è forse utile riproporla

ai lettori de "La Notte" così come a suo tempo è stata pubblicata: «Intensificare la vigilanza e allontanare gli abusivi, il contrabbando e quant'altro non faccia parte delle attività del mercato». Questo programma possiamo definirlo o no?

Le nostre proposte e la nostra lettera disponibili e collaborare mi auguro siano ancora ben presenti in chi ha competenza amministrativa specifica in questo settore. Proposte e collaborazione che rinoveremo ove fosse necessario.

Milano ha dimostrato di saper risolvere problemi ben più grandi e difficili. Quello dell'abusivismo è tuttavia un segmento da non sottovalutare perché è possibile che si diffonda, ancor più di quanto già purtroppo avviene, ad altri settori commerciali. Con enormi danni al pubblico erario oltre che a quello comunale.

Nella lettera ho concluso con una riflessione. Vorrei francamente capire perché tutti quelli che, come me, ogni mattina alle 7 si presentano al loro posto di lavoro nel mercato allestendo il banco di vendita e che si vedono sottrarre un'elevata quota di lavoro dai venditori illegali, dovrebbero assistere impotenti a questo stato di cose giacché l'Amministrazione comunale si dichiara a propria volta impotente a intervenire. Insomma, a chi ci dobbiamo rivolgere?

*Presidente dell'Apeca, l'Associazione degli operatori ambulanti dell'Unione del Commercio, del Turismo e del Servizio

Per le foto (alcune di repertorio, ma assolutamente attuali) e le immagini di queste pagine si ringraziano per il contributo: Apeca (Associazione milanese commercio ambulante); Associazione milanese dettaglianti fiori e piante; Federmodamilano; Assorologi.

Milano e le feste dell'abusivismo La denuncia dell'Associazione fioristi

Le tradizionali feste cittadine - Festa della Mamma, Festa della Donna, San Valentino - sono ormai diventate le feste dell'abusivismo commerciale e della relativa ed imponente evasione di Iva: lo rileva l'Associazione milanese dettaglianti fiori e piante. Nelle vie cittadine durante queste ricorrenze, l'Associazione ha individuato oltre 500 venditori abusivi. Questo "esercito" di venditori irregolari si divide le piazze, le vie.

Gli abusivi, peraltro, sono presenti anche con vere e proprie bancarelle anche nei mezzanini della metropolitana.

L'Associazione ha stimato che durante queste feste vengono venduti abusivamente oltre 2 milioni di mazzetti di fiori



di vario genere, con un danno complessivo erariale e di mancato introito Iva valutabile in almeno 4 milioni di euro nella sola città di Milano.





Graduatoria del quinto bando regionale

◀ **Milano, Area Distretto Isola: una recente iniziativa (concerto jazz in occasione dei giorni di Made Expo – foto Matteo Serratori)**

La Giunta di Regione Lombardia ha incrementato di 1,2 milioni di euro la dotazione finanziaria per i Distretti del Commercio (Duc). Quest'intervento ha consentito di poter dotare di risorse anche i 19 progetti ammessi con la graduatoria del quinto bando Duc che erano restati senza finanziamento per esaurimento dei

fondi. In tutto sono 82 i progetti ammessi (su 97 presentati). La dotazione finanziaria complessiva è di 5.235.000 euro.

Distretti del commercio Oltre 5,2 milioni di finanziamenti

Fra i progetti approvati troviamo i Distretti del Commercio di Milano e provincia: Legnano (all'ottavo

posto in graduatoria); Milano (approvati tutti i progetti presentati, vedi in questa pagina); Abbiategrasso, Pioltello, Motta Visconti, Segrate, Parabiago, Lainate, Peschiera Borromeo. Nell'ambito dei progetti presentati, con una forte connotazione in vista di Expo 2015, sono previste iniziative per favorire attrattività e animazione del territorio.

MILANO CITTA': APPROVATI TUTTI I PROGETTI - Tutti approvati su Milano città i finanziamenti relativi al quinto bando regionale dei Distretti urbani del Commercio (Duc): dai

vari interventi trasversali proposti da Unione Confcommercio milanese (formazione e competenze dei manager di Distretto, formazione/informazione della base operativa di Distretto e modello di monitoraggio e sistema degli indicatori di performance) alle singole iniziative - in taluni casi sempre con Unione Confcommercio o Promo.Ter Unione - delle polarità distrettuali di Milano (come gli interventi di valorizzazione del Duc Isola - itinerari/eventi, piattaforme tecnologiche web mobile, bandiere luminose - proposti dall'Associazione Isola Revel; il potenziamento dei servizi di pulizia per l'Estate sui Navigli; gli eventi per il Duc Sarpi: "Jazz in Sarpi" e "Arte in Sarpi").

DUC

Distretto Urbano del Commercio MILANO



▲ **Alberto Cavalli, assessore di Regione Lombardia a Commercio, Turismo e Terziario** (foto Benedetta Borsani)

“Regione Lombardia crede nei Distretti” e il provvedimento adottato dimostra, ha affermato l'assessore a Commercio, Turismo e Terziario Alberto Cavalli, “che vogliamo continuare a investire per la valorizzazione degli spazi urbani con presenza di attività commerciali, e per la cooperazione tra gli operatori, riconoscendo alla funzione commerciale un ruolo strategico di supporto alla qualità della vita e alla coesione sociale”.

“I Distretti sono diventati per la Lombardia uno dei driver di crescita del territorio, lo dimostrano le risorse messe a disposizione dalla Regione che fanno da continuo volano per Comuni e imprenditori”: rileva Confcommercio Lombardia con il segretario generale Giovanna Mavellia. “Nonostante un mercato ancora depresso e consumi che non ripartono, si lavora con le Amministrazioni comunali per ideare azioni di comunicazione su eccellenze locali, per riqualificare e rendere più attrattivi i centri urbani, per diventare destinazione di turismo e shopping. I Distretti rappresentano la nuova frontiera di un commercio responsabile e consapevole, che si fa attore del futuro della città. Il commercio vive di territorio e lo nutre con azioni e occupazione, è un comparto che non delocalizza e che deve trovare sempre nuova forza nella rete di relazioni e in una continua ricerca di creatività ed innovazione”.

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

L'impatto dell'annunciata megastruttura di 74.000 mq. complessivi di superficie di vendita a Cerro Maggiore-Rescaldina su un territorio già in forte sofferenza

"Overdose" di centri commerciali: da Legnano parte l'allarme

Una mobilitazione generale che parte con l'incontro pubblico nella sede dell'Associazione territoriale Unione Confcommercio di Legnano e che prosegue con ulteriori incontri pubblici presso la Confcommercio di Busto Arsizio, di Saronno e di Gallarate. Una forte azione di sensibilizzazione su tutte le istituzioni di un vasta area che comprende le province di Milano e di Varese per far capire l'effetto deflagrante dal punto di vista economico e per il territorio della prevista megastruttura di grande distribuzione a Cerro Maggiore-Rescaldina.

