

# Unione

*informa*



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



**BENVENUTO IL LUOGO**  
Le proposte del terziario milanese ai candidati alle comunali 2016

## *Confcommercio: il Forum 2016 di Cernobbio*

**#BenvenutoilLuogo**  
Milano:  
Carlo Sangalli presenta  
ai candidati sindaco  
il programma  
di Confcommercio



		INAIL
Mario Rossi		x
		x
		x
		€ x.000,00



Unione  
**Promo.Ter**

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



## 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

### GLI STRUMENTI GIUSTI PER PRENDERTI CURA DELLA TUA ATTIVITA'

PROMO.TER SERVIZIO DI AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE: 02.7750.252 - 02.7750.461

Gli uffici di PROMO.TER si trovano in Corso Venezia, 47 a Milano e presso le sedi delle Associazioni Territoriali.

Orari dal lunedì al venerdì dalle 8,30 alle 12,30 e dalle 13,30 alle 15,30

Per informazioni e preventivi gratuiti: [libri.paga@unione.milano.it](mailto:libri.paga@unione.milano.it)



## 140 caratteri di confcommercio



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

Cernobbio 2016 è stato un Forum Confcommercio a 3 dimensioni, in 3D, anzi, in "3T": Territori, Turismo e Transizione, tra stagnazione e ripresa



*Forum Confcommercio di Cernobbio da pag. 4 a pag. 7*



Scegli i **VANTAGGI**  
di Pellegrini Card!



*Solo per i soci di Unione Confcommercio:*

## Buono Pasto Pellegrini



- **Sconto a partire dall'8%**  
sul valore facciale del buono pasto
- **Pagamenti su misura**  
anche con carta di credito
- **Portabuoni personalizzato**  
utile per conservare i buoni
- **Spese di spedizione gratuite**  
facendo riferimento all'accordo e  
indicando il tuo numero di tessera

## Buono Regalo Pellegrini



- **Prestigiosi partner e catene retail**  
nei quali spendere i buoni
- **Senza da oneri fiscali e previdenziali**  
fino a € 258,23 all'anno per  
dipendente
- **Esente da IVA**  
(art 2 D.P.R. 633/1972)
- **Deducibile al 100%**



**Contattaci:**  
scrivi: [sviluppo.card@gruppopellegrini.it](mailto:sviluppo.card@gruppopellegrini.it)  
chiama: 02.89130.550





# BENVENUTO IL LUOGO

Le proposte del terziario milanese ai candidati alle comunali 2016

## #BenvenutoilLuogo

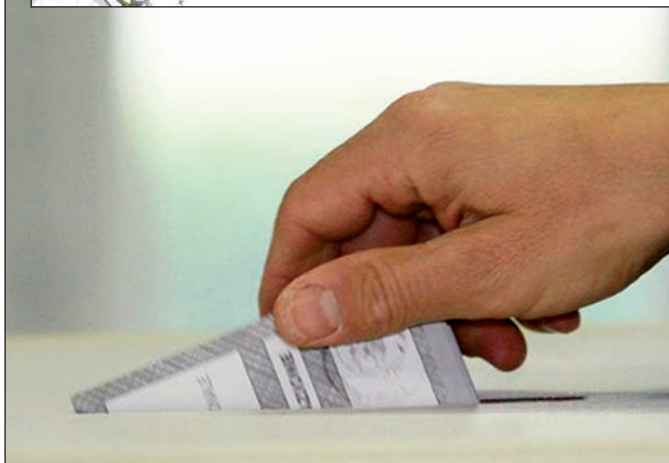
Carlo Sangalli presenta ai **candidati sindaco** il documento di Confcommercio con **80 proposte del terziario** per la Grande Milano

Il 22 aprile in Confcommercio Milano - corso Venezia 47, sala Orlando – il presidente Carlo Sangalli presenta, in un evento pubblico, “Benvenuto il luogo” #BenvenutoilLuogo, le 80 proposte del terziario milanese ai candidati sindaco alle elezioni comunali.

“Benvenuto il luogo’ è un documento – spiega Sangalli – che parla direttamente a chi si troverà a guidare la città nei prossimi cinque anni”.

Proposte e visione futura di Milano Città Metropolitana frutto di un intenso lavoro in 10 tavoli tematici con il contributo di quasi 100 esperti.

All’incontro del 22 sono stati invitati i candidati sindaco per Milano: Natale Azzaretto, Marco Cappato, Gianluca Corrado, Marco Cozzi, Massimo Emanuelli, Nicolò Mardegan, Stefano Parisi, Carlo Arrigo Pedretti, Basilio Rizzo, Giuseppe Sala, Luigi Santambrogio, Tiziano Tussi. Per ciascun candidato, dopo l’illustrazione del programma da parte del presidente Sangalli, è previsto, in sintesi, un intervento di replica.



*Elezioni amministrative:  
si vota il 5 giugno  
con eventuale ballottaggio  
il 19 giugno*



Palazzo Marino: sede del Comune di Milano (foto di Mattia Dognini)

*Recuperare competitività: eccessi (burocrazia e carico fiscale) e deficit strutturali (legalità e infrastrutture) costano a ciascun cittadino 3.800 euro l'anno*



**Carlo Sangalli,**  
presidente di Confcommercio



## Sangalli al Forum 2016 di Cernobbio: al nostro Paese serve un cambio di passo

I segnali di ripresa che dovevano concretizzarsi lo hanno fatto solo in parte: è mancato il cambio di passo. In Europa, e soprattutto in Italia, la partita della crescita è ancora tutta da giocare. Così il presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli, aprendo i lavori del Forum "I protagonisti del mercato e gli scenari per gli anni 2000", l'edizione 2016 della consolidata iniziativa (è il 17esimo appuntamento) organizzata da Confcommercio, in collaborazione con Ambrosetti, al Grand Hotel Villa d'Este di Cernobbio, in riva al lago di Como.

"Va bene – ha sottolineato Sangalli - il cortisone di Draghi (Mario Draghi, il presidente della Banca centrale europea



*n.d.r.*), e meno male che c'è, ma abbiamo bisogno di terapie specifiche che dipendono solo da noi".

Confcommercio, tuttavia, ha proseguito "vuole conservare una quota di cauto ottimismo, perché abbiamo tutte le carte per trasformare nei prossimi mesi questa ripresa in una crescita concreta e diffusa" e "crede possibile uno scatto in avanti lungo la strada delle riforme, del taglio alla spesa pubblica improduttiva, della riduzione degli eccessi di burocrazia, ►



**Angelino Alfano, ministro dell'Interno**



**Maria Elena Boschi, ministro per le Riforme costituzionali e i rapporti con il Parlamento**



**Maurizio Martina, ministro delle Politiche agricole alimentari e forestali**



**Paolo Gentiloni, ministro degli Affari Esteri (e della cooperazione internazionale)**

della riduzione delle imposte: sono queste le condizioni del nostro moderato ottimismo che ci portano a prevedere un Pil a +1,6% per il 2016".  
Ma in questo senso è essenziale, ha detto Sangalli, che "il Governo affronti e risolva i problemi strutturali dell'Italia, che si acuiscono a causa dei ritardi e dei divari regionali del nostro Paese. Ci sono aree dell'Italia che non crescono perché scontano da troppi anni due deficit, legalità e infrastrutture, e due eccessi, burocrazia e carico fiscale". Il problema è comunque dell'intero sistema-Paese che "sconta una mancanza di competitività e una perdita di produttività complessiva. Gli eccessi e i deficit strutturali del nostro Paese – ha detto ancora il presidente di Confcommercio - costano a ciascun cittadino 3.800 euro l'anno".



**Enrico Zanetti, viceministro dell'Economia e delle Finanze**



**Dario Franceschini, ministro dei Beni e delle Attività culturali e del Turismo**

▶ ▶ ▶ segue a pag. 6 ▶ ▶ ▶

▶▶▶ segue da pag. 5 ▶▶▶



Il Governo ha certo fatto "passi importanti nella giusta direzione" (Sangalli ha citato la riforma della pubblica amministrazione, l'impegno di ridurre i carichi burocratici sulle imprese, alcune misure contenute



**Susanna Camusso, segretario generale della Cgil**

nel Jobs Act e nella riforma della scuola e la politica fiscale distensiva), ma non basta. Perché "la spesa pubblica corrente nel 2015 si è ridotta soltanto per effetto del minor costo per interessi" e perché negli ultimi venti anni la pressione fiscale è passata dal 40,3% al 43,3%. "Ridurre il carico fiscale su imprese e famiglie - ha concluso Sangalli - è e resta la priorità. Meno spesa pubblica e meno tasse rimane la ricetta per un Paese più dinamico e più equo". Mentre sul versante della crescita occorre "sfruttare l'enorme potenzialità del turismo (al centro dell'analisi nella seconda giornata di quest'edizione 2016 del Forum di Cernobbio - vedi nella pagina a fianco n.d.r.)" che è "una potentissima leva in grado di generare nuova occupazione e maggiore ricchezza".



**Annamaria Furlan, segretario generale della Cisl**



**Carmelo Barbagallo, segretario generale della Uil**

**il Pil, i consumi e le ragioni dell'ottimismo**

var. % m. a.	2008-14	2015	2015 (mar '15)	2016	2017
Pil	-1,3	0,8	1,1	1,6	1,6
consumi	-1,0	1,1	1,2	1,4	1,7
investimenti	-5,0	0,8	-0,1	3,0	3,7
var. % IPC	1,8	0,1	0,0	0,2	1,3
ULA (migliaia-Δ ass.)	-1809,3	190,4	82,6	141,0	141,9

**moderati i rischi di deflazione; per adesso sostegno al potere d'acquisto; condizioni internazionali favorevoli (con rischi); politica fiscale distensiva; fiducia elevata; occupazione in crescita; crediamo al disinnescamento rapido delle prossime clausole di salvaguardia.**

**con rischi di revisione al ribasso**

**Centro Studi Confcommercio: il "Rapporto sulle economie territoriali"**

Lo 0,8 di crescita del Pil italiano a fine 2015 è troppo poco. Se lo scorso anno c'è finalmente stata una crescita del Pil e dell'occupazione, il minimo che si potesse raggiungere era infatti l'1% di previsione indicato da Confcommercio giusto un anno fa. Questo, grazie al contesto internazionale favorevole e a una politica fiscale interna almeno 'distensiva'. Così si è espresso il responsabile dell'Ufficio Studi di Confcommer-



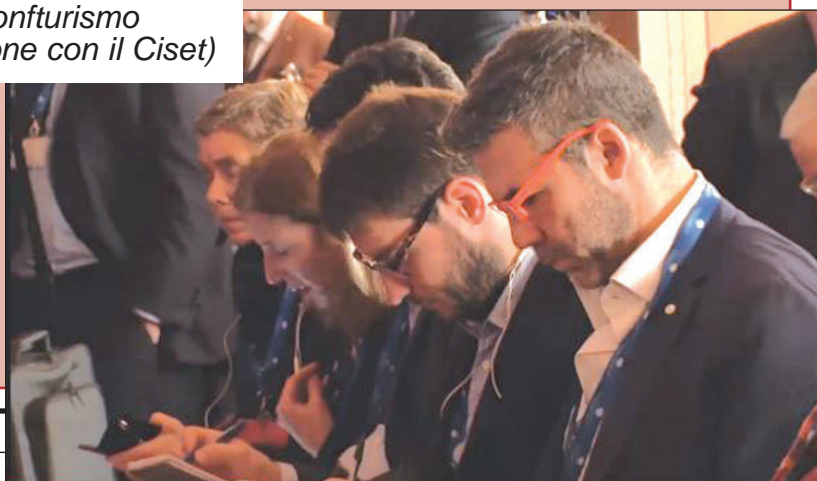
## Turismo straordinaria risorsa ma occorre una domanda meno “mordi e fuggi”

La seconda giornata del Forum 2016 Confcommercio di Cernobbio si è aperta con un'analisi, realizzata da Confiturismo in collaborazione con il Ciset (Centro internazionale di studi sull'economia turistica), su “Il turismo nello scenario internazionale”. Tra il 2001 e il 2015, secondo la ricerca, gli arrivi in Italia sono aumentati del 50% raggiungendo la soglia di 53 milioni e quasi 36 miliardi di entrate valutarie (+24%); questi maggiori arrivi non si sono, però, tradotti in proporzionali incrementi di entrate a causa di una minore permanenza media (da 4,1 a 3,6 giorni tra il 2001 e il 2015) e della conseguente riduzione del 35% della spesa pro capite reale (da 1.035 a 670 euro). Questo significa che, dal 2001 ad oggi, il nostro Paese ha “perso” 38 miliardi di entrate valutarie derivanti dal turismo internazionale. In ogni caso, le previsioni per il triennio 2016-18 vedono in crescita gli arrivi da tutti i Paesi (soprattutto gli Stati Uniti) mediamente del 3,6%. Analizzando gli arrivi per aree di provenienza, il turismo internazionale in Italia è per il 70% di origine europea (tedeschi in testa che si confermano il primo mercato in molte regioni). In

*Al Forum 2016 di Cernobbio  
l'analisi Confiturismo  
(in collaborazione con il Ciset)*

aumento il peso dei paesi extra Ue con un contributo di oltre il 35% alla crescita del periodo. Va sottolineato l'incremento del turismo cinese divenuto, in pochi anni, il quinto mercato incoming dell'Italia e destinato a crescere ulteriormente nei prossimi anni. Oltre il 60% degli arrivi internazionali in Italia è assorbito da 4 regioni: Veneto, Lombardia, Toscana e Lazio.

Il turismo in Italia si conferma come una straordinaria risorsa e un importante volano di sviluppo e crescita, ma una domanda sempre più “mordi e fuggi” impone un ripensamento del nostro modello di offerta che ne valorizzi ancor di più qualità e fruibilità creando così le condizioni per prolungare la permanenza dei turisti.



### previsioni regionali: una sintesi

#### valore aggiunto e consumi in termini reali - var. % m. a.

	valore aggiunto				consumi			
	2008-14	2015	2016	2017	2008-14	2015	2016	2017
Nord-ovest	-1,0	1,7	2,0	2,0	-0,6	1,7	1,7	2,0
- Lombardia	-0,5	2,1	2,4	2,6	-0,4	2,1	2,0	2,5
Nord-est	-1,0	-0,4	1,2	1,4	-0,7	0,5	1,2	1,6
Centro	-1,1	0,6	1,5	1,3	-0,9	1,1	1,4	1,5
Sud	-1,8	0,0	1,5	1,4	-1,9	0,7	1,3	1,6
- Calabria	-2,0	-1,8	1,3	1,4	-2,1	0,3	1,0	1,4
<b>ITALIA</b>	<b>-1,2</b>	<b>0,6</b>	<b>1,6</b>	<b>1,6</b>	<b>-1,0</b>	<b>1,1</b>	<b>1,4</b>	<b>1,7</b>

Fonte delle slide: Ufficio Studi Confcommercio

cio, Mariano Bella, commentando i dati del “Rapporto sulle economie territoriali”, la cui presentazione ha inaugurato la due giorni del Forum 2016 Confcommercio di Cernobbio. Confcommercio, per questo 2016, prevede una crescita dell'1,6%, sostenuta dai consumi (+1,4%) e dagli investimenti (+1,6%), grazie a prospettive di breve periodo che

restano favorevoli anche se sono crescenti i rischi al ribasso della previsione. Mentre la deflazione appare più un pericolo teorico che una reale minaccia.

Una crescita non certo eccezionale, insomma: tanto più che, anche proiettandosi al 2017, la situazione cambia davvero poco (Pil a +1,6%, consumi a +1,7%, investimenti a +3,7%). E il “Rapporto” del Centro Studi di Confcommercio si

*Una crescita appesantita da gravi difetti strutturali*

chiede il perché l'Italia sia incapace di cogliere le opportunità del contesto economico più favorevole e perché sia così lenta nell'approfondire delle riforme così faticosamente approvate. La risposta è semplice: il Paese è schiacciato ancora da gravi difetti strutturali che non sembrano in via di aggiustamento. Si chiamano deficit di legalità e di accessibilità logistica, eccessi di carico fiscale e di burocrazia, scarsa qualità del capitale umano.

Le cifre della crescita, dunque, alla fine sono una media tra il contributo di alcune regioni dinamiche – come la Lombardia e il Nord Ovest - e di regioni ancora in recessione, come la Calabria, o a crescita nulla, come diverse aree del Mezzogiorno.



**Promo.Ter** Unione

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



UNI EN ISO 9001:2008  
CERTIFICATO n°628



**Unione**  
**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

## LE NOSTRE PAROLE CHIAVE ... ... PER LA SICUREZZA

### **SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO**

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

### **IGIENE DEGLI ALIMENTI**

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

### **PRIVACY**

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



## ... PER L'INNOVAZIONE

### **QUALITA'**

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

### **ENERGIA & AMBIENTE**

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



**Club della Sicurezza/Club Servizi Innovativi:**

Via Marina 10 - 20121 Milano

Tel 02 77.50.590/591 - Fax 02 77.50.895

### Giubileo, i percorsi di Milano

*Jubilee, where to go in Milan*

In occasione del Giubileo, proponiamo ai visitatori quattro itinerari alla scoperta dei percorsi religiosi di Milano con le sue opere d'arte, generi architettonici diventati patrimonio di tutti. Si passa dal Duomo a Sant'Antonio, da Sant'Antonio a San Lorenzo Maggiore, con il racconto di curiosità, tradizioni e aneddoti legati anche a luoghi meno noti della città. Proposte tappe in botteghe o negozi con una produzione legata alla religione, alla cultura e all'arte.

Four itineraries are designed to discover Milan through its monuments, churches and other places connected to religion in the year of the Jubilee. From the Duomo to Sant'Antonio, from Sant'Antonio to San Lorenzo Maggiore. Hereby we propose shopping visits to get to know our typical production tied to culture and art.

di design, dalle cartoline ai libri. Il punto vendita neo-strutturato della storia del Duomo.

Il Duomo store clothes, accessories, gadgets, design e postcards and books.

**Salone d'Onore, oggi detto sala dell'Alleanza, Palazzo Marino**  
 nuova sala scala. 21 | +39 02 86111111  
[www.comune.milano.it](http://www.comune.milano.it)

La sala è stata progettata dall'Alleanza in collaborazione con il Semino Ottavio ed Architetto scd di Raffaele. Realizzata nel 1968 (Designed by architect Gabriele Cantarelli Ottavio and Andrea Semino Semino), it was completed in 1968 (Limagnone di Sant'Antonio). Comune di Milano.

**Chiesa di San Fedele**  
 piazza San Fedele, 4 | +39 02 86111111  
[www.sanfedele.it](http://www.sanfedele.it)

L'edificazione della chiesa di San Fedele fu commissionata dal cardinale Basilio e poi di Francesco Maria De' Medici. Completata nel 1669, fu voluta da san Carlo per il Go (temperatura dalla Controriforma di san Fedele).

**Libreria San Paolo** | Libreria  
 via Feltrina, 8 | +39 02 73302111  
 +39 02 80402797 | [www.libreriasanpaolo.it](http://www.libreriasanpaolo.it)

Libreria specializzata in DVD classici. Vendita on line per il download e il noleggio on demand.