Un impatto che va oltre il nord-ovest Milanese e Varese coinvolgendo anche gran parte delle province di Como e Novara, fino a Biella e Vercelli. "Stiamo parlando - rileva Paolo Ferrè, presidente dell'Associazione territoriale Unione Confcommercio di Legnano - di complessivi 74.000 metri quadrati di

superficie di vendita (52.000 di sola galleria commerciale) per un consumo di suolo di quasi 280.000 metri quadrati che andrebbe sottratto a verde e agricoltura in un'area già fortemente urbanizzata". "Ma questi 74.000 metri quadrati - prosegue Ferrè - si aggiungerebbero ai 255.000 dei 13 centri commerciali che già esistono sull'asse Rho-Gallarate e ai 46.000 del centro

commerciale di Rescaldina, a sole poche centinaia di metri dal luogo dove dovrebbe sorgere questa megastruttura". All'incontro presso l'Associazione

Primo incontro pubblico presso la sede Unione Confcommercio legnanese con il coinvolgimento delle Associazioni Unione Confcommercio di Rho, Bollate, Magenta e delle Ascom di Saronno, Busto Arsizio, Gallarate e Varese



▲ **Paolo Ferrè, presidente dell'Associazione territoriale Unione Confcommercio di Legnano**

territoriale Unione Confcommercio di Legnano interventi di Renato Borghi, vicepresidente vicario di Confcommercio Lombardia e, oltre a Ferrè,

dei presidenti delle Associazioni territoriali Unione Confcommercio di Rho, Bollate, Magenta e dei presidenti delle Associazioni com-

mercio Milano, Lodi Monza e Brianza delle province) - che più un insediamento commerciale sia grande,

più sia capace di attrarre clienti. Ma ormai è in atto una sorta di cannibalizzazione anche tra le grandi strutture distributive e chi ci rimette è la vivibilità dei nostri centri urbani sempre più a rischio di desertificazione commerciale".

Nello studio commissionato da Confcommercio Lombardia si evidenzia anche il forte effetto negativo per il traffico di autoveicoli e l'impatto occupazionale anch'esso negativo.

E' prevista una forsennabile crescita del traffico veicolare con i conseguenti problemi per l'inquinamento: 5.000 veicoli in più il sabato e quasi 3.500 il venerdì (oltre ai mezzi pesanti in entrata e uscita dal complesso commerciale per il rifornimento delle merci). Questo grande movimento in più genererà occupazione? No. Nello studio si stima, infatti, un saldo negativo di 244 unità: gli addetti assunti per la nuova megastruttura non basteranno a compensare le perdite di lavoro per le chiusure nella rete distributiva esistente.



▲ **Carlo Alberto Panigo, presidente dell'Associazione territoriale Unione Confcommercio di Rho (e responsabile per Unione Confcommercio delle province)**

Presentato uno studio con il coordinamento di Confcommercio Lombardia: impatto negativo su economia, ambiente, occupazione

mercanti di Saronno, Busto Arsizio, Gallarate e Varese.

"Si continua a pensare - aggiunge Carlo Alberto Panigo, presidente dell'Associazione territoriale Unione Confcommercio di Rho (e responsabile per Conf-

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

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

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



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

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

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

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

fidicomet

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

20121 Milano • C.so Venezia, 47 • Tel. 02 7630021 • Fax 02 76300246
www.fidicomet.it • info@fidicomet.it

Socio fondatore di



Con Assopetroli-Assoenergia le "Linee guida" per l'efficienza energetica degli edifici

Promuovere l'efficienza energetica nel settore residenziale con un approccio di sistema e non legato alle singole tecnologie, ma frutto di scelte progettuali integrate: questo l'obiettivo dichiarato delle "Linee guida per l'efficienza energetica degli edifici" presentate a fine ottobre presso la Camera di Commercio di Milano e realizzate da Aicarr dietro il mandato di Agesi (Associazione imprese di facility management ed energia), Assistal (Associazione nazionale costruttori di impianti), Assopetroli-Assoenergia (e patrocinato da Regione Lombardia e Comune di Milano).

Una pubblicazione che fonda le sue radici nel Progetto Efficienza Energetica presentato nel 2010 da Agesi nell'ambito del tavolo "Ambiente Energia", uno dei Tavoli Tematici Camera

Commercio Milano ed Expo 2015. Le "Linee guida per l'efficienza energetica degli edifici" vogliono essere uno strumento tecnico-operativo dedicato non solo ai tecnici del settore, ma anche agli utiliz-



zatori finali, sia del settore pubblico sia di quello privato, per gli interventi di riqualificazione del sistema edificio-impianto attraverso il finanziamento tramite terzi e con contratti di Servizio Energia a garanzia di risultato (Epc-Energy Performance Contract). Grazie



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

a questo strumento, gli interventi di efficienza energetica potranno essere eseguiti rigorosamente, garantendo risultati sia tecnici, in grado di sfruttare al meglio le tecnologie disponibili - comprese le fonti rinnovabili - sia economici e di risparmio energetico rigorosamente "misurato".



Con il patrocinio di Asseprim Sharitaly il 29 a Milano sull'economia "collaborativa"

Il 29 novembre a Milano è in programma Sharitaly, l'evento dedicato all'economia "collaborativa" (nuovi modelli di produzione e consumo basati sulla condivisione). Sharitaly è curato da Collaboriamo.org di Marta Mainieri, autrice del libro "Collaboriamo! Come i social media ci aiutano a lavorare e a vivere meglio in tempo di

crisi", con il patrocinio di Asseprim - l'Associazione dei servizi professionali per le imprese - e il supporto scientifico e organizzativo dell'Università Cattolica di Milano e della

Fondazione Eni Enrico Mattei, che ospitano l'evento.

In mattinata, presso l'Università Cattolica (Aula Magna ore 9), momento di riflessione con la relazione di April Rinne, uno dei massimi esperti internazionali di economia collaborativa. In seguito ModaCult dell'Università Cattolica, l'associata Asseprim Duepun-

tozero Doxa, e Ibm tracceranno il quadro aggiornato dell'economia collaborativa italiana presentando la mappatura delle esperienze e l'analisi della propensione degli italiani all'utilizzo di questi servizi, con attenzione anche alle relative questioni economiche e giuridiche. Nel pomeriggio le attività riprenderanno presso la Fondazione Eni Enrico Mattei (Palazzo delle Stelline, corso Magenta 63), con focus sul dialogo possibile fra start-up, grandi imprese e pubbliche amministrazioni

per poi terminare con alcuni workshop tematici.