**Chiesa di San Carlo al Corso**  
 piazza San Carlo 1 | +39 02 73302111  
[www.sancarloalcorso.it](http://www.sancarloalcorso.it)

Inaugurata nel 1847, in stile neoclassico, la chiesa di San Carlo fu ampliata nel 1900 in un'ampia quanto il corpo della Chiesa neoclassica. Il nuovo edificio fu progettato da Giuseppe Piermarini. Il suo progetto fu approvato nel 1847. Il suo progetto fu approvato nel 1847. Il suo progetto fu approvato nel 1847.

**Libreria San Carlo** | Libreria  
 piazza San Carlo, 1A | +39 02 73302111  
[www.libreriasancarlo.it](http://www.libreriasancarlo.it)

Libreria pubblica specializzata sulle grandi religioni, monoteismi, letture, documenti e DVD. Documenti specializzati in apr. Mariology.

**San Bernardino alle ossa**  
 via San Bernardino, 1 | +39 02 73302111  
[www.sanbernardino.it](http://www.sanbernardino.it)

La chiesa sorse nel 1589. In origine raccoglieva le ossa dei morti vicino al Duomo. Fu bruciata in stile barocco nel 1776. L'ossario venne affidato dal Re Carlo III di Spagna a don Giovanni de' Medici. In stile barocco, fu restaurata nel 1800. In stile barocco, fu restaurata nel 1800. In stile barocco, fu restaurata nel 1800.

**Apoteolito Ilirico Pire Diocesi del Divin Maestro** | No  
 via della Spina, 24 | +39 02 73302111  
 +39 02 73302111 | [www.apoteolito.it](http://www.apoteolito.it)

Negozi dedicati a tutto ciò che serve alla chiesa, dalla liturgia alle lampade di cattedrale e paramenti, ecc. e ai fedeli (statue, ex voto, religiosi artefatti shop).

**Orologeria Sangalli del 1900** | Orologeria  
 via Sallustiana, 7 | Milano  
 +39 02 86111111 | [www.orologeria-sangalli.com](http://www.orologeria-sangalli.com)

Dal 1900 a pochi passi dal Duomo con vasta scelta di orologi polsi, da polso, a caviglia e carillon musicali. Laboratorio in stile.

**Libreria Ancesi di Milano** | Libreria  
 via Larga, 7 | Milano  
 +39 02 86111111 | [www.libreriaancesi.it](http://www.libreriaancesi.it)

Libreria storica della Diocesi di Milano con catalogo di tutti i generi religiosi, libri, articoli religiosi di arte, storia e liturgia.  
 Historical Association of the Archdiocese of Milan.

**Manifatture Ecclesiastiche Mario Bianchetti** | Negozi  
 via Larga, 2 | Milano  
 +39 02 86111111 | [www.mariobianchetti.it](http://www.mariobianchetti.it)

Sartoria ecclesiastica e paramenti sacri, specializzati in adattamento per il clero, comunità religiose e parroci suore, vestiti per la prima comunione.  
 Ecclesiastical Tailoring, specialized in vestments, religious first communion clothes.

**Realisti d'arte religiosi**  
 via Sallustiana, 7 | Milano  
 +39 02 86111111 | [www.realisti.it](http://www.realisti.it)

Negozi storico di artisti religiosi e presapi.  
 Traditional store of religious arts and the nativity scene.

**Libreria Spinoza** | Libreria  
 via Sallustiana, 7 | Milano  
 +39 02 86111111 | [www.spinoza.it](http://www.spinoza.it)

**IN COLLABORAZIONE CON**

**CAMERA DI COMMERCIO MILANO**

"Investire in cultura fa bene alla nostra anima e alla nostra economia".  
 "Investing in culture is good for the soul and for our economy".  
 Carlo Sangalli

**ARCIDIOCESI DI MILANO**

"Il percorso unisce valori culturali, storici e religiosi importanti".  
 "The itinerary combines important cultural, historical and religious values".  
 Luca Bressan

**ASSOCIAZIONE ORAFA LOMBARDA**

"Questo iniziativa è un'opportunità per mettere in luce le capacità della impresa del nostro settore".  
 "This initiative is an opportunity to highlight the competence of our companies".  
 Andrea Sangalli

**CONFCOMMERCIO**

"Valorizziamo prodotti che uniscono sapienza artigianale e tradizione alla creatività e alla capacità di innovarsi".  
 "Our artisanal craftwork activity is based on tradition, creativity and innovation".  
 Stefano Fagnazza, Marco Accornero

**ANCE**

"Valorizziamo anche le imprese edili protagoniste della costruzione culturale".  
 "We also value construction companies who lead the..."

**IN COLLABORAZIONE CON**

**IL GIORNO**

**LEGENDA PERCORSI**

**140 min.** Dal Duomo alla Biblioteca Ambrosiana  
 From Duomo to Biblioteca Ambrosiana

**120 min.** Da Santa Maria degli Angeli a Santa Maria della Grazie  
 From Santa Maria degli Angeli to Santa Maria della Grazie

**120 min.** Dalla Basilica di Santa Maria dei Miracoli a San Carlo al Corso  
 From Santa Maria dei Miracoli to San Carlo al Corso

**100 min.** Dalla Basilica dei Santi Apostoli a Santa Maria della Passione  
 From Santi Apostoli to Santa Maria della Passione

**A cura:** Camera di commercio

**Edited by:** Camera di commercio

**ITINERARIO ROSSO** 140 minuti

1. Duomo di Milano | +39 02 73302111  
 info@duomomilano.it | [www.duomomilano.it/it/en-it](http://www.duomomilano.it/it/en-it)

2. Chiesa di Santa Tecla, Area Archeologica del Duomo  
 piazza Duomo, accesso dall'erno della Cattedrale  
 +39 02 73302111

3. Duomo di Milano  
 piazza Duomo | +39 02 73302111  
 info@duomomilano.it | [www.duomomilano.it/it/en-it](http://www.duomomilano.it/it/en-it)

4. Chiesa di Santa Tecla, Area Archeologica del Duomo  
 piazza Duomo, accesso dall'erno della Cattedrale  
 +39 02 73302111

5. Chiesa di Santa Tecla, Area Archeologica del Duomo  
 piazza Duomo, accesso dall'erno della Cattedrale  
 +39 02 73302111

6. Chiesa di Santa Tecla, Area Archeologica del Duomo  
 piazza Duomo, accesso dall'erno della Cattedrale  
 +39 02 73302111

7. Chiesa di Santa Tecla, Area Archeologica del Duomo  
 piazza Duomo, accesso dall'erno della Cattedrale  
 +39 02 73302111

8. Chiesa di Santa Tecla, Area Archeologica del Duomo  
 piazza Duomo, accesso dall'erno della Cattedrale  
 +39 02 73302111

# "Giubileo, i percorsi di Milano"

Distribuita con il quotidiano "Il Giorno", la Camera di Commercio di Milano – con l'Arcidiocesi di Milano – ha realizzato la mappa "Giubileo, i percorsi di

Milano": quattro itinerari (rosso, giallo, azzurro e verde: da 100 a 140 minuti) con 30 tappe per scoprire, in italiano e in inglese, i luoghi religiosi del capoluogo lombardo. Ma non solo: perché assieme a questi itinerari vengono indicati luoghi e palazzi significativi (c'è anche Palazzo Castiglioni, la sede di Confcommercio Milano, "Costruito tra il 1901 e il 1903, manifesto artistico dell'Art Nouveau") e opportunità di shopping (una cinquantina



na le botteghe segnalate con una produzione legata alla religione, alla cultura e all'arte. Ci sono anche orficerie e gioiellerie: alla realizzazione della mappa ha infatti, fra gli altri, collaborato l'Associazione Orafa Lombarda aderente alla Confcommercio milanese. "Quest'iniziativa – ha dichiarato il presidente Andrea Sangalli – è un'opportunità per mettere in luce le capacità delle imprese del nostro settore".

"Investire in cultura fa bene alla nostra anima e alla nostra economia" ha dichiarato Carlo Sangalli, presi

▶▶▶ segue a pag. 11 ▶▶▶

# UNIONE

premia la tua

# FEDelta

Per il settimo 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 ARTIGIANO**  
**HOBEX**  
**INTESA SANPAOLO**  
**MONTE DEI PASCHI DI SIENA**  
**VENETO BANCA**

---

Per approfondire le condizioni a Tua disposizione e le agevolazioni previste dal **PREMIO FEDelta**', contatta la Tua Associazione di Categoria o Territoriale, oppure scrivi a: [convenzioni.bancarie@unione.milano.it](mailto:convenzioni.bancarie@unione.milano.it)

---

\* per **associato fedele** si intende il socio che ha onorato la quota per almeno 3 (tre) anni (per l'anno 2016 le annualità si riferiscono agli anni 2014, 2015, 2016).

▶▶▶ segue da pag. 9 ▶▶▶

dente della Camera di Commercio di Milano (e di Confcommercio). E Luca Bressan (Arcidiocesi di Milano) ha rilevato come il percorso unisca "valori culturali, storici e religiosi importanti".

Dalla mappa emergono anche diverse curiosità. Dal tempio di Sant'Alessandro nel '300 partiva la cosiddetta "facchinata del cavallazzo", in cui un cavallo fatto di cibo veniva portato in processione al Duomo e offerto al popolo. Nella basilica di San Calimero c'è un pozzo ancora funzionante la cui acqua un tempo veniva ritenuta miracolosa per guarire le malattie.

The collage contains several elements:
 

- Top Left:** A grid of small images showing architectural details and historical scenes.
- Top Right:** A small table with the heading "PERCORSO GIUBILEO" and "JUBILEE'S SHOPPING LIST".
- Middle:** Multiple columns of small text snippets, some with small images, providing details about the Jubilee events and locations.
- Bottom:** A larger image of a classical building facade, possibly a church or palace.