Per maggiori informazioni:
www.asseprim.it/eventi

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

L'Ente bilaterale del terziario

Ebiter Milano: il progetto "Risorsa donna"

contro un 63,3% degli uomini) – le donne stanno comunque guadagnando terreno nel terziario e nei servizi.

Secondo la ricerca di Pragma il settore dei servizi ha raggiunto i 110 miliardi (+33% rispetto al 2003 – dato 2011) pari al 75,6% del valore aggiunto complessivo delle due province, con oltre 1,6

(29,4%) e nell'alloggio e ristorazione (26,8%). Tuttavia, non va altrettanto bene se si esaminano di dati del livello di carriera delle donne: solo il 5,7% delle donne è quadro o dirigente (13,7% degli uomini), mentre le impiegate sono il 63,5% contro il 41,3% della popolazione maschile. Anche a livello

retributivo non va meglio per le donne con un delta di -30% che varia in

Convegno promosso in Confcommercio Milano. Lavoro e imprenditoria femminile: la ricerca Pragma. "Case study" di Sisley Cosmetics Paris

misura inversamente proporzionale al ruolo professionale. Nel corso dell'incontro, è stato presentato il case study di Sisley Cosmetics Paris: Giancarlo Zinesi,

amministratore delegato Sisley Cosmetics Paris, ha raccontato come l'azienda valorizza la presenza professionale femminile, illustrando alcuni progetti e esperimenti messi in atto". Una dimostrazione di come sia possibile sviluppare un ambiente che rispetti le esigenze e le richieste del mondo lavorativo e professionale femminile (creando, così, le condizioni per rendere le donne protagoniste della vita produttiva aziendale).



milioni di occupati e 249 mila imprese (dato 2012).

In questo contesto le imprese femminili a

Milano e Monza Brianza sono 59 mila con un grado di imprenditorialità esclusiva femminile nel 19% dei casi (titolari imprese, compagne societaria...).

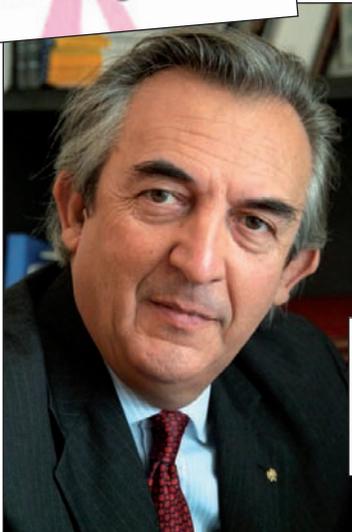
Nell'imprenditoria femminile le punte più elevate sono nella sanità e assistenza sociale (33,4%), nell'istruzione



"Risorsa Donna a Convegno"

questo è il titolo del simposio che è stato organizzato da Ebiter (Ente Bilaterale per lo sviluppo del Terziario nella provincia di Milano) nella sede della Confcommercio milanese, e dove, grazie ad una ricerca presentata da Pragma, è emerso il ruolo centrale che la donna riveste nel settore dei servizi e del terziario nelle province di Milano e Monza-Brianza.

Nonostante vi siano ancora disparità - salario medio inferiore del 30% rispetto a quello maschile, numero di donne occupate inferiore di 15 punti percentuali rispetto al corrispettivo maschile e fermo sotto la soglia del 50% (48,3%



▲ **Umberto Bellini, presidente Ebiter Milano**

Concorso fotografico "Vie di fuga": tempo fino al 9 dicembre

Ricordiamo che l'Associazione Culturale Benefica Matteo Cazzani (foto dell'artista scomparso nel 2000), in collaborazione con Ascofotocommercio e con il patrocinio del Comune di Vigevano, ha indetto l'undicesima edizione del Concorso fotografico "Vie Di Fuga" (vedi *Unioneinforma* di ottobre a pag. 28 n.d.r.). L'invio dell'elaborato fotografico è

Per informazioni sul concorso:
3409151514 o 0381340211
www.associazionematteocazzani.it

possibile fino al 9 dicembre (ore 17). Il 16 dicembre (a Palazzo Castiglioni, in Confcommercio Milano, corso Venezia 47, sala Colucci ore 17) vi sarà la cerimonia di premiazione con l'assegnazione dei primi tre premi e le menzioni speciali. Le fotografie rimarranno poi in mostra a Palazzo Castiglioni fino al 20 dicembre. (SM)



E' presidente di Assorologi e componente di Giunta di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con competenza per sicurezza, contraffazione e abusivismo

Mario Peserico (foto) - presidente di Assorologi e componente di Giunta di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con competenza per sicurezza, contraffazione e abusivismo - è stato eletto presidente di Indicam, l'Istituto di Centromarca per la lotta alla contraffazione. Milanese, 47 anni, Peserico è amministratore delegato di Eberhard Italia e direttore generale della casa madre svizzera Eberhard & Co. E' inoltre vicepresidente del Comitato permanente dell'orologeria europea e fa parte del Consiglio direttivo della Camera di commercio svizzera in Italia. "Il mio obiettivo primario - ha dichiarato Peserico - è la prosecuzione e il rafforzamento delle politiche contro la contraffazione. Metterò a frutto l'esperienza che ho maturato in ambito associativo, in Italia e in Europa, allargando il network di collaborazioni dell'Associazione perché oggi il falso è un problema globale, non di un singolo Paese o di un singolo comparto. Affrontare quest'impegno significa lavorare nell'interesse di tutta la collettività, perché la lotta alla contraffazione è sì difesa della proprietà intellettuale delle imprese, ma

anche del valore delle economie nazionali, di decine di migliaia di posti di lavoro e garanzia di sicurezza e qualità per il consumatore". Tra le priorità indicate dal neopresidente Indicam Peserico, il web: "da monitorare in



continua per evitare che veda il dilagare di fenomeni di commercio illegale, così come la delicata materia dei transiti di merci contraffatte nei porti Ue con ridotte capacità di indagine da parte delle autorità doganali in assenza di una regolamentazione forte ed efficace".

Indicam, dal 1987 opera nella lotta alla contraffazione di marchi e prodotti, riunendo industrie produttrici di beni che vanno dall'alta gamma al largo consumo,

aziende fornitrici di servizi anticontraffazione, studi legali e di consulenza in diritto industriale e proprietà intellettuale e agenzie investigative specializzate nell'anti-

Lotta alla contraffazione: Mario Peserico presidente Indicam

contraffazione. Soddisfazione è stata espressa da Assorologi per la nomina di

Peserico: la sua elezione - ha rilevato l'Associazione - ha dato riconoscimento all'azione che da anni Assorologi conduce nella lotta alla contraffazione attraverso una serie di iniziative di studio e di sensibilizzazione.

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
PROMOTER 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.

Smau: premio Innovazione Ict nel Retail al Distretto del Commercio di Abbiategrasso

Smau 2013, con il Premio Innovazione Ict, ha inteso valorizzare i migliori casi di aziende che hanno innovato con successo il proprio business attraverso le tecnologie digitali. Il Premio Innovazione Ict è un'iniziativa che l'Osservatorio Smau-School of Management ha lanciato per sostenere la cultura dell'innovazione nel mondo dell'impresa con l'intento di generare un meccanismo virtuoso di condivisione delle eccellenze, con particolare riferimento alle pmi italiane, come leva per aumentarne la competitività. Accanto al Premio Innovazione è stata presentata anche la prima edizione del Premio Cluster "Best in Show", riconoscimento ai migliori laboratori presenti in fiera riconducibili alle aree dei Cluster Tecnologici Nazionali, con l'obiettivo di agevolare l'incontro tra domanda e offerta di innovazione nei diversi ambiti tematici. Al Distretto del Commercio di Abbiategrasso è stato stato assegnato il Premio Innovazione Ict nel Retail per il

progetto "Fidelity card" realizzato con la Carta Regionale



Menzione al Distretto del Commercio di Segrate

Distretto del Commercio di Segrate: "DUCApp"

Con un'applicazione per smartphone il Distretto del Commercio di Segrate (Associazione territoriale Unione Confcommercio di Melzo) mette a disposizione dei suoi clienti tutte le informazioni geolocalizzate sui punti vendita del Distretto (contatti, informazioni e promozioni). E' inoltre possibile conoscere eventi e iniziative organizzati all'interno del Distretto e nella città di Segrate.

Distretto del Commercio di Abbiategrasso: "Fidelity Card"

Associazione territoriale Unione Confcommercio di Abbiategrasso e BeM, società di servizi dell'Associazione, hanno sviluppato un progetto di fidelizzazione che coniuga valore del singolo con quello dell'intera comunità. L'idea di base è quella di un utilizzo non univoco della CRS (Carta Regionale dei Servizi) con l'obiettivo di farla diventare strumento di promozione e fidelizzazione e di responsabilità sociale verso il territorio del Distretto.

dei Servizi: consegna del riconoscimento a Italo Agnelli, presidente dell'Associazione territoriale Unione Confcommercio di Abbiategrasso (premiato dall'assessore al Commercio, Turismo e Terziario di Regione Lombardia Alberto Cavalli e dal vicepresidente vicario di Confcommercio Lombardia

Renato Borghi - foto 1). Menzione (foto 2) anche al Distretto del Commercio di Segrate (assieme a Visconteo, CR.; Mantova; Alta Val Seriana; e Clusone, BG.; Varese; Como; Busto Arsizio, VA.).

La presentazione dei progetti realizzati con i Distretti Urbani del Commercio è avvenuta all'interno dell'Arena Retail realizzata in Smau da Regione Lombardia in collaborazione con Confcommercio Lombardia. (BB)



Foto di Benedetta Borsani

L'iniziativa con l'esperta *Béatrice Ferrari*

ItaliaProfessioni: Brand Naming esperimento riuscito

.....
**Massimo
Maria Molla,
presidente
di
ItaliaProfessioni** ▶
.....



teressante occasione di cono-
scenza e appro-
fondimento
per le im-
prese del
terziario, per i pro-
fessionisti" rileva

Intervista al presidente Massimo Maria Molla

Massimo Maria Molla, presidente di
ItaliaProfessioni .
**Con una testimone
d'eccezione...**
"Sì, Béatrice Ferrari,
grande esperta di
brand naming (vedi sotto n.d.r.) che
con la sua efficacia e capacità ha

Chi è Béatrice Ferrari

Nasce a Milano, ma cresce in Brasile. Si laurea in semiotica a

*Parigi, città natale del padre, dove inizia il suo percorso lavorativo nel campo del
brand naming. Si trasferisce a
Milano e fonda la prima realtà ita-
liana completamente dedicata alla
creazione di nomi commerciali.*

*Dal 2005 decide di operare come
consulente indipendente. Nel 2008
lancia il progetto di professional
linking Synesia, nuovo modo di
fare consulenza nel campo del
branding che le consente di colla-
borare con professionisti esperti in*

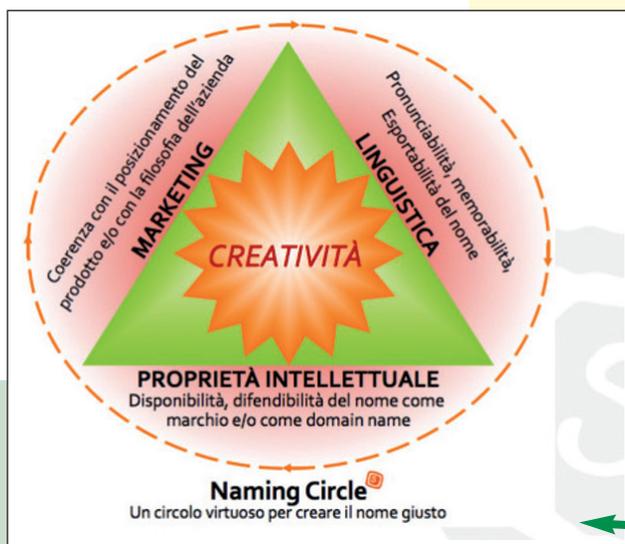
*discipline affini al
brand naming:
grafica, proprietà
industriale,
copywriting.
Béatrice Ferrari
è anche docente
universitaria*

*(Bocconi, Iulm,
Cattolica) e in
azienda. E' coautrice di due libri: "il Nome della Marca"
(Guerini&associati) e "Brand Name Stories" (Lupetti Editori). Nel
2009 lancia le giornate di formazione "Naming Day".*



▲ **Béatrice Ferrari**

Nell'ambito della recente
Settimana della Comunicazione
2013 ItaliaProfessioni, l'Associazione
dei professionisti di Confcommercio
Milano, ha promosso un incontro su "Il
Brand Naming", sottotitolo
"Strumento di comunicazione e di
capitalizzazione del valore del brand".
"Un incontro non solo che ha avuto
successo, ma che ha costituito un'in-



"Pillole" dal Brand Naming Day

Un caso di successo: Kodak. Il significato del suono K

Naming Circle: un circolo virtuoso
per creare il nome giusto

Può esistere una marca senza nome?