La statua di San Carlo, ora in piazza Borromeo, originariamente si trovava in piazza Cordusio, ma fu trasferita per "intralcio" al traffico nel 1786 quando la carrozza del governatore austriaco vi andò a sbattere. E ancora: davanti alla basilica di Sant'Ambrogio si trova una colonna detta del "diavolo": secondo la leggenda qui sant'Ambrogio sconfisse il diavolo che conficcò le corna nella colonna producendo i due fori visibili ancora oggi.



L'indagine della Camera di Commercio

Giubileo: **impatto positivo** per Milano

**P**er la metà dei milanesi i mesi del Giubileo hanno un impatto economico positivo. Le prime conseguenze indicate sono su turismo e attrattività (12%), per il cambiamento in positivo della mentalità (9,3%), perché rende Milano punto di riferimento internazionale (9,3%). Le eccellenze della città per il Giubileo sono: la disponibilità all'apertura e all'accoglienza (21%), l'internazionalità e la bellezza (circa 18% ciascuna). Il 70% è ben informato sul

Giubileo, gli altri non hanno chiaro il decentramento rispetto a Roma. Il 70% intende partecipare in qualche modo. Si partecipa, prima di tutto, passando dalle Porte Sante indicate (14%), poi con la partecipazione agli eventi (5%), ma anche guardando in tv o aggiornandosi sui giornali (9%). Questi dati emergono da un'indagine della Camera di Commercio di Milano (realizzata a inizio 2016 su oltre 300 persone).

## Spid (Sistema pubblico identità digitale): il Consiglio di Stato dà ragione ad **Assintel** ed **Assoprovider** in difesa delle pmi dell'Ict



**ASSINTEL**  
ASSOCIAZIONE NAZIONALE  
IMPRESSE ICT



**ASSOPROVIDER**  
ASSOCIAZIONE PROVIDER INDIPENDENTI

Il Consiglio di Stato ha dato definitivamente ragione ad Assintel ed Assoprovider: i requisiti elevati di capitale sociale richiesti dalla

Pubblica amministrazione per partecipare alle gare sullo Spid (*Sistema pubblico per la gestione dell'identità digitale n.d.r.*) – rilevano le due Associazioni aderenti a Confcommercio - ledono la pari dignità delle pmi dell'Ict (*Information communication technology n.d.r.*) che finalmente ora hanno diritto di mettersi in gioco tanto quanto le grandi multinazionali. Il punto critico del nuovo sistema di identità digitale stava proprio nell'elevato capitale sociale richiesto per le attività di identity provider, che di fatto escludeva dai giochi tutte le migliaia di pmi dell'Ict.

Da qui la battaglia, patrocinata dallo Studio Legale

Sarzana e Associati, che ha portato le due Associazioni contro la Presidenza del Consiglio prima davanti al Tar del

Lazio, e ora in via definitiva al Consiglio di Stato.

Con questa sentenza – affermano i presidenti di Assintel ed Assoprovider Giorgio Rapari e Dino Bortolotto - vincono il buon senso e la civiltà giuridica: un riconoscimento dell'importanza del tessuto imprenditoriale italiano fatto di piccole e medie imprese eccellenti, troppo spesso penalizzate nell'aspetto finanziario e nelle gare pubbliche.

Ora, però – proseguono Assintel ed Assoprovider disponibili a collaborare - occorre ripartire da qui per andare avanti: lo Spid è fondamentale per l'evoluzione digitale della Pubblica amministrazione e del Paese.



VUOI APRIRE  
UN'ATTIVITÀ DI SUCCESSO?

**SCEGLI IL FRANCHISING**

**FALCONIERI**

L'Arte Pasticciera dal 1989

Info Point

**366 3036400**

[info@falconieriartepasticciera.it](mailto:info@falconieriartepasticciera.it)

[www.falconieriartepasticciera.it](http://www.falconieriartepasticciera.it)



Avviso importante per le aziende

## Conciliazioni valide solo se firmate nelle sedi e con le parti firmatarie dei contratti di lavoro applicati

I verbali di conciliazione sottoscritti dalle aziende che applicano il Contratto nazionale collettivo di lavoro (Ccnl) per i dipendenti di terziario, distribuzione e servizi e il Ccnl per i dipendenti del turismo, hanno validità esclusivamente se vengono siglati nelle sedi sindacali (Commissione di conciliazione Ebiter Milano ed Ebtp, Ente bilaterale pubblici esercizi ecc.) e con le procedure definite dai contratti stessi. Lo ha ribadito il Ministero del Lavoro dando indicazioni alle proprie Direzioni territoriali di verificare che le organizzazioni sindacali che effettuano il deposito dei verbali di conciliazione abbiano il requisito della maggiore rappresentatività (come Confcommercio Milano) e abbiano rispettato le procedure previste dai Contratti collettivi nazionali di lavoro.

La ricostruzione giuridica del Ministero ribadisce che la valida conciliazione in sede sindacale deve avvenire "presso le sedi

e con le modalità previste dai contratti collettivi sottoscritti dalle associazioni sindacali maggiormente rappresentative" (come dispone l'art. 412-ter del Codice procedura civile) e applicati dall'azienda.

Il Ministero del Lavoro ha inoltre evidenziato che, ai sensi dell'art. 411, comma 3, del Codice procedura civile, la Direzione territoriale del lavoro "può richiedere alle parti sindacali di apporre sul verbale espressa dichiarazione di avere adottato le predette procedure".

I verbali sottoscritti in altre sedi (per esempio le sedi sindacali) e con associazioni diverse da quelle firmatarie dei Ccnl applicati - rileva la Direzione sindacale sicurezza sul lavoro di Confcommercio Milano - sono privi dei requisiti di legittimità richiesti dal citato articolo 412-ter del Codice di procedura civile.

**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](http://www.unionemilano.it)

**DIRETTORE RESPONSABILE**  
Gianroberto Costa

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

**REDAZIONE**  
Federico Sozzani  
corso Venezia 47/49  
20121 Milano

**FOTOCOMPOSIZIONE e STAMPA**  
GRAPHITI SRL - INDUSTRIA GRAFICA  
via Newton 12 - Pero (Milano)

**PER LA PUBBLICITÀ:**  
[marketing@unione.milano.it](mailto: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.

# Seguici, connettiti, informati



Controlla i nostri aggiornamenti su Facebook all'indirizzo [facebook.com/confcommerciomilano](https://facebook.com/confcommerciomilano)



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



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



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



Segnali di criticità  
anche  
nel mercato del lavoro



## Indicatore consumi Confcommercio: una ripresa discontinua

Questa situazione di fragilità è ben rappresentata dagli andamenti del clima di fiducia delle famiglie e delle imprese.

Per quanto concerne le famiglie, a marzo si è registrato, dopo il calo di febbraio, un contenuto miglioramento del sentiment.

Diverso è l'atteggiamento espresso dalle imprese che segnalano, nello stesso mese, un arretramento dell'indice di fiducia. Solo tra gli imprenditori che operano nella manifattura è emerso un miglioramento delle aspettative. A febbraio sono anche emersi alcuni elementi di criticità nel mercato del lavoro con una riduzione dei livelli occupazionali (-97mila unità rispetto a gennaio) ed un aumento della disoccupazione (+7mila unità). Queste dinamiche hanno determinato un lieve peggioramento del tasso di disoccupazione salito all'11,7%. Seppure il confronto annuo segnali un miglioramento (+96mila occupati, -136mila disoccupati) i ritmi di ripresa – rileva

Confcommercio – restano discontinui e non consentono facili ottimismo. Anche sul versante della Cassa integrazione (Cig) si rileva, a febbraio, un peggioramento. Per il secondo mese consecutivo le ore di Cig richieste hanno registrato un aumento su base annua (+1,9% rispetto allo stesso mese del 2015). Quest'evoluzione è stata determinata dalla Cig straordinaria e in deroga (rispettivamente +11,2% e +115,4%), mentre la componente ordinaria continua a registrare un calo.

L'indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) registra, a febbraio, una crescita dello 0,3% rispetto a gennaio con un incremento dell'1,4% tendenziale. Il dato indica una ripresa discontinua con un ritmo di recupero dei livelli di consumo ridotto. Ci sono difficoltà nel recuperare in tempi relativamente brevi quanto perso in termini di produzione di ricchezza, occupazione e reddito disponibile delle famiglie negli ultimi anni.

## Firmato il decreto per la detassazione 2016

Il Ministero del Lavoro e il Ministero dell'Economia hanno firmato il decreto (il 25 marzo) che disciplina i criteri di misurazione degli incrementi di produttività, redditività, qualità, efficienza ed innovazione ai quali i contratti aziendali o territoriali legano la corresponsione di premi di risultato

nonché i criteri di individuazione delle somme erogate sotto forma di partecipazione agli utili dell'impresa. Nel momento in cui si scrive il decreto è all'esame della Corte dei Conti per la relativa registrazione e l'efficacia del provvedimento è subordinata alla pubblicazione in Gazzetta Ufficiale.

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



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



**CONDIZIONI  
ESCLUSIVE**

**NUOVE  
CONVENZIONI**



**PROMOZIONI  
SEMPRE  
AGGIORNATE**



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



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

# GUIDA CONVENZIONI 2016/17

**CONVENZIONI ESCLUSIVE**

**TELEFONIA E SOLUZIONI WEB**

**AUTO E MOBILITÀ**

**PRODOTTI E SERVIZI PER L'IMPRESA**

**MARKETING E COMUNICAZIONE**

**CONVENZIONI DEDICATE**

**BANCHE E POS**

**PRODOTTI E SERVIZI PER LA PERSONA E LA FAMIGLIA**

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

*Confcommercio Milano,  
Lodi, Monza e Brianza*



innovativi ai buoni pasto, dalla comunicazione web e sui social network ai sistemi di sicurezza per la propria attività.