La forza discreta del nome

L'impatto del nome è innanzitutto fonetico

I vari approcci (giuridico, linguistico, di marketing)

Brand name passaporto per la comunicazione globale

Il naming strategico

*Il contributo di Asac (associazione di settore)
che ha un protocollo d'intesa con ItaliaProfessioni*

Nuove regole per la conciliazione

ben delineato l'importanza, nella comunicazione, del messaggio che viene dal nome. Lo studio dei nomi per il proprio target di mercato è essenziale. E che il nostro non fosse un appuntamento di routine lo abbiamo compreso dalle presenze registrate: giovani creativi, addetti ai lavori di molte aziende sia produttive che della distribuzione".

Un esperimento da ripetere?

"Certamente. Come ItaliaProfessioni vogliamo costruire un programma di corsi di formazione su questi temi: gratuiti per i nostri soci, a pagamento per gli altri. Sono comunque soldi ben spesi: opportunità formative di grande interesse e rilevanza".

Il decreto "Fare" ha ripristinato il tentativo obbligatorio di mediazione come condizione di procedibilità della domanda giudiziale, che la Corte Costituzionale con sentenza n. 272/2010 aveva cassato a far data dallo scorso dicembre.

Chiunque sia coinvolto in una controversia (riguardante diritti disponibili) può cercare una soluzione attraverso il metodo della mediazione e secondo le regole dettate dal decreto legislativo n. 28/2010.

Per alcune materie il tentativo è obbligatorio prima di adire le vie giudiziarie, rimane comunque facoltativa la volontà di raggiungere un accordo.

Per poter attivare una mediazione è necessario rivolgersi ad uno degli organismi di mediazione iscritti nel registro tenuto dal Ministero della Giustizia e

reperibile all'indirizzo www.giustizia.it nella sezione riguardante gli organismi di mediazione. In questo elenco, al n. 20, è iscritta anche Asac (www.asac-agenzie.it). Asac è l'Associazione per lo sviluppo delle agenzie di conciliazione nata nel 2003 e che conta ad oggi circa 250 associati. Ha come scopo la diffusione della cultura della mediazione e più in generale di tutti i metodi ADR (Soluzioni Alternative delle Dispute); "Nel 2012 abbiamo sottoscritto un Protocollo d'Intesa con ItaliaProfessioni con il

quale, tra le varie iniziative sinergiche e di reciproco scambio, Asac si rende disponibile per mettere al servizio di tutti gli iscritti di Confcommercio Milano-Lodi-Monza e Brianza i propri servizi e le proprie professionalità per aiutare gli

associati eventualmente coinvolti in un conflitto", afferma Marcello Guadalupi, vicepresidente di Asac e Consigliere dell'Ordine dei Dottori Commercialisti di

Milano. "Come Associazione siamo molto attivi e propositivi nelle relazioni con le categorie professionali - aggiunge Massimo Maria Molla, presidente di ItaliaProfessioni - stiamo vagliando con Anaci, l'Associazione nazionale amministratori condominiali e immobiliari - firmataria anch'essa di un protocollo d'intesa con la nostra Associazione - alcune ipotesi per la costruzione, a breve, di un percorso che aiuti gli amministratori di condominio ed i condomini

a risolvere tutta la conflittualità presente nella loro attività e nei condomini, materia peraltro prevista come condizione di procedibilità nell'articolo 5-comma 1bis del decreto legislativo 28/2010".



▲ **Marcello Guadalupi, vicepresidente di Asac (Associazione per lo sviluppo delle agenzie di conciliazione)**



L'assemblea di Assorologi (l'Associazione dei produttori e distributori di Orologeria), riunita a Milano il 5 novembre, ha approvato all'unanimità lo schema di Codice etico deontologico elaborato in seno al Consiglio direttivo dell'Associazione.

Il documento si pone l'obiettivo di rendere espliciti e vincolanti alcuni principi fondamentali in materia di correttezza,

trasparenza, rispetto delle normative in materia di lavoro e ambiente nonché attenzione alle regole che disciplinano la concorrenza tra imprese. Particolare enfasi viene riservata ai rapporti interni, tra l'impresa e gli altri associati nonché con l'Associazione stessa ed ai rapporti esterni, con il mercato, cioè con i consumatori e con i concorrenti.

«Il Codice etico deontologico non è

buona fede, lealtà,

Assorologi approva il Codice etico

che l'esplicitazione, anche sul piano formale, di regole basilari che devono connotare l'attività di qualunque impresa che voglia stare sul mercato in modo serio e qualificante» ha dichiarato il presidente di Assorologi Mario Peserico - L'approvazione di questo strumento intende rafforzare il ruolo ed il prestigio di Assorologi e delle aziende associate, sottolineandone l'attenzione al mercato, al consumatore, alla scrupolosa osservanza di principi che devono essere considerati patrimonio acquisito del 'fare impresa' di qualità".



Fidicomet >> Professionisti

Fidicomet >> Professionisti

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

Quale TIPOLOGIA DI OPERAZIONE è finanziabile ?

INVESTIMENTI PRODUTTIVI quali ad esempio :

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



Operazioni a sostegno della LIQUIDITA' AZIENDALE quali ad esempio :

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



A CHI RIVOLGERSI ?

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

fidicomet

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

Gruppo Asconfidi Lombardia



ItaliaProfessionisti

Associazione dei Professionisti

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

*A "Forum Agenti Milano"
in programma a fine mese
(accesso gratuito dal cancello 14
di via Gattamelata)*

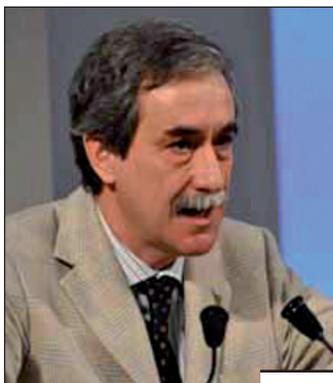
FORUM Agenti

by agent321



Agenti e rappresentanti di commercio Assemblea e Giornata Fnaarc il 30 novembre a Fieramilanocity

Fnaarc, la Federazione degli agenti e rappresentanti di commercio, svolgerà l'assemblea nazionale e la "Giornata dell'agente" all'interno della fiera "Forum Agenti Milano", in programma a Fieramilanocity (alla fiera si accede gratuitamente con entrata al cancello 14 in via Gattamelata 5). La partecipazione a "Forum Agenti Milano" è stato il tema del Consiglio dell'Unione regionale lombarda di Fnaarc, riunitosi presso la sede di Confcommercio di Milano (al Consiglio hanno partecipato i dirigenti Fnaarc di Bergamo, Pavia, Como, Sondrio, Lecco, Milano). Al Consiglio dell'Unione regionale lombarda Fnaarc, il coordinatore



▲ **Giovanni Boni,**
coordinatore
della Fnaarc lombarda

della Fnaarc lombarda Giovanni Boni ha spiegato che Fnaarc nazionale terrà presso "Forum Agenti Milano", il 30 novembre, dalle 10, la propria assemblea generale e, a seguire, nella stessa sala dell'assemblea, la Giornata dell'Agente, con la cerimonia di premiazione degli agenti con maggiore anzianità di servizio. Un lavoro organizzativo impegnativo di tutta la Fnaarc, in particolare di quella lombarda, in preparazione

Alla Giornata dell'agente Fnaarc premiazione degli operatori con la maggiore anzianità di servizio

della giornata del 30 novembre. Il "Forum Agenti Milano" è una fiera, organizzata dalla Agent321 di

Davide Ricci, già sperimentata con successo a Roma a maggio, caratterizzata dall'incontro tra aziende, di tutte le merceologie, ed agenti e rappresentanti di commercio.



▲ **Adalberto Corsi,**
presidente di Fnaarc

L'obiettivo delle aziende è quello di selezionare agenti con colloqui diretti: un modo efficace e complementare alla ricerca sul web. "Forum Agenti Milano" prevede la partecipazione di centinaia di aziende e migliaia di agenti di commercio. Oltre ai colloqui di lavoro, nella due giorni milanesi si terranno seminari e consulenze da parte di esperti in materia legale, fiscale e previdenziale.



Assomobilità: workshop per i concessionari auto dedicato al web

mente formativo su Internet Strategy, Web

marketing necessari per avere un sito web ideale (e poter vendere più auto grazie ad esso). In apertura del meeting il presidente di Assomobilità Simonpaolo Buongiardino (nella foto a sinistra mentre sta parlando) ha sottolineato come occasioni di incontro e di formazione come queste, siano importanti per il periodo "storico" che le imprese del settore stanno attraversando. Ad oggi Internet rappresenta probabilmente il canale a più alto potenziale di crescita per un dealer auto motive.



In Confcommercio Milano si è svolto un evento dedicato al mondo dei concessionari auto e organizzato da Assomobilità (in collaborazione con Hrd Business Training e DriveK) dal titolo "Digital Dealer: i 4 pilastri e 10 segreti per avere successo online". Si è trattato di un workshop dal carattere spiccata-

Marketing e Social Media. Le aziende partecipanti hanno appreso quali siano i requisiti e le tecniche di

Fioristi milanesi: Anna Lucia Carbognin riconfermata presidente

Anna Lucia Carbognin riconfermata per acclamazione presidente dell'Associazione dettaglianti fiori e piante della provincia di Milano. L'assemblea, svoltasi in Confcommercio Milano, ha provveduto al rinnovo del Consiglio direttivo dell'Associazione. Con la Carbognin, ecco tutti i nomi: Sara Boeri, Giuliana Colombo, Ernesto Corbella, Gaetano Lupica, Agostino Marchesetti, Claudio Marchesetti, Igor Pavan, Luca Pozzi, Giuseppe Roma, Roberto Rossi, Francesca Tasin, Federico Vassilli, Alberto Pezzoni. Proviviri: Lorenzo Brunello, Luca Mengotti, Ambrogina Moneta.



▲ Anna Lucia Carbognin



Presentato a Palazzo Isimbardi, sede della Provincia di Milano, il libro "Temporary Retailer: verso una nuova professione" (foto copertina) di Massimo Costa, segretario di Assotemporary (l'Associazione italiana di temporary shop, showroom, business center, event space e servizi connessi aderente a



Assotemporary "Nuove professioni e antichi mestieri 'conTemporanei'". Come integrare la professionalità dei temporary retailer con quella del nego-

"Temporary Retailer: verso una nuova professione"

Confcommercio Milano) durante il convegno di

ziente tradizionale e come differenziarlo da chi affitta o prende in locazione un immobile con il concetto del prendi e fuggi; come il temporary sia un'opportunità concreta per il commercio e non una minaccia: queste alcune delle tematiche affrontate durante i lavori dell'incontro. (SM)

Associazione Confindustria imprese Ict

Assintel Report 2013 Segnali positivi solo dalla "nuova" It

Presentazione, in Confindustria Milano, dell'Assintel Report 2013: l'iniziativa di Assintel (l'Associazione Confindustria delle imprese Ict) con Nextvalue. Assintel Report è un osservatorio permanente per interpretare il mercato digitale nazionale, con un focus specifico su software e servizi It. Cosa emerge dai dati? Una "vertigine" digitale: con la vecchia It che cede (calano tutti i segmenti di mercato) e la nuova It che vola (crescite a due cifre per cloud, tablet ed e-reader). Fermi gli investimenti in innovazione nelle microimprese (-19,7%) e nelle piccole imprese (-14,8%); galleggiano quelle top (-0,3%) con i nuovi progetti legati al Mobile. Alcuni macrodati: l'Information technology italiana è nel pieno della recessione. Quasi 4 miliardi persi dal 2008 ad oggi con un



▲ **Giorgio Rapari,**
presidente Assintel

assestamento, alla fine di quest'anno, a 18.215 milioni di euro (calo del 4% rispetto al già non positivo 2012). Tutti e tre i segmenti sono in calo: hardware -9,5%, software -3,2%, servizi IT -4,3%. E lo sono tutti i mercati

verticali: Pubblica amministrazione e sanità oltre il -11%, commercio, distribuzione e servizi a -5,4%, industria -4,7%, trasporti e logistica -4,8%, telecomunicazioni -2%, le stesse banche (il maggior "spender" It) al -2,1%.

Unica piccola luce il consumer con un modesto, ma incoraggiante +1%. Eppure, rileva Assintel, siamo diventati "onnivori" digitali: tablet al +42%, 28 milioni di smartphone che crescono a vista d'occhio, e con essi l'accesso al web; il cloud. Il "nuovo mondo" ancora non colma la crisi del vecchio, ma si espande velocemente con i dieci trend più significativi: Mobile Internet, Social

media, Big Data, Internet of Things, Cloud Computing, Automazione della conoscenza, Robotica, 3D Printing, Digital Marketing, E-commerce. L'economia digitale in senso ampio cresce bene, il Pil digitale è qualcosa come il 3,1% dell'intero Pil nazionale, l'e-commerce cresce del 18% e il Mobile commerce del 160%. Ma se ci confrontiamo con il resto d'Europa, questi valori sono sempre sotto la media.