Il sistema delle convenzioni non si ferma agli imprenditori: nella Guida vi sono anche interessanti possibilità per il tempo libero e la famiglia ed opportunità che possono essere offerte anche ai collaboratori dell'impresa, come forme di benefit e welfare aziendale. Queste proposte sono evidenziate nelle pagine della Guida con il logo "ANCHE PER I DIPENDENTI" e sul sito, nella sezione "Convenzioni per i dipendenti delle aziende associate".

In evidenza nella guida le **convenzioni esclusive e dedicate**: una serie di proposte riservate soltanto ai soci Confcommercio, caratterizzate da sconti e servizi esclusivi, arricchite nel corso dell'anno anche da promozioni

[www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it)

## E' on line la Guida alle convenzioni 2016/17

**E'** on line – [www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it) - la nuova Guida alle convenzioni 2016/17 di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza: uno strumento comodo e utile per essere sempre aggiornati su tutte le opportunità di risparmio dedicate ai soci. Le convenzioni proposte sono offerte da aziende associate. Sconti e servizi, pensati su misura, che vanno dall'acquisto dell'auto o del veicolo commerciale al parcheggio negli aeroporti, dai sistemi di pagamento più



*Tante opportunità  
per gli imprenditori,  
ma anche per collaboratori  
e familiari*

*Per accedere alle convenzioni bisogna semplicemente mostrare ai fornitori la tessera associativa (chi non ne fosse ancora in possesso la può richiedere alla propria associazione)*

*Concluso  
il secondo ciclo  
di incontri*



## Aspiranti imprenditori e start up “Fai la mossa giusta” con Confcommercio Milano

**C**oncluso il secondo ciclo dell’iniziativa “Fai la mossa giusta per diventare imprenditore”, promossa da Confcommercio Milano e dedicata ad aspiranti imprenditori e start up. “Fai la mossa giusta per diventare imprenditore” si è articolata in 12 incontri (ciascuno della

durata di circa un paio d’ore). Al termine di questi seminari sono state raccolte diverse richieste finalizzate a fissare appuntamenti “one to one” con alcuni relatori per approfondire tematiche ed esigenze specifiche espresse dai partecipanti.

Nel sito di Confcommercio Milano - [www.unionemilano.it](http://www.unionemilano.it) - è stata aggiornata la sezione a suo tempo creata e dedicata all’iniziativa: in particolare, per ogni seminario, sono stati inseriti il materiale (slide) utilizzato dai relatori (là dove previsto) e il form per la richiesta degli appuntamenti. (SCM)



## “Fare Matching per crescere”: ascolto e confronto tra le aziende



*Ampia partecipazione  
all’iniziativa  
della Confcommercio  
milanese svoltasi  
al Circolo del Commercio*

**A**mpia la partecipazione all’appuntamento di Confcommercio Milano al Circolo del Commercio per “Fare Matching per crescere”, un momento di ascolto e confronto fra le aziende con l’obiettivo di far conoscere meglio la propria attività e acquisire nuovi clienti, imparare a saper sfruttare le potenzialità dei social network per promuoversi con risultati misurabili. 12 aziende, 5 minuti ciascuna, hanno presentato esperienze, servizi e promozioni. E al termine (durante un aperitivo) vi è stata la possibilità di approfondire i contatti con chi di interesse.



Per la mia salute  
ho scelto uno strumento di precisione.

**ASSISTENZA SANITARIA DEDICATA AGLI IMPRENDITORI  
E PROFESSIONISTI ISCRITTI ALLE ASSOCIAZIONI  
ADERENTI AD UNIONE CONFCOMMERCIO MILANO,  
LODI, MONZA E BRIANZA**

**Ente Mutuo** grazie alle sue caratteristiche e alla varietà dell'offerta è la soluzione ottimale per i **Soci Unione Confcommercio** che desiderano accedere ad un'Assistenza Sanitaria altamente qualificata.



[www.entemutuomilano.com](http://www.entemutuomilano.com)  
[marketing@entemutuomilano.it](mailto:marketing@entemutuomilano.it)



Corso Venezia, 49 - 20121 Milano  
Numero di telefono unico: 02.7750.950

**Ente Mutuo. Piacere di stare bene. Insieme a chi ami.**

# Chi siamo

Ente Mutuo Unione Confcommercio Società di Mutuo Soccorso, nasce nel 1955 nell'ambito dell'Unione Commercianti; 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 a 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 60 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
- Presenta vantaggi fiscali - detraibile dall'IRPEF
- Veloce - meno tempi d'attesa
- **Nuovi servizi: Assistenza 24h/24h**
- **Nuovi servizi: Possibilità di versare i contributi mensilmente grazie a ProFamily**

## Ente Mutuo. Le Forme di Assistenza

Ente Mutuo propone 5 Forme di Assistenza su misura per ogni esigenza:

**Forma SMART** La nuova Forma Semplice e veloce per assistenza ambulatoriale

**Forma B** Assistenza specialistica ambulatoriale ed altri contributi

**Forma C** Assistenza ospedaliera

**Forma D** Assistenza specialistica ambulatoriale - Assistenza ospedaliera ed altri contributi

**Forma Dplus** Assistenza specialistica ambulatoriale - Assistenza ospedaliera più completa ed altri contributi

## Ente Mutuo. I numeri

- Opera da 60 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

**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 8.45 - 13.15 / 13.45 - 16.30  
venerdì 8.45 - 13.15 / 13.45 - 15.30

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

**Abbiategrosso** - Via Annoni 14

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

**Bollate** - Via degli Alpini 4

**Bresso** - Via Patellani 58/60

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

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

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

**Cinisello Balsamo** - Via Frova 34

**Cologno Monzese** - Piazza Italia 7

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

**Desio** - Via Diaz 8

**Gorgonzola** - Piazza S. Francesco 2

**Legnano** - Via XX Settembre 12

**Lissone** - Via Madonna 13

**Magenta** - Via Volta 62

**Melegnano** - Via Pertini 18/24

tel. 02 94967383

tel. 02 9055219

tel. 02 3502814

tel. 02 66501379

tel. 0363 61503

tel. 0331 880691

tel. 02 9230715

tel. 02 66049259

tel. 02 2543690

tel. 02 4479582

tel. 0362 624541

tel. 02 9513320

tel. 0331 440335

tel. 039 482045

tel. 02 97298074

tel. 02 9830768

**Melzo** - Via Turati 6

**Monza** - Via De Amicis 9

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

**Rho** - Via XXV Aprile 6

**Rozzano** - Via Mimose 63

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

**Seregno** - Via Don Minzoni 2

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

**Seveso** - Corso Marconi 35

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

**Vimercate** - Largo Pontida 3/9

**Unione Confcommercio Lodi**

**Lodi** - Via Haussmann 1/B

tel. 02 9550084

tel. 039 360771

tel. 02 9181247

tel. 02 9303480

tel. 02 8257653

tel. 02 2134518

tel. 0362 231234

tel. 02 2621679

tel. 0362 506724

tel. 02 90966402

tel. 039 6850839

tel. 0371 432106



(foto di Mattia Dognini)

Apprezzamento per la misura promossa dall'assessorato allo Sviluppo economico guidato da Mauro Parolini: garantirà ai confidi l'ampliamento dell'operatività finanziaria a sostegno dell'imprenditoria lombarda



## Controgaranzia Confcommercio Lombardia: bene la Regione sul credito alle imprese

**D**a Confcommercio Lombardia un apprezzamento per il provvedimento sulla controgaranzia promosso dall'assessorato allo Sviluppo economico di Regione Lombardia (guidato da Mauro Parolini). Una misura – rileva Confcommercio Lombardia - che consentirà di mettere in circolo circa 10 miliardi di nuovi finanziamenti nel triennio. L'Osservatorio Confcommercio di febbraio 2016 evidenzia come, nell'ambito del 21,8 per cento delle imprese del terziario che si sono rivolte al sistema bancario per ottenere credito, il 76 per cento lo abbia fatto per esigenze di liquidità o di cassa, il 12,4 per cento per effettuare investimenti e l'11,6 per cento per ristrutturare debiti esistenti.

In un momento ancora delicato per le imprese sul fronte dell'approvvigionamento del denaro,

questo provvedimento – spiega Confcommercio Lombardia - garantirà ai confidi lombardi l'ampliamento della propria operatività finanziaria a sostegno del mondo



economico regionale. Confcommercio Lombardia attende ora (nel momento in cui si scrive n.d.r.) il decreto attuativo.



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



*Torrefattori importatori  
di caffè  
e grossisti alimentari*



## Altoga, Remo Ottolina rieletto presidente

L'assemblea di Altoga (l'Associazione lombarda torrefattori, importatori di caffè e grossisti alimentari) ha rinnovato le cariche sociali. Remo Ottolina, rieletto presidente, ha fatto riferimento, nella sua relazione, agli aspetti positivi che Expo ha portato alle aziende. In particolare allo sviluppo sostenibile (la lotta alla fame e agli sprechi, la qualità e la sicurezza alimentare, il diritto all'alimentazione, l'educazione alimentare, la salvaguardia delle biodiversità e delle tipicità: temi che Expo lascia in eredità). Ottolina ha ricordato il format di "Enjoy The Table" con la partecipazione di aziende associate a tre fiere di settore e a una manifestazione aperta al pubblico di successo al Castello Sforzesco di Milano (nell'ambito di ExpoInCittà). Ha inoltre sottolineato come la caffetteria al bar costituisca un prodotto di punta e rappresenti oggi il 30% del fatturato complessivo (anche se, ultimamente, i consumi di caffetteria al bar sono diminuiti di circa il 3%). Nel campo della ristorazione – ha affermato – vi sono stati cambiamenti di consumi (i piatti calorici sostituiti con quelli più dietetici, centrifugati con frutta o verdura, a questo proposito negli ultimi tempi



sono nate anche start up), ma è importante – ha rilevato Ottolina – che il personale sia preparato professionalmente sia in materia di alimenti, sia in materia amministrativa.