Associazione italiana commercio chimico

AssiCC: la Guida Reach 2013

Presentata a Milano in Camera di Commercio la nuova edizione della Guida Reach: l'iniziativa è stata promossa da AssiCC (Associazione italiana commercio chimico). Applicato a partire dal 2010, il Regolamento Reach per la registrazione, valutazione, autorizzazione e restrizione delle sostanze chimiche conta 1.676 pagine soltanto di legislazione di base (considerando i Regolamenti Reach-Clp e il Regolamento per le Schede di sicurezza). La Guida Reach

– rileva AssiCC – è l'unico strumento in italiano ad oggi che raccoglie tutte le informazioni necessarie utili alle aziende dell'intera filiera chimica per comprendere il Regolamento europeo. La nuova edizione si presenta molto più corposa rispetto alle precedenti, per i numerosi cambiamenti che sono intervenuti in questi ultimi due anni in campo legislativo: sono stati emessi, infatti, 20 nuovi Regolamenti e sono state avviate numerose nuove attività su Reach&Clp.

Federmodamilano-Federazione Moda Italia

Il "Kit Sos Etichettatura" Tutti gli strumenti per evitare onerose sanzioni



▲ **Renato Borghi, presidente Federazione Moda Italia e Federmodamilano, con il "Kit Sos Etichettatura"**

In Confcommercio Milano si è svolto con Federmodamilano e Federazione Moda Italia il seminario su "Etichettatura dei prodotti tessili e delle calzature, obblighi delle aziende". Nel corso dell'iniziativa è stato presentato ed illustrato il "Kit Sos Etichettatura". Obiettivo del progetto Sos Etichettatura, realizzato da Federazione Moda Italia-Confcommercio, è mettere nelle condizioni gli imprenditori di evitare pesanti sanzioni, effettuare correttamente gli ordini, gestire al meglio il confronto con gli organi ispettivi e stimolare i fornitori ad etichettare in maniera corretta.

Garantendo trasparenza e fiducia al consumatore finale. Il "Kit Sos Etichettatura" contiene un prontuario informativo di carattere generale sulle norme in tema di etichettatura dei prodotti tessili, abbigliamento, calzature e moda viste dal lato

dell'operatore commerciale; un vademecum "Sos Etichettatura" per gli operatori, con consigli pratici sui comportamenti da tenere da subito, al momento dell'ordine dei capi/prodotti e della ricezione della merce, in caso di controlli da parte di Polizia locale, Guardia di finanza e Camera di Commercio, e in caso di sequestro della merce; un cartello multilingue da apporre nei camerini dei negozi

campione in negozio o a seguito della consegna della merce; un fac-simile di lettera predisposta da un consulente legale per la richiesta al produttore/fornitore di danno emergente e lucro cessante in caso di controllo e/o di eventuale sequestro dei prodotti.

"Noi - spiega Renato Borghi, presidente di Federazione Moda Italia e Federmodamilano - abbiamo predisposto questo kit che serve all'imprenditore per evitare di incorrere nelle sanzioni

previste dalla normativa europea. Ad esempio, se il negozio riceve dei capi con etichette difformi, può mandare una comunicazione al fornitore per segnalare il disguido. Poi ci sono le

Info:
Federmodamilano,
tel. 0276015507



con l'elenco delle fibre tessili; un timbro ad hoc per il commerciante (firmato da Federazione Moda Italia - Confcommercio) sul rispetto della



"Sos etichettatura": guarda anche i video (uno sul seminario ed uno più tecnico di approfondimento) dell'Ufficio stampa di Confcommercio Milano su <http://www.youtube.com/ConfcommercioMilano>

normativa vigente da apporre sulle copie commissioni al momento dell'ordine della fornitura; un fac-simile di lettera predisposta da un consulente legale per la segnalazione al produttore/fornitore di vizi di etichettatura riscontrati su capi controllati a



note informative da mettere nei camerini di prova per informare i clienti".

Concorsi vetrine: i risultati ad Abbiategrasso e a Trezzo sull'Adda



Ad **ABBiateGRASSO** primo premio assoluto della giuria tecnica a "Super Peppino" (corso Italia - con una composizione dedicata a Giuseppe Verdi). Nella categoria alimentari primo premio al "Panificio Moia" (via Palestro), secondo premio alla

"Pasticceria Besuschio" (piazza Marconi), terzo premio alla "Torrefazione Portmoka" (corso Matteotti) e a "La Tavola del Buongustaio" (corso Italia).



Abbiategrasso: la vetrina del primo premio assoluto "Super Peppino" (foto 1), la vetrina del primo premio alimentari - "Panificio Moia" (foto 2) e le vetrine primo premio ex aequo della categoria non alimentari - "L'Altra Libreria" (foto 3) ed "Europesca" (foto 4)

Concorsi vetrine promossi dalle Associazioni territoriali Unione Confcommercio



Nella categoria non alimentari primo premio a "L'Altra Libreria" (via Annoni) ed Europesca (via Correnti); secondo premio alla ditta "M. Ruboni" (corso Matteotti); terzo premio a "Fata Morgana" (corso Italia).



A **TREZZO SULL'ADDA** (Associazione Adda Milanese) vittoria della "Soffieria Villa", prima sia nel voto della giuria di esperti che nel responso dei cittadini.



Seconda classificata, per la giuria di esperti, la "Pasticceria Cerliani", al terzo posto l'"Erboristeria Il Giardino del Fauno". Secondo classificato per la giuria popolare "Il Golosone", al terzo posto "Pozzi Antonietta Calzature". Ulteriori premi a Trezzo sull'Adda: premio Pro-Loco ad Augusto Vergani (abbigliamento) e premio dell'Amministrazione comunale a Bruno Pedrali (articoli casalinghi).