La figura del grossista moderno, ha proseguito – più giusto definirlo distributore all'ingrosso – è quella soprattutto di un operatore che studia il mercato ed appronta, con la collaborazione del dettaglio, l'assortimento delle merci in funzione dei bisogni e delle esigenze del consumatore. Alle mutate esigenze adegua la propria struttura impegnando ingenti

capitali e dimostrando elevate capacità professionali: nella preparazione merceologica, nella ricerca delle più idonee fonti di approvvigionamento, nella conoscenza del settore

distributivo al dettaglio e nella preparazione tecnico-economico-finanziaria.

Ma, ha detto Ottolina, c'è di più. Al distributore all'ingrosso, proprio per la sua naturale collocazione all'interno del circuito distributivo, è riuscita un'operazione quasi impossibile: conciliare le esigenze dei produttori con quelle dei dettaglianti, offrendo ai primi l'opportunità di concentrare le vendite dirette su pochi clienti ed ai secondi di approvvigionarsi più frequentemente in quantità minori per ogni articolo, riducendo in tal modo l'immobilizzo di capitali. (AP)



## Accordo di Aires, Ankra e Netcomm con Legambiente



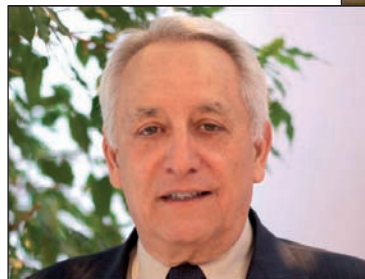
**Dario Bossi, vicepresidente Ankra**

# Elettrodomestici con la guida per il risparmio energetico

**G**razie a un accordo tra le associazioni Aires, Ankra, Netcomm e Legambiente, i negozi specializzati nella vendita di elettrodomestici riceveranno in forma informatica una dettagliata guida sulla corretta applicazione delle direttive Etichetta energetica ed Ecodesign, le due principali norme che riguardano il risparmio energetico finale e che coinvolgono il settore degli elettrodomestici. La prima direttiva aiuta il consumatore a scegliere i prodotti più efficienti, la seconda fissa gli standard minimi per i prodotti per stare sul mercato e indica alcune informazioni obbligatorie da rendere disponibili sul prodotto. L'intesa rientra nell'ambito del progetto Marketwatch, cofinanziato dalla Commissione Europea e sviluppato per tre anni da un consorzio di associazioni ambientaliste e consumeriste europee per verificare l'aderenza alla normativa europea degli elettrodomestici immessi sul mercato.

"Nella logica della trasparenza e della sempre più attenta informazione verso i consumatori, Ankra aderisce con entusiasmo alla diffusione di questo manuale che certamente sarà utile in una doppia valenza: per il retailer e per il consumatore" ha dichiarato Dario Bossi, vicepresidente di Ankra (l'Associazione nazionale Confcommercio dei commercianti di elettrodomestici).

"Si tratta di un'iniziativa senza precedenti per portata, che mette il nostro paese all'avanguardia in questo settore - ha affermato Davide Rossi, direttore generale di Aires Confcommercio (l'Associazione italiana retailer elettrodomestici specializzati) - sono 1.500 le superfici di vendita nel nostro Paese che verranno raggiunte da questo manuale:



**Roberto Liscia, presidente Netcomm**



**Davide Rossi, direttore generale Aires**



**Davide Sabbadin, responsabile efficienza energetica Legambiente**

uno strumento utile per migliorare la già buona performance di applicazione che si ha mediamente in Italia. Il continuo aggiornamento della norma e qualche difficoltà di interpretazione, infatti, a volte rendono difficile un'applicazione immediata e puntuale. Con questo strumento riusciremo a migliorare ulteriormente il contributo del settore della distribuzione al risparmio energetico".

"É spesso difficile per i consumatori la ricerca dell'etichetta o dei dati di prodotto che obbliga-

toraneamente devono essere inseriti nella pagina di vendita di un elettrodomestico - ha detto Roberto Liscia, presidente di Netcomm (il Consorzio del commercio elettronico italiano) - Questo manuale si pone come utile strumento per gli operatori dell'eCommerce nel capire come posizionare le etichette e come dare rilievo alle informazioni essenziali".

"Le direttive Ecodesign ed Etichetta energetica, se ben attuate - ha rilevato Davide Sabbadin, responsabile efficienza energetica di Legambiente - sono un grande motore per l'innovazione ambientale e uno strumento di risparmio straordinario".

# FederModaMilano con Banca Sella: commissioni competitive sugli incassi tramite i Pos

**F**ederazione Moda Italia-FederModaMilano hanno siglato con Banca Sella una convenzione con condizioni, rileva

FederModa-Milano, molto competitive sulle commissioni per gli incassi tramite Pos: 0,80% sul transato con carta di credito nel caso di apertura di un conto corrente e 0,90% senza l'apertura del conto corrente. Sul transato con



Pagobancomat lo 0,30% (con l'apertura del conto corrente) e lo 0,35% (senza l'apertura del conto corrente). Inoltre, sono gratuiti l'installazione e il canone annuale di noleggio e manutenzione del Pos fisso.

Per informazioni contattare FederModaMilano: 0276015507.



**Renato Borghi, presidente di Federazione Moda Italia**

*Approvato un emendamento a Montecitorio in un disegno di legge ora al vaglio del Senato*

## Federazione Moda Italia: sulla tracciabilità dei prodotti bloccata la possibile responsabilità penale dei rivenditori

altrimenti in circolazione i medesimi prodotti"), licenziato dalla Camera ed ora al vaglio del Senato.



"Siamo molto soddisfatti per l'approvazione dell'emendamento che ha eliminato le parole 'ovvero pone in vendita o mette altrimenti in circola-

**F**ederazione Moda Italia (con il sostegno della responsabile dell'Osservatorio legislativo e delle relazioni istituzionali di Confindustria) segnala di essere intervenuta con successo per eliminare la previsione di una responsabilità penale degli operatori commerciali inserita all'interno di un disegno di legge su "Disposizioni per l'introduzione di un sistema di tracciabilità dei prodotti finalizzato alla tutela consumatore" (ex art. 4: "Salvo che il fatto costituisca più grave reato, è punito ai sensi dell'articolo 517 del Codice penale chiunque appone a prodotti destinati al commercio codici, di cui alla presente legge, che contengano riferimenti non corrispondenti al vero, ovvero pone in vendita o mette

**Luca Squeri (qui sopra) e Raffaello Vignali: con il loro emendamento approvato è stato stralciato il testo che prevedeva una possibile responsabilità penale anche dei distributori sulla tracciabilità dei prodotti**



zione i medesimi prodotti" - afferma presidente di Federazione Moda Italia Renato Borghi - stralciando un'evidente forzatura che avrebbe imposto ai rivenditori una sorta di responsabilità oggettiva" con specifiche sanzioni nel caso di mancata veridicità delle indicazioni relative alla tracciabilità. "Ringrazio i deputati Luca Squeri e Raffaello Vignali - conclude Borghi - per aver colto il nostro disagio e portato avanti le nostre istanze, sottoscrivendo l'emendamento". Riguardo all'etichettatura "non possiamo più tollerare

norme evidentemente inique considerato che i distributori sono normalmente estranei al processo di produzione dei beni rispetto al quale non hanno alcuna capacità di incidere e, soprattutto, di controllare la rispondenza al vero di quanto dichiarato da terzi".

*Undicesima edizione dell'iniziativa promossa dall'Associazione italiana macchine e tecnologie utensili nell'ambito della manifestazione fieristica MEC SPE*



## A Parma il “Villaggio Ascomut”

**A** Parma rinnovata la presenza di Ascomut (l'Associazione italiana macchine e tecnologie utensili), nell'anno di celebrazione del settantesimo anniversario dell'Associazione, con l'undicesima edizione del “Villaggio Ascomut” (nell'ambito della manifestazione fieristica MEC SPE).

Con 1.592 espositori (+24%) e 39.656 visitatori (+17%) MEC SPE – informa Ascomut - ha fatto registrare un andamento complessivo decisamente positivo. Lo stesso si può dire del “Villaggio Ascomut” ubicato al Padiglione 2.

Erano 26, quest'anno, le aziende presenti con una vasta gamma di soluzioni tecnologiche: Abc Tools spa; Atmec srl; Brunabosi srl; Chiron Italia spa; Dal Cason Trading srl; Emuge-Franken srl; Faustino Pittori & C. srl; Gf Machining Solutions spa; Grob Italia srl; Haas Factory Outlet Operated By Celada srl; Heidenhain Italiana srl; Heller

Italia Macchine Utensili srl; Hoffmann Italia spa; Homberger spa; Lns Italia srl; Multicontrol srl; R.F. Celada spa; Riboni Segatrici srl; Sef

Meccanotecnica srl; Soc. It. Commerciale Utensili spa; Stahlwille Utensili srl; Synergon spa; Tecnor Macchine spa; Ubiemme Gühring Italia srl; Vimacchine spa; YG1 Italy srl.

Nel “Villaggio Ascomut” cerimonia di conferimento, da parte dell'Associazione, di una somma di denaro all'Istituto Galilei di Milano nell'ambito del progetto “Adotta una Scuola” finalizzato al sostegno della formazione tecnica di qualità nel campo della meccanica (foto

con il presidente di Ascomut Andrea Bianchi, secondo da destra n.d.r.).

*Finanziamento all'Istituto Galilei di Milano nell'ambito del progetto “Adotta una Scuola”*



*L'Associazione dei distributori di idrotermosanitari*

## Audiovisivo di Angaisa ad Expocomfort per i 60 anni

**A**ngaisa (l'Associazione dei distributori del settore idrotermosanitario aderente a Confcommercio), presente a Fiera Milano Rho in occasione della recente manifestazione fieristica Expocomfort, ha proiettato - all'interno dell'area denominata “Tecnopolis –CasANGAISA” - l'audiovisivo “60 anni di Angaisa” che ripercorre in videomapping tutte le tappe fondamentali della storia dell'Associazione: gli eventi, le iniziative, i protagonisti.

Tutte le iniziative legate al sessantennale di Angaisa sono



state realizzate in collaborazione con le industrie soci sostenitori: Caleffi (componenti per impianti idrotermosanitari); Cristina Rubinetterie (rubinetteria); Daikin Air Conditioning Italy (climatizzazione); Danfoss (termoregolazione); Ferrari

(componenti e accessori impiantistica e attrezzatura); Junkers/Robert Bosch (riscaldamento, produzione acqua calda sanitaria); Mapei (adesivi, sigillanti, prodotti chimici per l'edilizia); Marazzi Group (pavimenti e rivestimenti); Samo (soluzioni doccia); Tece Italia (sistemi di scarico, drenaggio e distribuzione sanitaria). (SM)

## Assorologi: l'indagine GFK sul mercato degli orologi da polso in Italia

**E'** stata presentata in Confcommercio Milano l'indagine sul mercato degli orologi da polso in Italia, realizzata da GFK Retail per conto di Assorologi. I dati del 2015 sono positivi, in particolare per il valore delle vendite. Il mercato italiano vale 1,41 miliardi di euro e ha movimentato poco meno di 7 milioni di pezzi. Molto evidente la crescita a valore (+12%) che rappresenta la migliore performance registrata negli ultimi dieci anni. Per contro, l'indagine mostra una leggera flessione nel numero di pezzi venduti (-2,9% sul 2014). Il prezzo medio sale a 209 euro (da 183). Il consumatore italiano acquista, quindi, qualche orologio di meno, ma di valore più alto.



*Mario Peserico, presidente di Assorologi*

Si continua a comprare di più nelle gioiellerie e orologerie anche se calano le quote di mercato. In crescita gli acquisti

su internet e nei negozi di articoli sportivi trainati dal fenomeno smartwatch. Le motivazioni che spingono all'acquisto di un orologio da polso sono il design, il prezzo e la marca. Dopo dicembre (con i regali di Natale), i mesi più favorevoli agli acquisti di un orologio sono aprile, luglio, settembre e ottobre. (AL)



*Giulio Di Sabato, presidente di Assomoda*



## Assomoda in Russia e Cina Accordo per garantire a brand emergenti la partecipazione alla settimana della moda di Pechino

**A**ssomoda (l'Associazione italiana degli agenti e distributori della moda e dello sport) – dopo aver partecipato al "Fashion Futurum" di Mosca - ha preso parte, con il presidente Giulio Di Sabato, alla Mercedes Benz Fashion Week di Pechino stipulando (grazie alla collaborazione con lo Studio Mattori) un accordo quinquennale con la cinese Show Town per garantire la partecipazione, alle future edizioni della settimana della moda di Pechino, di nuove

voci creative del panorama italiano del fashion. A Pechino i marchi che, con Assomoda, hanno partecipato alla settimana della moda cinese erano: Patrizia Pepe Uomo, Chicca Lualdi, Mauro Gasperi, Filippo Fanini, Ultràchic, Los Angeles Gang, Balossa, Cividini Uomo, Mattia Capezzani, Cutuli Cult e Jamais Sans Toi. Sono stati realizzati incontri B2B con opinion leader del mondo della moda cinese e buyer dei maggiori fra department store e negozi cinesi.

## “Milano...un fiore di città” Grosse sfere di margherite con i fioristi milanesi per “Fiori sul Naviglio Grande”

Con il messaggio “Milano... un fiore di città” (foto locandina) l'Associazione fioristi milanesi ha partecipato con gli operatori associati, alla ventiduesima edizione di “Fiori sul Naviglio Grande” tornando a decorare il Ponte dei Sassi e il Vicolo dei Lavandai. Il Ponte dei Sassi è stato trasformato in un giardino: con una base di alloro, ornato con le margherite dai toni del giallo, del rosa e del fuxia. L'effetto – spiega Anna Lucia Carbognin, presidente dell'Associazione fioristi milanesi – è quello di grosse sfere fiorite. Sempre margherite anche per il Vicolo dei Lavandai dove l'Associazione è stata presente, per l'intera giornata della manifestazione, con una postazione: “grazie al contributo e alla collaborazione di Interflora – prosegue Anna Lucia Carbognin – abbiamo offerto a cittadini e turisti piante, gadget e palloncini”.

*Gli operatori dell'Associazione fioristi hanno decorato il Ponte dei Sassi e il Vicolo dei Lavandai. Piante e gadget a milanesi e turisti con il contributo di Interflora*



## Con Asseprim “Controverso” (sul futuro della comunicazione)



Con Asseprim (la Federazione dei servizi professionali per le imprese) “Controverso: confronti e

scontri sul mondo della comunicazione”

CONTRORSO

il 19 aprile nella sede milanese di Confcommercio (corso Venezia 47, sala Orlando, tutta la giornata). Obiettivo: delineare il futuro della comunicazione in Italia. (BB)



**Andrea Sangalli, presidente dell'Associazione Orafa Lombarda**

## Associazione Orafa Lombarda: passo in avanti nell'incontro al Ministero dello sviluppo economico sulla crisi dei laboratori di orologeria



sensibilizzare il Governo sulla difficile situazione in cui si trovano i laboratori degli orologiai riparatori in difficoltà per le restrizioni nella distribuzione delle parti di ricambio (vedi *Unioneinforma* di dicembre 2015 a pag. 26 n.d.r.). E' l'unani-

Un importante passo in avanti per

me impressione dei rappresentanti delle Associazioni di categoria dopo l'incontro con i tecnici del Ministero dello sviluppo economico, al quale erano stati convocate Confcommercio, Federpreziosi, Associazione Orafa Lombarda (all'inter-

no della quale è stata costituita la categoria nazionale degli Orologiai Riparatori), Confartigianato. I rappresentanti del Governo – spiega l'Associazione Orafa Lombarda - si sono impegnati, a fronte della ponderosa documentazione presentata e delle dettagliate casistiche esposte, ad approfondire la problematica e a costituire tavoli di confronto con gli attori del mercato. (SM)

*In un convegno l'esperienza di valorizzazione del Distretto Urbano del Commercio*

## Milano, "L'Isola e le sue piazze"

“L'Isola e le sue piazze – L'esperienza di valorizzazione di un Distretto Urbano del Commercio”, svoltosi a Milano in Regione a Palazzo Pirelli, è il titolo del seminario promosso da Regione Lombardia (Direzione generale sviluppo economico) e Comune di Milano (Direzione centrale attività produttive e marketing territoriale) nel corso del quale sono stati illustrati il bando (finanziato da Regione e Comune) e il programma di ricerca effettuato dal Politecnico di Milano (Dipartimento di Architettura e Studi Urbani e Dipartimento di Design) sul DUC (Distretto Urbano del Commercio) del quartiere Isola: “L'isola e le sue piazze. Attività economiche, urbane, cultura e spazio pubblico: come cambiano le tipologie di offerta e le pratiche d'uso”.

L'esito della prima fase di monitoraggio della ricerca ha riguardato la geografia urbana ed economica del DUC Isola, il suo patrimonio immobiliare, la sua offerta turistica e culturale e la fruizione dello spazio pubblico. La ricerca è stata effettuata con approcci differenti e complementari; tramite mappature sono stati messi in evidenza la relazione tra lo spazio pubblico e la localizzazione degli eventi, gli itinerari tematici, le dinamiche del mercato urbano, la geografia delle attività

economiche e le dismissioni degli spazi sfitti. Tramite la user experience, lo spazio è stato osservato mantenendo come fulcro il punto di vista degli utenti rispetto agli eventi, agli arredi e allo spazio pubblico.

Il bando ha preso invece in considerazione diversi interventi a supporto dell'identità urbana del

quartiere e della fruizione delle risorse culturali, architettoniche, ambientali e commerciali; l'identità urbana passa



**Tra i partecipanti all'iniziativa "L'Isola e le sue piazze"**  
**Pier Vito Antoniazzi, coordinatore del DUC Isola**  
(immagine di Benedetta Borsani)

**Tradizione e innovazione convivono all'Isola**  
(foto di Santa Santacesaria)

attraverso dei punti attrattori, percorsi ed elementi che possono essere declinati a seconda delle esigenze e che, oltre a segnalare l'area, aiutino e supportino i visitatori del quartiere (microluoghi di servizio ed orientamento, elementi decorativi sui lampioni, urban clock, bolli di orientamento, marker in forex, vetrofanie e murali). Il colore individuato e utilizzato in modo trasversale per caratterizzare gli elementi è il lilla (come la M5 che ferma a Isola).

A settembre, in un seminario pubblico, saranno presentati gli esiti del monitoraggio e la valutazione della fase attuativa progettuale che ha accompagnato la fase di sperimentazione del progetto pilota. Verrà

inoltre realizzata una pubblicazione scientifica promossa dai dipartimenti del Politecnico di Milano. (AL)



## Abbiategrasso: i riconoscimenti del premio "Italo Agnelli" 2016

**S**uccesso per la seconda edizione del premio alla memoria di Italo Agnelli, fortemente voluto dai figli Brunella e Manuel. Due le borse di studio assegnate il 10 marzo (data di compleanno del presidente della Confcommercio abbiatense e storico segretario della stessa: "un dirigente della nostra Organizzazione ed un amico affezionato" come ha ricordato in una lettera il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli. Un uomo appassionato che "sapeva dare davvero qualcosa agli altri e al suo territorio").

E così, nel corso di una partecipata serata il cui intento non è stato quello di celebrare la musica - o almeno non solo - ma di rendere omaggio alle tante eccellenze del territorio, Luca Ravera, Monica Scarano e Marco Bonfiglio sono stati insigniti di una menzione per i loro successi sportivi; i sindaci dei Comuni di Albairate e di Rosate, Giovanni Pioltini e Daniele Del Ben, hanno ricevuto un riconoscimento per il loro impegno ambientale (insieme a loro sul palco anche Agnese Guareschi e Renata Lovati per il loro impegno civico). E sempre per il loro impegno green sono stati premiati l'agricoltore Oliviero e l'agronoma Francesca Neonato per il progetto Librarsi, già vincitore del Premio paesaggio 2014-2015 del Consiglio d'Europa.

Non potevano mancare, tra i protagonisti della serata, le donne: in particolare Angela Manzoni, vicepresidente dell'Associazione territoriale Confcommercio di Abbiategrasso e, in rappresentanza dell'associazione Iniziativa Donna (che

ha sviluppato una rete culturale nel territorio attraverso eventi e manifestazioni) Nunzia Fontana, premiata e intervistata da Tommaso Sacchi, delegato alla cultura del Comune di Firenze (che, a sua volta, ha ritirato un premio per l'impegno che il capoluogo toscano ha dimostrato nello sviluppo di iniziative culturali).

Premiati anche Luca Cairati, direttore e ideatore del Teatro dei Navigli (esibitosi durante la serata) per il suo impegno nella promozione della cultura sul territorio e Simona Lombardo di Arte nelle Mani (suo l'abito indossato da Brunella Agnelli, segretario della Confcommercio abbiatense, durante la premiazione - *foto a fianco n.d.r.*) per la "cultura del lavoro". In particolare si è voluto premiare Arte nelle Mani per aver saputo conservare e innovare (e così tramandare) l'antico mestiere della tessitura a mano con telai lignei. E sul finire della serata è stato consegnato il vero e proprio premio "Italo Agnelli": due borse di studio quest'anno assegnate agli studenti Chiara Andrea Nava e Alvise Barbuio per le rispettive tesi di laurea: "Il disegno della piazza del mercato in Europa" e "Future food market". Entrambi gli studenti sono stati insigniti del riconoscimento in quanto hanno offerto prospettive nuove per il rilancio di due spazi cittadini (il primo a Torino e il secondo a Milano) dedicati al mercato con concetti presi dall'urbanistica, dal marketing e da diversi contesti internazionali. (BB)





*Gli albergatori e “la Milano che conviene”*

## Alto Milanese: risorse alle imprese con il Distretto dell'attrattività turistica

**C**on il Distretto dell'attrattività turistica (Dat) 144.000 gli euro erogati per le imprese commerciali dell'Alto Milanese con i bandi emanati da Regione Lombardia. Il programma del Dat ha spinto i Comuni ad aggregarsi per iniziative di promozione territoriale: come la rete d'impresa degli albergatori “la Milano che conviene”, primo esempio di valorizzazione turistica nell'ambito della Città Metropolitana (iniziativa che ha la collaborazione e il sostegno di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza con l'Associazione territoriale Confcommercio di Legnano). A Legnano si è fatto il punto su quest'eredità positiva dopo Expo: con (fra gli altri) il sindaco Alberto Centinaio, Sara Bettinelli (sindaco di Inveruno e presidente del Patto dei sindaci dell'Alto Milanese), il presidente della Confcommercio di Legnano Paolo Ferrè e Luigino Poli, referente per la rete d'impresa degli albergatori. “Il lavoro di squadra – ha sottolineato Paolo Ferrè - è stato fondamentale e in questa maniera abbiamo raccolto un qualcosa che va al di là del semestre espositivo di Expo. E, a dimostrazione che questo è un



*Da sinistra: il sindaco di Legnano Alberto Centinaio, il sindaco di Inveruno Sara Bettinelli (presidente del Patto dei sindaci dell'Alto Milanese), il presidente della Confcommercio di Legnano Paolo Ferrè e Luigino Poli (albergatori: “la Milano che conviene”)*

modello di collaborazione che funziona, nascerà ora anche una rete dei ristoratori (vedi in questa pagina n.d.r.)”. “La rete d'impresa – ha rilevato Luigino Poli - ha dimostrato come si può crescere. Ora non bisogna disperdere questo metodo di lavoro. Con la Città Metropolitana il progetto continua”.

## E nasce la rete “I Ristoranti del Buongusto”



*Rete d'impresa “I Ristoranti del Buongusto”: foto di gruppo con gli operatori aderenti*

**I**n continuità con la rete d'impresa degli alberghi “la Milano che conviene” nasce nell'Alto Milanese, con la collaborazione della Confcommercio territoriale, la rete “I Ristoranti del Buongusto” che vede già l'adesione di dieci ristoranti: “L'Altra Botte” (Legnano); “Madreperla” (Magenta); “Koiné” (Legnano); “Rid e Pacià” (Legnano); “Al Nuovo Rossini” (Legnano); “Ma” (Legnano); “L'Antico Teatro” (Legnano); “La Fornace” (San Vittore Olona); “La Guardia” (Nerviano); “Antica Locanda Villorosi” (Nerviano). Oltre all'ottimizzazione dei costi, la rete “I Ristoranti del Buongusto” punta innanzitutto a creare un portale per le prenotazioni in rete e ad attivare iniziative sui social e di gestione delle mailing.



\* di Lucia Mari  
(giornalista di moda)



## Moda donna in passerella senza l'ossessione del peso

**P**otrei cominciare così: alla maniera di Proust, perché le tendenze di moda anticipate a Milano per l'inverno prossimo venturo, saccheggiano il tempo perduto. Perduto, ma ritrovato, il tempo che Milano Moda Donna ha anticipato con la kermesse (24-29 febbraio) nella quale è stato coinvolto anche il premier Renzi. A testimonianza di come la moda sia una cosa seria. Anzi, serissima con i molti Paesi golosi di made in Italy, puntuali all'appuntamento stagionale. Di rigore, dunque, parlarne. Meglio, scriverne. Allora, "alla maniera di Proust" perché non c'è niente di più moderno del passato: e, spesso, è un passato remoto, se non remotissimo.

Cominciamo col dire che va tutto e il contrario di tutto. Cominciamo dalla gonna: va bene il corto, la vecchia mini oppure la longuette cioè al polpaccio, ma se l'orlo spazzola le caviglie va bene lo stesso. E' il nuovo folk che avanza signore mie, ma se qualcuna di voi ha l'animo sexy niente paura: ecco

le trasparenze di stagione a darvi man forte. Comunque, un leit motiv ricorrente è il giubbotto che "osa" appoggiarsi sull'abito di pizzo perché il casual non casuale è tuttora valido. Mescolare gli stili è quasi un obbligo per sentirsi "à la page". Lo stesso discorso vale per gli accessori: le scarpe possono ostentare antiestetiche zeppe, tacchi a spillo con rischio di frattura. Oppure essere piatte piatte nel mito delle ballerine care all'indimenticabile Audrey Hepburn. Insomma, signore mie, fate come vi pare, vestitevi come preferite per assecondare fisico e personalità. Che fa rima con età. E, per chi se lo può permettere, va bene ostentare anche un'aria sexy nell'abito sottoveste che guarda al passato, magari di satin nero. Oppure ostentare spacchi che salgono e scolliti che scendono in zona rischio. Conoscersi: ecco dove sta la difficoltà. Mi è capitato di leggere un titolo coinvolgente "In passerella sfilano le non modelle": non solo, la stilista ci teneva a sottolineare come gli abiti che creava



andassero in passerella "per essere venduti e indossati da donne vere". Cioè donne buon senso che si conoscono e non amano fare le ragaz-zine, col risultato di apparire ridicole. A proposito: torna anche il caro blazer di buona memoria. E non sono variazioni sul tema, ma il caro blazer un po' maschile. Alla Armani per intenderci. Con i pantaloni: non più solo strettissimi, per fortuna. Alcuni modelli sono scampanati e si fermano quasi al polpaccio. Insomma, ce n'è per tutte. E qui mi rivolgo alle giovanissime con l'ossessione del peso: un'assurdità pensare che soltanto

con pochi chili addosso sia possibile emulare le protagoniste delle passerelle; o essere desiderabili. E' vero, negli anni Sessanta c'era Twiggy, battezzata indossatrice-grissino: un'inglesina che, nonostante la magrezza patologica, esercitava una sottile seduzione. Molto sottile, a dire il vero. Ma l'anoressia che fa look non ci piace: c'è stato un periodo che, per ritrovare questa magrezza patologica, le passerelle cercavano "quasi" adolescenti con forme da indovinare. Per fortuna adesso la musica è cambiata, la stessa Camera della Moda osteggia le aspiranti indossatrici con l'ossessione del peso. Non solo, ad ogni edizione manda una circolare dove dice chiaro e tondo che non sono ammesse le magre patologiche. Insomma, magro è bello non ci piace: ne sa qualcosa la mitica Barbie, se ha pensato di ingrassare un pochino, senza peraltro danneggiare il suo fascino.



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



**Unione**  
**CONCOMMERCIO**  
 IMPRESE PER L'ITALIA  
 MILANO · LODI · MONZA E BRIANZA

---

# GLI **STRUMENTI** DI CONFCOMMERCIO MILANO IN **ARMONIA** CON IL TUO MERCATO E LE TUE NECESSITÀ

---



Il nostro lavoro è darti tutti gli strumenti giusti.  
Dirigiamoli insieme verso una nuova stagione di successi.

## **137 ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA E TERRITORIALI**

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