Trezzo sull'Adda: la vetrina vincitrice, "Soffieria Villa" (foto 5) e le vetrine seconde classificate per la giuria di esperti - "Pasticceria Cerliani" (foto 6) - e nel voto popolare - "Il Golosone" (foto 7)

La "Notte Medioevale" di Vimercate

Una manifestazione coronata da successo con l'arrivo anche dai Comuni vicini e un grande affollamento delle vie cittadine dal pomeriggio fino a notte inoltrata: è la "Notte Medioevale" di Vimercate, fortemente voluta dal Distretto Urbano del Commercio e giunta alla sua terza edizione. Quest'anno - spiega l'Associazione territoriale Unione Confcommercio di Vimercate - gli eventi si sono suddivisi in tre tipolo-



gie: le animazioni organizzate dal Distretto del Commercio (in collaborazione con la cooperativa Tangram); gli eventi promossi con i negozianti del centro di Vimercate (caccia al tesoro, degustazione cibi medioevali, mostra-mercato dell'associazione Abruzzo in Lombardia); le promozioni e gli sconti attuati dai commercianti. Inoltre, eventi organizzati in collaborazione con Arte Hobby e Artigianato e spettacoli musicali.



La "Risottata" di Binasco

A Binasco è tornata la "Risottata" (51esima edizione) organizzata dai commercianti con l'Associazione territoriale Unione Confcommercio in collaborazione con alcune aziende del settore agroalimentare locali, del Comune di Binasco, di Confagricoltura Milano e Lodi e della Cassa Rurale-Credito Cooperativo di Binasco. In occasione della festa della Beata Veronica, pa-

trona di Binasco. In un enorme pentolone messo a disposizione dal Comune di Binasco, un nutrito gruppo di cuochi si è adoperato attivamente per preparare le oltre duemila por-

zioni di risotto "alla monzese", in versione binaschina: due quintali e mezzo di riso, ottanta chili di pasta di salame e salsicce, quindici chili tra sedano, carote e cipolle, più di venti litri di olio, quattro chili di burro e cinque di grana, e per finire, venti litri di vino, tra bianco e rosso. La "Risottata" è una tradizione consolidata iniziata nel 1962 quando un importante salumificio della zona, ormai non più in attività, volle offrire a tutti, nel giorno della festa patrona-



le di Binasco, un risotto preparato direttamente in piazza.



▲ **Giuliana Pezzini**

Per il Wed'Day 1.700 accessi registrati per un evento che ha unito in "rete" ben 30 imprese del "wedding" di Monza e dintorni alla Villa Reale, con

Il Wed'Day alla Villa Reale di Monza

14 sale appena restaurate che hanno fatto da

pranzo nuziale, auto di prestigio e invitanti località per il viaggio di nozze, studi di fotografia. E ancora: musicisti e acconciatori, gioielli e arredi per la casa. Una giornata coordinata e sostenuta dall'Unione Commercianti monzese

Iniziativa coordinata e sostenuta dall'Unione Commercianti monzese (con un'infaticabile organizzatrice: Giuliana Pezzini)

cornice ad abiti di classe per il gran giorno in mezzo a composizioni flo-

che ha visto ancora una volta infaticabile Giuliana Pezzini, apprezzata e stimata organizzatrice di eventi e manifestazioni su tutto il territorio monzese. La giornata si è conclusa con una sfilata molto applaudita di abiti da cerimonia e soprattutto con il gran ballo nelle sale della Villa Reale (sempre con abiti da sposa).

reali, bomboniere, ricercati menu per il

Nuovo record con 4.250 litri

A Host con Altoga (torrefattori) il cappuccino da Guinness



Un cappuccino da 4.250 litri (con 3.500 litri di latte e 800 litri di caffè). E' il cappuccino più grande del mondo certificato dal Guinness World Record al Villaggio del Caffè di Host 2013 (il Salone internazionale dell'ospitalità professionale) con Altoga, l'Associazione lombarda torrefattori importatori di caffè e grossisti alimentari. Il cappuccino più grande del mondo (con l'opera di 33 baristi, provenienti da tutta Italia) è stato realiz-

zato in memoria di Antonio Terrani (Verwerkaf Kaffee spa di Noceto - Pr), fondatore e consigliere dell'Associa-

▲ **L'assessore regionale Alberto Cavalli (a sx) e il presidente di Altoga Remo Ottolina**

zione Torrefattori Lombardi e dell'Associazione Italiana Torrefattori. Battuto il precedente record di 2.350 litri. Tra le foto anche il momento conclusivo con la presenza - assieme a Remo Ottolina, presidente di Altoga - dell'assessore a Commercio, Turismo e Terziario di Regione Lombardia Alberto Cavalli. (Foto della pagina di Alessandro Romeo e Santa Santacesaria)

*Finale 2013: nel campo di Is Molas
Confcommercio Milano,
Lodi Monza e Brianza
prevale su Manageritalia*



Golf, per andare
"in buca"
con Expo 2015

Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza organizza da 12 anni la Lombardia Trade Cup, circuito di golf aperto agli associati costituito da sei gare di qualificazione, disputate in Lombardia, e una finale. Al di là del momento sportivo, l'obiettivo della manifestazione è quello di incontrarsi per "fare rete". A conclusione del circuito 2013 la finale della Lombardia Trade Cup si è giocata in Sardegna sul prestigioso campo di Is Molas. A rendere più interessanti e competitive le gare della finale è stata la circostanza di poter affrontare nuovamente i dirigenti di Manageritalia. Il circuito della Lombardia Trade Cup è nato nel 2002 dalla collaborazione di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, Manageritalia e Agenzia per la Cina. Cinque anni dopo, nel 2007, in considerazione dell'apprezzamento dei soci e dell'elevata partecipazione dei golfisti, gli organizzatori hanno deci-

so di realizzare due circuiti distinti che consentissero ad un numero superiore di giocatori di aderire alle competizioni. Ai Golf Club Is Molas i partecipanti sono stati divisi in squadre composte da associati Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e dirigenti di Manageritalia, capitanate rispettivamente da Duilio Aragone (Assistente del Presidente Carlo Sangalli per gli affari economici e del personale Confcommercio) e Guido Carella (Presidente di Manageritalia). Il risultato finale della competizione ha visto vincitrice la squadra di Confcommercio Milano, Lodi Monza e Brianza composta da Marco Cesare Riva, Gianmaria Floridia, Sun Tzi Hsi, Francesco Carserà e Claudio della Giustina. Quella di quest'anno è senz'altro una



tappa importante per rafforzare la collaborazione di Confcommercio Milano, Lodi Monza e Brianza e Manageritalia in vista di eventi futuri, in particolare modo di Expo 2015. La manifestazione, infatti, impegnerà i due enti a promuovere momenti utili ad attrarre operatori stranieri in Lombardia e a creare per loro possibilità di incontro in sedi non convenzionali, ma apprezzate e stimolanti. Sotto questo aspetto la Lombardia Trade Cup rappresenta il perfetto connubio fra golf, spirito associativo e promozione del territorio.

**Lombardia Trade Cup
veicolo di promozione
del territorio**

**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

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:

