



Unione *informa*

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

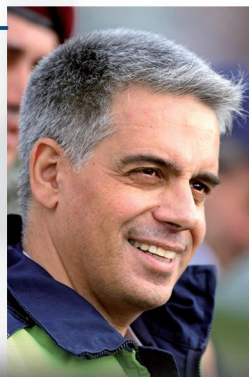
**Contributo a fondo perduto
fino all'85% per una
saracinesca e/o vetrina**

Come diventare
**"AMICI DEI MERCATI
AMBULANTI MILANESI"**



Distretti del commercio a Milano:
Brera, Giambellino, Isola, Navigli, Sarpi

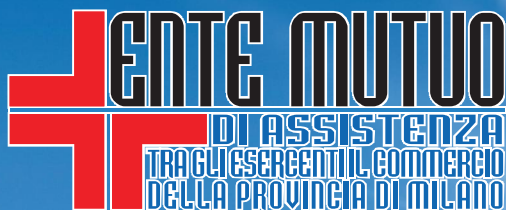
L'intervista
STEFANO MAULLU
Assessore Commercio
Turismo e Servizi
della Regione Lombardia



Una vetrina da
nel giornale la
scheda per aderire
al concorso
abbinato al
Festival Internazionale
della Musica

MILANO





LA TUA ASSISTENZA SANITARIA DEDICATA



Ente Mutuo, per le sue caratteristiche, è la soluzione ottimale per tutti gli operatori del commercio, turismo, servizi e professioni regolarmente iscritti all'UNIONE CTSP che desiderano accedere ad un'assistenza sanitaria altamente qualificata.

ENTE MUTUO È

Esclusivo

• *Affidabile*

Su misura - 4 forme di assistenza -



• *Presenta vantaggi fiscali*

Prestazioni sanitarie erogate presso strutture di primaria importanza in Milano e Provincia:

ASSISTENZA OSPEDALIERA

ASSISTENZA SPECIALISTICA AMBULATORIALE

ALTRI CONTRIBUTI

CHIAMACI .!!

**È a tua disposizione l'Ufficio Relazioni Esterne ai numeri
02 7750.359/474/211**

Corso Venezia, 49 - 20121 Milano - informazioni@entemuomilano.it - www.entemuomilano.it

editoriale



sommario

giugno 2010
n. 6 - anno 16

ATTUALITÀ

4
DISTRETTI
DEL COMMERCIO
A MILANO: BANDO
PER SARACINESCHE
E VETRINE. CONTRIBUTI
A FONDO PERDUTO
FINO ALL'85%
DELL'INVESTIMENTO

CREDITO

7
CONVENZIONE
CON CARIGE:
L'UNIONE PREMIA
LA FEDELTA' ASSOCIATIVA

CITA'

21
MITO (FESTIVAL
INTERNAZIONALE
DELLA MUSICA):
ADERIRE AL CONCORSO
VETRINE 2010

Unioneinforma è stato ultimato
il 5 giugno.

Il commercio "racconta" Milano

La storia del nostro
territorio attraverso
le imprese più antiche che
hanno saputo rinnovarsi
arrivando ad oggi senza
perdere la propria identità

al centro del giornale

Un po' più d'attenzione all'economia dei servizi

Lo scenario con il quale ci stiamo confrontando oggi è quello di una transizione difficile, in cui la crisi morde ancora il tessuto dell'economia reale e lo fa, anzitutto, in termini di aumento della disoccupazione, seppure in misura più contenuta rispetto a quanto si registri altrove.

In questo 2010 la crescita sarà modesta e fragile, come emerge anche dalle analisi dell'Ufficio studi di Confcommercio che prevede un incremento del Pil pari allo 0,7 per cento e dei consumi delle famiglie pari allo 0,6 per cento (*vedi pagina 6 n.d.r.*).

E', dunque, necessario rafforzare la capacità competitiva delle pmi che sono la struttura portante del nostro sistema produttivo.

Perché, come abbiamo scritto nel Manifesto di Rete Imprese Italia, l'Associazione interconfederale, fondata da Confcommercio, insieme a Confartigianato, Cna, Confesercenti, Casartigiani e che si pone come strumento unitario di rappresentanza e di confronto con le istituzioni, la politica, le altre forze economiche e sociali, il futuro del Paese è inscindibilmente legato alle piccole e medie imprese e all'impresa diffusa. Quell'impresa diffusa che, anche in tempi di crisi, non ha tirato e non tira i remi in barca e che costituisce una risorsa fondamentale per rimettere in moto crescita e sviluppo, coesione sociale e coesione territoriale. Riconoscere le ragioni di questa Italia produttiva è, pertanto, una questione di responsabilità nei confronti sia delle imprese e dei lavoratori che anche degli interessi generali del Paese. E questa nuova, grande alleanza è la concreta testimonianza di un'Italia che vuole far valere di più e meglio le ragioni di queste imprese e che vuole contribuire, anche attraverso una capacità di analisi e proposta autonoma rispetto alla politica, alla costruzione di un Paese migliore e più ambizioso.

Nella crisi le piccole e medie imprese hanno pagato e continuano a pagare un prezzo salatissimo anche per via del peso della pressione fiscale, delle spese incompressibili, dei costi della burocrazia, delle difficoltà di accesso al credito, del ritardo dei pagamenti della pubblica amministrazione, del macigno della criminalità (soprattutto in alcune aree del Paese).

Le nostre pmi oggi più che mai hanno, quindi, bisogno di un sostegno robusto che le metta in condizione di essere più competitive e produttive.

Perché, nonostante inenavigabili difficoltà, dall'economia dei servizi - i servizi di mercato, quelli che Confcommercio largamente rappresenta e che già oggi contribuiscono per ben più del 40% alla formazione del Pil e dell'occupazione del nostro Paese - potrebbe venire una spinta determinante all'accelerazione ed all'irrobustimento della dinamica del ritorno alla crescita.

Un po' più di attenzione al nostro mondo, al mondo dei servizi che costituisce una grande risorsa per il Paese, quindi, non guasterebbe. Penso, anzi, potrebbe essere un ingrediente importante di una ricetta che contempra un'Italia più competitiva e più giusta.



CARLO SANGALLI

Presidente di Unione Confcommercio Milano

Unioneinforma
giugno 2010



l'intervista



Regione: un assessore unico per commercio, turismo e servizi

Stefano Maullu: Distretti del commercio il modello lombardo in vista di Expo 2015

Innanzitutto lo stanziamento di 6 milioni per favorire l'accesso al credito alle imprese del commercio e del turismo.

Poi l'impegno, insieme alle Camere di commercio, di altri 4 milioni, con il bando a sostegno dell'innovazione di processo,

Si avvicina Expo 2015: nelle strategie di marketing territoriale - e in sinergia con le capacità di attrazione turistica - si darà impulso allo sviluppo di un pluralismo distributivo che valorizzi le vie urbane e i centri storici?

"Tra gli obiettivi di sviluppo del territorio rientrano la valorizzazione e la promozione delle attività commerciali, con particolare attenzione agli aspetti legati alla tutela della tipicità e tradizione e al sostegno dell'aggregazione tra esercizi di vicinato, una ricchezza sociale e collettiva. Tutti i quartieri delle città lombarde, non solo quelli della tradizionale periferia, stanno vivendo, sia pur con accenti diversi, una radicale trasformazione. A definire i volti dei quartieri e le destinazioni funzionali occorre una chiara strategia di intervento. In campagna elettorale ho citato spesso l'esempio di Londra dove i progetti di riqualificazione urbana e commerciale dei quartieri sono stati la carta vincente per l'assegnazione alla capitale

inglese delle Olimpiadi del 2012. Ecco, credo che il modello lombardo dei Distretti commerciali proceda nella stessa direzione. Le nostre 'Olimpiadi' sono rappresentate dall'Expo. Regione Lombardia ha stanziato ad oggi un investimento complessivamente pari a 88 milioni di euro ed il totale dei Distretti commerciali sul territorio lombardo è salito così a 146. Sto studiando l'ampliamento ulteriore dei bandi per coprire l'intero territorio regionale nel più breve

Assessore Maullu, è molto importante l'unificazione delle deleghe di commercio, turismo e servizi in un unico assessorato regionale di riferimento. Anche altre competenze, come la semplificazione urbanistica e la formazione, sono peraltro "trasversali alle tematiche d'interesse del terziario. Nella Sua agenda per questa nuova legislatura quali sono le priorità?

"Le politiche di Regione Lombardia nel comparto commercio e turismo sono destinate ad essere implementate ulteriormente per rilanciare le imprese e, di conseguenza, l'occupazione. E in questa prospettiva che Regione Lombardia ha costruito una filiera di interventi.

Innovaretail, bando che si rinnoverà. In terzo luogo, il bando sui Distretti del commercio con 41 progetti per 65,5 milioni di investimenti complessivi. Bando ripetuto con una dotazione di 12 milioni.

Ed ancora la convenzione con il Comune di Milano con la quale si stanziavano 3 milioni per sostenere i negozi penalizzati dalla presenza di cantieri di pubblica utilità, così come si è già fatto finora anche con Brescia, Cremona e Lecco.





l'intervista



tempo possibile. Le "Terre Viscontee" nel Basso Pavese, il quartiere "Isola" a Milano o il "Centro Storico" di Crema sono esempi - sapranno così accrescere la capacità di attrazione dei loro Distretti migliorandone la centralità nell'esperienza di acquisto del consumatore. In questo modo si genererà un percorso virtuoso capace di raggiungere le finalità istitutive del Distretto: la tutela del commercio e la promozione del territorio, creando sinergie tra i vari soggetti coinvolti, esercizi di vicinato e media/grande distribuzione, con una maggiore integrazione tra urbanistica generale e urbanistica commerciale.

Accesso al credito: grazie a Regione Lombardia è stata molto intensa l'attività di consolidamento dei consorzi fidi. Si rafforzerà ulteriormente quest'impegno?

"Regione Lombardia, nel corso del 2009, ha proseguito nell'azione di sostegno alle imprese con un intervento volto a potenziare gli interventi di garanzia per favorire l'accesso al credito delle micro e pmi, che si trovano ad affrontare il pesante impatto della crisi economica e finanziaria in atto. Attraverso le apposite convenzioni stipulate con i Confidi del commercio e del turismo, sono state rese disponibili le risorse per sostenere le imprese lombarde attraverso i Confidi. L'intervento ha messo a disposizione complessivamente 6 milioni di euro per l'integrazione dei fondi rischi. La disponibilità finanziaria complessiva è

stata ripartita tra commercio, fiere e mercati e turismo. Si è trattato di un'operazione che ha, come conseguenza più significativa per le imprese, la possibilità di ampliare la garanzia dei Confidi fino al 70% dell'importo dei finanziamenti, con un impatto sul sistema regionale del credito che può arrivare a generare circa 220 milioni di euro di finanziamenti bancari a favore delle pmi dei due settori, assistiti da garanzia dei Confidi. L'intervento regionale ha agevolato l'evoluzione del sistema delle garanzie e dei Confidi

Stefano Maullu è nato a Milano il 15 marzo 1962. Nel 1987 avvia la sua attività politica. Nel 1993 diventa consigliere di circoscrizione e presidente della Commissione urbanistica. Nel 1997 viene eletto al Consiglio comunale di Milano, nominato vicepresidente del Cimep (Consorzio intercomunale per l'edilizia residenziale pubblica). Nel 1999 è presidente della Commissione urbanistica ed edilizia. Nel 2000 viene eletto per la prima volta in Consiglio Regionale: Maullu ha fatto parte delle Commissioni consiliari Territorio e Ambiente e protezione civile.

E' stato vicepresidente del Gruppo di Forza Italia in Consiglio regionale ed ha ricoperto la carica di presidente della Commissione speciale per l'attuazione delle politiche comunitarie.

Nel 2004 diventa presidente della società Navigli Lombardi. Nel 2005 è rieletto in Consiglio regionale ricoprendo dall'inizio della legislatura la carica di presidente della VI Commissione consiliare Ambiente e protezione civile. Nel 2006 è nominato presidente dell'Autorità d'ambito territoriale ottimale della città di Milano, ente che ha il compito di organizzare il servizio idrico integrato della città (inteso nei tre settori dell'acquedotto, fognatura e depurazione). Nel luglio 2008 è nominato assessore alla Protezione civile, prevenzione e polizia locale. Maullu, quest'anno, è stato rieletto consigliere regionale.

regionali del commercio e del turismo, attraverso un percorso di rafforzamento patrimoniale e di adeguamento strutturale a nuovi contesti normativi e di mercato. Nel prossimo futuro la Giunta regionale intende proseguire su questa strada per rafforzare anche la competitività delle imprese dei servizi oltre a quelle del terziario e del turismo, "quell'oro nero d'Italia" come le ha definite il premier Silvio Berlusconi.

Con quali misure ritiene sia più utile sostenere le imprese turisti-

che per accrescere il livello qualitativo del servizio offerto?

"Regione Lombardia ha avviato il programma per lo sviluppo della competitività delle imprese turistiche lombarde per la qualificazione e l'integrazione dell'offerta turistica, lo sviluppo e l'innovazione delle reti e l'ammodernamento delle strutture ricettive per un investimento complessivo di 30 milioni di euro. Sono stati attuati i programmi di sviluppo dei sistemi turistici: cofinanziati 14 progetti integrati e 3 piani di intervento, a regia regionale, del valore complessi-

vo di 86 milioni di euro. Cifre importanti che attestano l'impegno di Regione Lombardia per rafforzare il comparto turistico.



Bisogna, però, fare grande attenzione affinché il sistema turistico lombardo non ritenga di poter vivere di rendita. La Lombardia è la regione italiana più visitata dagli stranieri, oltre 18,5 milioni, e quella dove i turisti stra-

nieri spendono di più, oltre 5,3 miliardi di euro. Dobbiamo, però, rinnovarci e conquistare ogni anno la nostra visibilità, la notorietà e le quote di mercato. La qualità dell'offerta è fondamentale per sostenere tutte le azioni di promozione: il turismo deve dare un servizio di qualità e deve sempre mantenere ciò che promette al cliente, creando un sistema che permetta di sintonizzare verso la qualità tutti gli elementi che concorrono all'esperienza turistica, cioè l'ambiente, le attività culturali, i prodotti locali di qualità.





attualità

*Sportello in Unione Confcommercio Milano
(domande fino al 30 luglio)*

Distretti del Commercio a Milano: saracinesche e vetrine con un contributo a fondo perduto fino all'85% dell'investimento

Distretti del Commercio a Milano: il Comune ha emesso il bando saracinesche, la prima azione trasversale per gli operatori di tutte e cinque le aree di Distretto (Brera, Giambellino, Isola, Sarpi, Navigli). Un'azione capillare di volantinaggio è già stata effettuata nelle zone interes-



DUC
Distretto
Urbano del
Commercio
MILANO
Brera

sate: riproduciamo il fronte e retro del volantino diffuso (dove si trovano i riferimenti dello sportello dedicato in Unione. Ma ci saranno anche informazioni da parte delle associazioni). Complessivamente il

bando prevede uno stanziamento di 3 milioni di euro (1 milione e 650 mila euro dal Comune, 900 mila euro dalla Regione, mentre 450 mila euro sono a carico delle imprese beneficiarie). Per gli esercizi commerciali il contributo è a fondo perduto per una sara-



DUC
Distretto
Urbano del
Commercio
MILANO
Isola

DA QUI IN GIÙ, TUTTA RIMBORSATA!

Unione Confcommercio Milano, per migliorare la qualità e la sicurezza degli **ESERCIZI COMMERCIALI** nei Distretti, ha ottenuto dal Comune l'erogazione di un finanziamento per l'acquisto e l'installazione di saracinesche e vetrine antisfondamento (comprese le opere murarie strettamente legate alla sostituzione, attività di smaltimento dell'usato).

logo di Distretto

RISERVATO AGLI ASSOCIATI

- Gestione diretta e completa della pratica tramite apposito sportello
- Ulteriore abbattimento dei costi di intervento grazie a sconti esclusivi con aziende convenzionate



Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO - MONZA E BRIANZA

Corso Venezia, 47 - 20121 Milano
Tel. 02.77.50.339 - Email: licenze@unione.milano.it
Orario sportello dedicato: 9:00-12:30 / 14:00-17:00

RISERVATO AGLI ESERCIZI COMMERCIALI

**Contributo a fondo perduto
fino all'85% per una
saracinesca e/o vetrina**

Grazie alla nostra Associazione,
il Comune Ti finanzia
la saracinesca o la vetrina

logo di Distretto

Contattaci

Per conoscere i dettagli del bando e valutare insieme termini e requisiti necessari per ottenere il contributo
Numero Unione dedicato 02.77.50.339



Unione
CONFCOMMERCIO
MILANO - MONZA E BRIANZA

Corso Venezia, 47 - 20121 Milano
Tel. 02.77.50.339 - Email: licenze@unione.milano.it
Orario sportello dedicato:
9:00-12:30 / 14:00-17:00



DUC
Distretto
Urbano del
Commercio
MILANO

cinesca e/o per la vetrina
fino all'85% dell'investi-
mento complessivo: di
fronte riportiamo i punti
salienti del ban-
do.



DUC
Distretto
Urbano del
Commercio
MILANO



DUC
Distretto
Urbano del
Commercio
MILANO

Sarpi

Navigli

Giambellino



attualità



CARATTERISTICHE	VANTAGGI	SCADENZE
BANDO A PROGETTO E A CONSUNTIVO Contributi a favore di micro, piccole e medie imprese commerciali e con almeno una vetrina situata in una via dei cinque Distretti Urbani del Commercio del Comune di Milano (Brera, Giambellino, Isola, Navigli, Sarpi) per la sostituzione delle saracinesche e delle vetrine dei negozi. Sono ammissibili al contributo le spese relative a: 1) acquisto e installazione di saracinesche con tipologia antigraffito e vetrine antisfondamento; 2) attività connesse (es: opere murarie strettamente legate alla sostituzione delle vecchie saracinesche e vetrine e loro smaltimento). NOTA: L'entità e l'importo del contributo ottenibile sono indipendenti dal numero di vetrine dell'attività commerciale e sono determinati dalla tipologia delle singole spese ammissibili. <i>L'impresa che ha più punti vendita può concorrere al bando per un solo punto vendita.</i>	CONTRIBUTO A FONDO PERDUTO pari all'85% dell'investimento complessivo ammissibile e per un massimo di: - 2.000 euro per saracinesca a maglia aperta; - 2.500 euro per saracinesca a maglia aperta con motore; - 2.500 euro per vetrina antinfortunisto antivandalismo a cristalli stratificati 8/12 mm. (categoria A); - 3.500 euro per vetrina antivandalismo - antiproiettile a cristalli stratificati 19/22 mm. (categoria B); - 5.000 euro per saracinesca con o senza motore e vetrina di categoria A; - 6.000 euro per saracinesca con o senza motore e vetrina di categoria B.	Presentazione delle domande: a partire dalle ore 8 del 21 giugno 2010 ed entro e non oltre le ore 13 del 30 luglio 2010. Realizzazione del progetto: a partire dal 1° giugno 2008 ed entro e non oltre il 5 dicembre 2010. Stanziamento complessivo: 3.000.000 di euro di cui: - 1.650.000 euro da parte del Comune di Milano; - 900.000 euro da parte della Regione Lombardia; - 450.000 euro a carico delle imprese beneficiarie.

EROGAZIONE DEL CONTRIBUTO: Il contributo verrà erogato in un'unica soluzione, a conclusione dell'istruttoria della domanda di erogazione e della documentazione finale di spesa.

Per ulteriori informazioni contattare **UNIONE CONFCOMMERCIO MILANO (corso Venezia 47/49):**

- 1) **SPORTELLLO DEDICATO PER LA PRESENTAZIONE DELLE DOMANDE ONLINE**
Vincenzo Pace e Marisa La Pietra, tel. 02/7750339, e-mail: licenze@unione.milano.it
- 2) **UNITÀ FINANZIAMENTI (solo per informazioni e chiarimenti sul bando)**
Andrea Ventura e Fulvia Marchese, tel. 02/7750497 e tel. 02/7750469; fax: 02/7752497, e-mail: finanziamenti@unione.milano.it

MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLA DOMANDA:

- 1) **PRESENTAZIONE ON - LINE** con l'uso della Posta elettronica certificata (Pec) attraverso le Associazioni di categoria.
- 2) **SPEDIZIONE POSTALE** tramite raccomandata con ricevuta di ritorno al Protocollo Generale del Comune di Milano.
Sulla domanda di contributo dovrà essere apposta una marca da bollo da 14,62 euro.

ISTRUTTORIA:

Le domande di contributo verranno valutate dal Comune di Milano, sulla base dei criteri di valutazione riportati nella tabella.

N.	CRITERI DI VALUTAZIONE	PUNTEGGIO ATTRIBUIBILE
1	Saracinesca a maglia aperta	punti 1
2	Saracinesca a maglia aperta con motore	punti 2
3	Vetrina antinfortunisto antivandalismo a cristalli stratificati 8/12 mm. (Categoria A)	punti 2
4	Vetrina antivandalismo antiproiettile a cristalli stratificati 19/22 mm. (Categoria B)	punti 3
5	Saracinesca con o senza motore e vetrina categoria A	punti 4
6	Saracinesca con o senza motore e vetrina categoria B	punti 5

PREMIALITÀ:

Il bando attribuisce 1 punto di premialità alle imprese che nel corso del 2010 risultino essere a prevalente composizione giovanile (con il titolare o la maggioranza dei soci di età non superiore a 35 anni).

Nota:

In caso di parità di punteggio assegnato, viene anteposta la domanda dell'impresa con il più recente inizio di attività.
Le domande di contributo verranno inserite in cinque distinte graduatorie di merito (una per ogni distretto di appartenenza) che saranno pubblicate sull'Albo Pretorio e sul sito Internet del Comune di Milano (www.comune.milano.it).

CONDIZIONI OBBLIGATORIE:

Le imprese beneficiarie dovranno obbligatoriamente (pena la revoca del contributo assegnato) inviare al Comune di Milano:

- a) la comunicazione di accettazione del contributo assegnato (o di eventuale rinuncia) entro e non oltre 30 giorni naturali e consecutivi dal ricevimento della comunicazione di ammissione al contributo;
- b) la domanda di erogazione del contributo, entro e non oltre 60 giorni naturali e consecutivi successivi alla conclusione dell'investimento agevolato.

NOTE:

- Le imprese che avranno realizzato l'investimento agevolato in data anteriore alla pubblicazione delle graduatorie di merito dovranno invece inviare la domanda di erogazione del contributo entro e non oltre 60 giorni naturali e consecutivi successivi alla data di pubblicazione delle graduatorie.
- Alla domanda di erogazione del contributo dovrà essere obbligatoriamente allegata idonea documentazione attestante l'avvenuta realizzazione dell'investimento agevolato (es: fatture in originale e in copia conforme, autocertificazione del titolare/legale rappresentante dell'impresa beneficiaria, foto dell'investimento realizzato, ecc.).

PARTICOLARITÀ:

Verranno ammesse al contributo anche eventuali spese fatturate e quietanzate entro il 4 gennaio 2011, purché relative a bolle di servizio e/o di fornitura emesse entro e non oltre il 5 dicembre 2010

MODULISTICA:

Disponibile sul sito Internet di Unione Confcommercio Milano (www.unione.milano.it) attraverso il seguente percorso: all'interno della homepage del sito Unione selezionare la voce: "Aree tematiche" e quindi la voce "Bandi finanziamenti"; infine selezionare il link: Bando Saracinesche Comune di Milano.





attualità

Stima di crescita per quest'anno: + 0,7%

Rapporto Terziario 2010 di Confcommercio: i segnali di ripresa sono ancora timidi

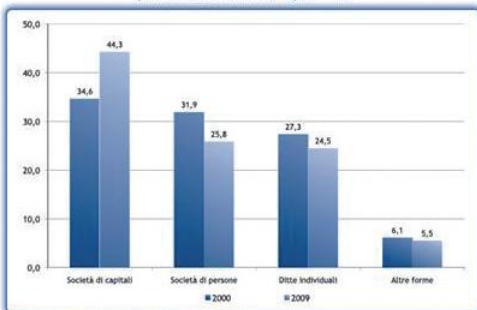
Presentato da Confcommercio il Rapporto sul Terziario 2010 curato dall'Ufficio Studi della Confederazione. "I segnali di ripresa" ha detto il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli - sono ancora timidi. Commercio e turismo non vedono la fine del tunnel. In più, ha aggiunto Sangalli, "la minaccia, ancora presente, di una crisi globale finanziaria, non aiuta il clima di fiducia delle famiglie". Secondo Sangalli, "per accelerare la crescita è necessario puntare sul rigore nella gestione dei conti pubblici. In questo senso la manovra

maggiore facilità di accesso al credito e una politica per il turismo riallineando le aliquote Iva a quelle degli altri Paesi concorrenti sul mercato come Francia e Spagna. Il direttore dell'Ufficio studi di Confcommercio Mariano Bella, ha illustrato i numeri della ricerca analizzando al tempo stesso i cambiamenti del mercato e l'evoluzione delle imprese del terziario. Secondo Bella, "la situazione complessiva del commercio mondiale è ancora caratterizzata da grande incertezza. L'euro debole favorisce le esportazioni, ma aumentano i rischi di importare inflazione". "Anche sui mercati azionari domina l'incertezza" ha osservato Bella - e la cosa non sorprende visto che spesso la Borsa anticipa l'andamento dell'economia reale. Per ciò

to negativo. "Questo quadro congiunturale di luci ed ombre" ha quindi precisato Bella - è legato al fatto che la crisi ha colpito in tempi e modi diversi i settori di attività: prima la manifattura orientata all'export, poi il resto dell'industria e le costruzioni. Ultimi settori ad essere colpiti sono stati il commercio all'ingrosso e al dettaglio ed i servizi. Dunque, l'uscita dalla crisi stessa sarà differenziata e questo vuol dire che la recessione terminata in alcuni settori, presenta ancora pericolosi strascichi nei comparti più vicini al consumatore finale. Uno dei fattori più penalizzanti nel superamento della crisi resta la difficoltà di accesso al credito: "se queste imprese" ha osservato Bella che ha citato in merito anche un passaggio della relazione del Governatore della Banca d'Italia Mario Draghi - non vengono aiutate dalle banche, la ripresa diventa un problema. Per ciò che riguarda il quadro macroeconomico, Confcommercio



Fig. 4.3 - La distribuzione delle imprese del settore dei servizi alle imprese per forma giuridica
quote % - totale Servizi alle imprese = 100



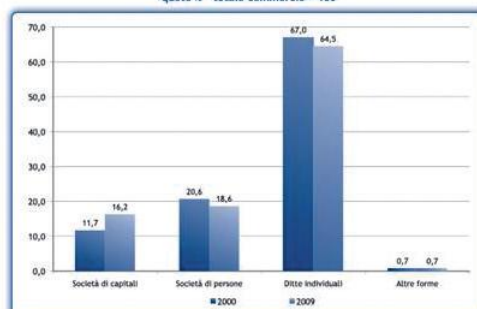
Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Movimprese.

economica varata dal governo è positiva perché va nella direzione di un contenimento della spesa pubblica e della lotta all'evasione. Queste misure devono però diventare strutturali per arrivare a una riforma fiscale.

Sangalli ha individuato poi altre ricette indispensabili per rilanciare l'economia del Paese: "Una politica per i servizi usando la leva dell'innovazione, una politica specifica per le pmi accompagnata da una

che riguarda l'andamento dei consumi, il direttore dell'Ufficio studi di Confcommercio ha evidenziato come la fiducia delle famiglie sia andata calando negli ultimi mesi: "ad aprile infatti si prevede un andamen-

Fig. 4.1 - La distribuzione delle imprese del commercio per forma giuridica
quote % - totale commercio = 100



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Movimprese.

ha rivisto al ribasso la propria stima di crescita per il 2010 a +0,7% da +0,8% e per il 2011 prevede un aumento dell'1%. I consumi delle famiglie cresceranno dello 0,6% quest'anno e dell'1,1% il prossimo.



credito

Convenzione con la Cassa di Risparmio di Genova e Imperia

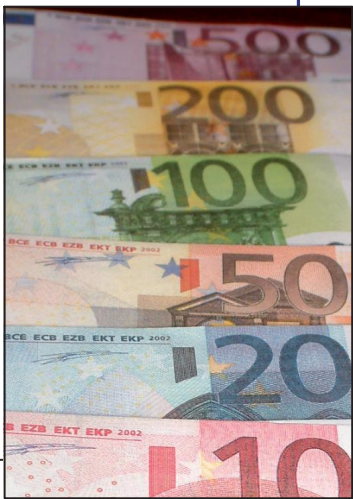
Tassi sui finanziamenti e pos
Unione premia la fedeltà
anche con Carige

Su tassi, finanziamenti e servizio pos un "premio fedeltà" per le imprese regolarmente iscritte negli ultimi tre anni all'Unione: è quanto prevede la convenzione di Unione Confcommercio Milano con Banca Carige (Cassa di Risparmio di Genova e Imperia). In una fase economica con la crisi non ancora pienamente alle spalle la convenzione rappresenta un'ulteriore iniziativa concreta, da parte di Unione, di vicinanza alle imprese associate con strumenti competitivi per poter gestire al meglio la parte finanziaria. L'attestato di fedeltà può essere richiesto

Vantaggi concreti
per le imprese
associate regolarmente
iscritte negli ultimi
tre anni

all'indirizzo e-mail: convenzioni.bancarie@unione.milano.it
Il vantaggio "fedeltà" consente risparmi sul tasso debitore, sui tassi relativi ai finanziamenti

Pagobancomat e Cartasì). In questa pagina



BANCA CARIGE

Cassa di Risparmio di Genova e Imperia



(anticipo fatture, portafoglio sbf, import/export), sul servizio pos (canone di locazione e commissioni sul transato

riportiamo alcuni stralci della convenzione con Carige che è consultabile sul sito Unione www.unione-milano.it (nella sezione convenzioni) e sulla Guida 2010 delle convenzioni Unione (unita a questo numero per i soci iscritti e tesserati Confcommercio e scaricabile dal sito Unione).

	PER GLI ASSOCIATI	PLUS PER GLI ASSOCIATI FEDELI
Tasso debitore	Euribor 3 mesi + spread minimo 2% massimo 4,50% in base al merito creditizio	Euribor 3 mesi + spread minimo 2,00% massimo 3,50% in base al merito creditizio
Servizio Pos Canone di locazione	zero per il 1° anno	canone gratuito per sempre se azzerato da movimentazione
Commissioni sul transato Pagobancomat	minimo 0,80 massimo 1,60	minimo 0,60 massimo 1,40
Commissioni sul transato CartaSi	minimo 1,30 massimo 1,80	minimo 1,20 massimo 1,60 in base al settore merceologico
Finanziamenti Tasso finanziamento anticipo fatture	Euribor 3 mesi + spread minimo 1,50% massimo 4% in base al merito creditizio	Euribor 3 mesi + spread minimo 1,50% massimo 3,50% in base al merito creditizio
Tasso finanziamento portafoglio sbf	Euribor 3 mesi + spread minimo 1,50% massimo 3,50% in base al merito creditizio	Euribor 3 mesi + spread minimo 1,25% massimo 3% in base al merito creditizio
Finanziamenti import/export Tasso di mercato + spread	Euribor periodo + spread minimo 1,75% massimo 4,25% in base al merito creditizio	Euribor periodo + spread minimo 1,50% massimo 4% in base al merito creditizio

AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE



Promo.Ter Unione
**Servizio
Paghe** SERVIZIO DI ASSISTENZA
PER L'AMMINISTRAZIONE
DEL PERSONALE



Promo.Ter garantisce un servizio **“chiavi in mano”**
per soddisfare le esigenze dei soci in tema di:

- assistenza per la predisposizione e la completa elaborazione dei dati delle retribuzioni, dei compensi e dei relativi oneri sociali;
- assistenza e consulenza, attraverso l'UNIONE DEL COMMERCIO DEL TURISMO DEI SERVIZI E DELLE PROFESSIONI DELLA PROVINCIA DI MILANO per la costituzione, lo svolgimento e la cessazione dei rapporti di lavoro;
- tenuta, attraverso l'UNIONE DEL COMMERCIO DEL TURISMO DEI SERVIZI E DELLE PROFESSIONI DELLA PROVINCIA DI MILANO, del Libro Unico del Lavoro;
- assistenza nei rapporti con gli Enti: INPS, INAIL, ESATRI, DIREZIONE PROVINCIALE DEL LAVORO, CENTRO PER L'IMPIEGO, UFFICIO TERRITORIALE DEL GOVERNO PER L'AVVIAMENTO DEI LAVORATORI EXTRACOMUNITARI;
- assistenza per le visite ispettive attraverso l'UNIONE DEL COMMERCIO DEL TURISMO DEI SERVIZI E DELLE PROFESSIONI DELLA PROVINCIA DI MILANO.

La gestione e l'elaborazione riguardano, a titolo esemplificativo:

SALARI E STIPENDI
COMPENSI COLLABORATORI COORDINATI E CONTINUATIVI
REPORTISTICA PER LA GESTIONE DEL PERSONALE
MODELLI 770
MODELLI CUD
TRATTAMENTO DI FINE RAPPORTO
IRPEF
CONTRIBUTI INPS
AUTOLIQUIDAZIONE PREMI INAIL
RIEPILOGO CONTABILE
COSTO DEL LAVORO
IRAP
TRASMISSIONE TELEMATICA
PREMI INAIL PER SOCI E FAMILIARI
COMUNICAZIONI AL CENTRO PER L'IMPIEGO
PREVIDENZA ED ASSISTENZA COMPLEMENTARE
PREVISTA DAL CCNL
(FONDO M. NEGRI, FASDAC, ASSOCIAZIONE A. PASTORE,
FON.TE, FONDO EST, QUAS)

Via Marina 10/A – 20121 Milano – Tel. 027750298-300-214-252-299-301 – fax 027750461
e mail: libri.paga@unione.milano.it





lavoro



*Impiego temporaneo di studenti a Milano
nel periodo estivo*

Voucher lavoro: in 20 giorni richieste già esaurite

Sostenere gli studenti che si affacciano al mondo del lavoro e promuovere una cultura della legalità in ambito lavorativo. Con questo obiettivo era nato, nell'estate 2009, il progetto "buoni lavoro", la cui sperimentazione, da parte del Comune di Milano, prosegue anche quest'anno. Beneficiari dell'iniziativa (con scadenza alla fine di luglio) sono gli studenti tra i 16 e i 25 anni (non compiuti), regolarmente iscritti a un ciclo di studi presso istituti universitari o scolastici di ogni ordine e grado che possono, secondo le direttive Inps, prestare lavoro occasionale in qualsiasi settore sia durante i sabati e le domeniche, sia nei periodi di vacanza

o in quelli liberi da impegni scolastici. Attiva nel progetto è Unione Confcommercio Milano (che gestisce direttamente il rapporto con i propri associati attraverso Promo.Ter): nel momento in cui si scrive sono già state praticamente esaurite in 20 giorni le somme stanziolate dal Comune. Con Unione-Promo.Ter oltre 60 le adesioni per più di 100 mila euro. L'Unione, inoltre, promuove e sostiene la formazione degli studenti che vogliono partecipare all'iniziativa

**Unione
Confcommercio
Milano gestisce
il rapporto attraverso
Promo.Ter**



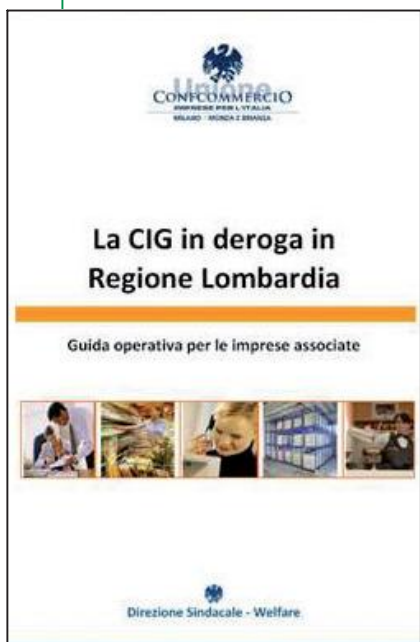
invitandoli a frequentare la Scuola Superiore (nei corsi per gli studenti si forniscono anche le informazioni sulle corrette prassi igieniche e sanitarie nel contatto con gli alimenti).

Scaricabile da: www.unionemilano.it

Cassa integrazione in deroga in Lombardia: aggiornata la guida operativa Unione

Sul sito Unione www.unione-milano.it è scaricabile (accedendo dall'home page), aggiornata, la guida operativa realizzata dalla Direzione sindacale e welfare Unione e che consente alle imprese di seguire correttamente i passaggi connessi

all'utilizzo, in Lombardia, della Cassa integrazione in deroga. La Cassa in deroga, è un sostegno economico per i lavoratori che non hanno accesso alla cassa integrazione guadagni ordinaria e straordinaria (Cigo e Cigs).



- [Unione: 800-775000; numero verde anticrisi](tel:800-775000)
- [Guida alle convenzioni unione](#)
- [Cassa integrazione in deroga in Lombardia: dall'Unione una Guida operativa per le imprese associate](#)
- [Filtro Antiparticolato e successive integrazioni](#)
- [Nuovi negozi storici: l'elenco completo a Milano e Provincia](#)



UNIONE

premia la tua

FEDELTA'

Per le Imprese regolarmente iscritte da almeno 3 anni all'Unione del Commercio Turismo Servizi Professioni delle province di Milano e Monza, a titolo di **PREMIO FEDELTA'** è stata stipulata una convenzione, disponibile presso le filiali di **INTESA SAN PAOLO** della Lombardia. Contattaci per conoscere le condizioni riservate.

Il Premio Fedeltà oggetto della convenzione è un'attuazione territoriale orientata a definire ulteriori opportunità, che si aggiungono a quelle già contenute nell'accordo nazionale tra **INTESA SAN PAOLO** e Confcommercio-Imprese per l'Italia per le piccole imprese del Terziario.

CONFCOMMERCIO-IMPRESSE PER L'ITALIA E INTESA SANPAOLO HANNO SIGLATO UN ACCORDO A FAVORE DELLE IMPRESSE DEL COMMERCIO, DEL TURISMO E DEI SERVIZI

- 3 miliardi di euro
- Finanziamenti per il rafforzamento patrimoniale e lo sviluppo produttivo
- Rinvio rate mutui e leasing per un anno
- Sostegno al capitale circolante
- Copertura rischi sul portafoglio crediti commerciali
- Finanziamenti su Imposte, Mensilità aggiuntive e Scorte

Per approfondire i prodotti 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



fisco

*Importante circolare dell'Agenzia delle Entrate
che dà ragione a Fnaarc*

Agenti e rappresentanti di commercio esonerati dal pagamento Irap se privi di "autonoma organizzazione"

Passo in avanti verso l'esonero dall'Irap per le micro imprese prive di autonoma organizzazione, in particolare per gli agenti di commercio. E questo il senso rileva Fnaarc, la Federazione degli agenti e rappresentanti di commercio - della recente circolare dell'Agenzia delle Entrate (la 28/E del 28 maggio).

Riprendendo le sentenze della Corte di Cassazione civile a sezioni unite (n. 12108, 12109, 12110 e 12111 del 26 maggio 2009) e recependo le istanze di Fnaarc, l'Agenzia delle Entrate ha infatti chiarito che gli agenti e rappresentanti di commercio privi di "autonoma organizzazione" sono esonerati dal pagamento dell'Irap.

Nel caso, poi, un agente di commercio avesse presentato la dichiarazione Irap per i periodi di imposta precedenti al 2009, ma non avesse pagato la relativa imposta, è prevista dalla circolare la possibilità di impugnare la conseguente cartella di pagamento emessa dall'Agenzia delle Entrate, sempre a condizione che l'agente di

commercio sia privo di "autonoma organizzazione".

Quello che però l'Agenzia delle Entrate non ha definito, come non lo aveva definito la Corte di Cassazione nelle sentenze prima riportate puntualizza Fnaarc - è cosa sia la "autonoma organizzazione" (salvo un generico rinvio al fatto che nell'attività debbano essere utilizzati solo i beni strettamente necessari al suo svolgimento), rimandando all'esame di ogni singolo caso l'esistenza o la mancanza di "autonoma organizzazione" e quindi il pagamento dell'Irap o l'esonero dalla stessa.



Adalberto Corsi, presidente Fnaarc

Ciò peraltro non toglie valore al documento dell'Agenzia delle Entrate che Fnaarc definisce di "portata storica". Infatti è la

prima volta che l'Agenzia ammette l'esenzione dall'Irap per le imprese (quelle degli agenti di commercio privi di "autonoma organizzazione") e non solo per i professionisti. Fino ad ora l'Agenzia sosteneva che le imprese, di qualunque dimensione e struttura, per il solo fatto di essere imprese fossero tenute al pagamento dell'Irap. Da oggi cambia tutto. Infatti è stato ammesso che anche



le attività di impresa esercitate dall'agente o rappresentante di commercio (attività "ausiliarie" del commercio previste dall'articolo 2195 del Codice Civile), possono essere esentate dall'Irap.

La materia è ancora aperta: siamo nel periodo della dichiarazione dei redditi (ancora fino al 16 luglio con lo 0,4%) e Fnaarc ha sollecitato un chiarimento urgente da parte dell'Agenzia delle Entrate per definire la situazione dell'altissimo numero di agenti di commercio che utilizzano nell'attività solamente i beni strumentali assolutamente necessari (in genere l'autovettura, il computer e la telefonia).

In attesa (nel momento in cui si scrive) di una sollecitata indicazione da parte dell'Agenzia, il suggerimento della Fnaarc è quello di proporre istanza di rimborso dell'Irap pagata.

L'avvio delle istanze di rimborso è infatti oggi più che mai opportuno sulla base della sopracitata circolare 28/E dell'Agenzia delle Entrate: ed è necessario rileva Fnaarc - perché nel momento in cui verrà definitivamente chiarito cosa sia la "autonoma organizzazione", non vi sarà più la possibilità di avviare le istanze di rimborso dell'Irap pagata.



fisco - stacca e conserva

LUGLIO 2010: LE SCADENZE

TERMINE	MATERIA	SOGGETTI INTERESSATI	ADEMPIMENTI	MODALITA'	NOTE
Giovedì 15	Iva		Fattura differita. Scade il termine per l'emissione e la registrazione delle fatture relative alle cessioni di beni con spedizione e consegna nel mese di giugno 2010.		
Giovedì 15	Iva.	Commercianti al minuto e soggetti assimilati.	Registrazione dei corrispettivi. Scade il termine per la registrazione delle operazioni effettuate nel mese di giugno 2010 per le quali sono stati rilasciati lo scontrino e/o la ricevuta fiscale. Non occorre più allegare gli scontrini giornalieri.		
Venerdì 16	Iva. Regolarizzazione dei versamenti mensili	Contribuenti mensili.	Scade il termine per la regolarizzazione entro 30 gg. dei versamenti da eseguire entro il 16 giugno 2010.	Contestuale versamento con il Mod. F24 dell'imposta e degli interessi legali del 3% annuo. Versamento con il Mod. F24 anche della sanzione (1/12 del 30%) pari a 2,50% (art. 16 D.L.vo n. 185/2008).	
Venerdì 16	Imposte sui redditi Ritenute alla fonte - Regolarizzazione dei versamenti mensili	Sostituti d'imposta.	Scade il termine per la regolarizzazione entro 30 gg. dei versamenti riferiti alle ritenute per le quali il versamento doveva essere effettuato entro il 16 giugno 2010.	Contestuale versamento con il Mod. F24 dell'imposta e degli interessi legali del 3% annuo. Versamento con il Mod. F24 anche della sanzione (1/12 del 30%) pari a 2,50% (art. 16 D.L.vo n. 185/2008).	
Venerdì 16	Iva.	Contribuenti Iva che hanno ricevuto le dichiarazioni d'intento rilasciate da esportatori abituali nonché intermediari abilitati alla trasmissione telematica delle dichiarazioni	Presentazione della comunicazione dei dati contenuti nelle dichiarazioni d'intento ricevute entro il 30 giugno 2010.	Mediante invio telematico.	
Venerdì 16	Iva	Contribuenti mensili.	Scade il termine per il versamento dell'Iva relativa al mese di giugno 2010.	Mod. F24 con modalità telematiche.	
Venerdì 16	Iva	Contribuenti Iva che hanno optato per la rateizzazione dell'imposta relativa all'anno 2009	Scade il termine per il versamento della 5° rata dell'Iva relativa al 2009 derivante dalla dichiarazione annuale. Si applicano gli interessi nella misura pari all'0,5% mensile a decorrere dal 16 marzo 2010.	Mod. F24 con modalità telematiche.	
Venerdì 16	Imposte sui redditi Ritenute alla fonte	Sostituti d'imposta	Versamento unitario. Scade il termine per il versamento delle ritenute sui compensi dei professionisti e degli intermediari e per il versamento delle ritenute sui redditi di lavoro dipendente operate nel mese di giugno 2010.	Mod. F24 con modalità telematiche per i titolari di partita Iva o con mod. F24 su supporto cartaceo o con modalità telematiche per i non titolari di partita Iva.	
Venerdì 16	Mod. Unico 2010	Persone fisiche, società semplici, società di persone e soggetti equiparati, titolari di partita Iva, che hanno scelto nel mod. Unico 2010 il pagamento rateale ed hanno effettuato il primo versamento entro il 16 giugno 2010	Scade il termine per il versamento della 2° rata delle imposte dovute a titolo di saldo e di 1° acconto derivanti dal mod. Unico 2010 con applicazione degli interessi nella misura pari al 4%. Scade il termine per il versamento della 2° rata dell'Iva risultante dalla dichiarazione annuale maggiorata dello 0,4% per mese o frazione di mese per il periodo 16 marzo 2010 - 16 giugno 2010 o 6 luglio 2010 (con applicazione degli interessi nella misura del 4% annuo).	Mod. F24 con modalità telematiche. Mod. F24 con modalità telematiche.	





fisco - stacca e conserva



LUGLIO 2010: LE SCADENZE

TERMINE	MATERIA	SOGGETTI INTERESSATI	ADEMPIMENTI	MODALITA'	NOTE
Venerdì 16	Mod. Unico 2010.	Soggetti Ires tenuti al modello Unico 2010 con periodo d'imposta coincidente con l'anno solare che approvano il bilancio entro 120 giorni dalla chiusura dell'esercizio e che hanno effettuato il primo versamento entro il 16 giugno 2010.	Scade il termine per il versamento della 2° rata delle imposte IRES ed IRAP a titolo di saldo per l'anno 2009 e di 1° acconto per l'anno 2010 (con applicazione degli interessi nella misura del 4%). Scade il termine per il versamento della 2° rata dell'Iva relativa al 2009 risultante dalla dichiarazione annuale, maggiorata dello 0,4% per mese o frazione di mese per il periodo 16 marzo 2010 - 16 giugno 2010 (con applicazione degli interessi nella misura del 4% annuo).	Mod. F24 con modalità telematiche. Mod. F24 con modalità telematiche.	
Venerdì 16	Mod. Unico 2010.	Persone fisiche, società semplici, società di persone e soggetti equiparati, cui non si applicano gli studi di settore, che presentano il mod. Unico 2010.	Scade il termine per il versamento, in unica soluzione o come 1° rata, delle imposte Irpef ed Irap a titolo di saldo per l'anno 2009 e di 1° acconto per l'anno 2010 (con maggiorazione dello 0,4%). Scade il termine per il versamento, in unica soluzione o come 1° rata, dell'Iva risultante dalla dichiarazione annuale, maggiorata dello 0,4% per mese o frazione di mese per il periodo 16 marzo 2010 - 16 giugno 2010 (con ulteriore maggiorazione dello 0,4%).	Mod. F24 con modalità telematiche per i titolari di partita IVA o con mod. F24 su supporto cartaceo o con modalità telematiche per i non titolari di partita IVA Mod. F24 con modalità telematiche.	
Venerdì 16	Mod. Unico 2010.	Soggetti IRES, cui non si applicano gli studi di settore tenuti al Mod. Unico 2010 con periodo d'imposta coincidente con l'anno solare che approvano il bilancio entro i quattro mesi dalla chiusura dell'esercizio.	Scade il termine per il versamento, in unica soluzione o come 1° rata, delle imposte Ires ed Irap a titolo di saldo per l'anno 2009 e di 1° acconto 2010 con maggiorazione dello 0,4%. Scade il termine per il versamento, in unica soluzione o come 1° rata, dell'Iva relativa al 2009 risultante dalla dichiarazione annuale, maggiorata dello 0,4% per mese o frazione di mese per il periodo 16 marzo 2010 - 16 giugno 2010 (con ulteriore maggiorazione dello 0,4%).	Mod. F24 con modalità telematiche. Mod. F24 con modalità telematiche.	
Sabato 31	Mod. Unico 2010.	Contribuenti non titolari di partita Iva, che hanno scelto nel mod. Unico 2010 il pagamento rateale ed hanno effettuato il primo versamento entro il 16 giugno 2010.	Scade il termine per il versamento della 3° rata delle imposte dovute a titolo di saldo e di 1° acconto derivanti dal Mod. Unico 2010 (con applicazione degli interessi nella misura pari al 4%).	Mod. F24 presso banche o agenzie postali o concessionari.	Termine prorogato al 2 agosto.
Sabato 31	Mod. Unico 2010.	Contribuenti, non titolari di partita Iva, che hanno scelto nel mod. Unico 2009 il pagamento rateale ed hanno effettuato il primo versamento entro il 16 luglio 2010.	Scade il termine per il versamento della 2° rata delle imposte dovute a titolo di saldo e di 1° acconto derivanti dal Mod. Unico 2010 maggiorato dello 0,4% (con applicazione degli interessi nella misura del 4%).	Mod. F24 presso banche o agenzie postali o concessionari.	Termine prorogato al 2 agosto.
Sabato 31	Mod. 770/2010 Semplificato.	Sostituti d'imposta tenuti a presentare la dichiarazione mod. 770/2010 Semplificato.	Scade il termine per la presentazione della dichiarazione dei sostituti d'imposta mod. 770/2010 Semplificato.	Mediante invio telematico.	Termine prorogato al 2 agosto.
Sabato 31	Mod. 770/2010 Ordinario.	Sostituti d'imposta tenuti a presentare la dichiarazione mod. 770/2010 Ordinario.	Scade il termine per la presentazione della dichiarazione dei sostituti d'imposta mod. 770/2010 Ordinario.	Mediante invio telematico.	Termine prorogato al 2 agosto.

A cura della Direzione servizi tributari Unione

Unioneinforma
giugno 2010





Mio nonno non ha pensato solo
a raccontarmi le favole.

Polizza 30 e lode

La polizza per pagare le spese universitarie di tuo nipote.

Contattaci per un preventivo gratuito.



www.emvaonline.it



Convenzione assicurativa stipulata da EMVA e BPU Assicurazioni Vita S.p.A., collocata tramite Gestione Previdenza S.r.l.
Per i contenuti tecnici del contratto, Vi invitiamo a prendere visione prima della sottoscrizione del Fascicolo Informativo, contenente Scheda Sintetica,
Nota Informativa e Condizioni Contrattuali e del Progetto Esemplificativo disponibili presso l'Intermediario.
La presente pubblicazione costituisce messaggio pubblicitario con finalità promozionale, aggiornata a Marzo 2007.



Il commercio “racconta” Milano

Iniziativa realizzata in collaborazione con il Centro per la cultura d'impresa

La Macelleria equina Pellegrini in via Spallanzani a Milano



La vicenda della famiglia Pellegrini e della loro macelleria ci viene raccontata da Vittorio Pellegrini, dalla moglie Milena Barzan e dal figlio Giorgio che ci accolgono nel negozio di via Lazzaro Spallanzani, a pochi passi dai caselli di Porta Venezia. Due vetrine danno accesso alla macelleria dove, oltre ai tre familiari, lavorano attualmente Filippo Di Staso, responsabile del laboratorio, Alfredo Gulmini e Assan Warnacula. Dal locale adibito alla vendita si accede ad un laboratorio sul retro e da questo alle celle frigorifere sotterranee e ad una piccola cucina di servizio. Il racconto inizia con l'infanzia di Vittorio, nato ad Annone Veneto in provincia di Venezia nel 1936, terzogenito di Augusto Pellegrini e di Ines Menegazzo. Il padre, venditore di formaggi e buon cuoco, dopo aver trascorso vari anni al fronte, muore nel 1954 lasciando sola Ines con

Le vetrine del negozio (2009) ▲

Ritratto di gruppo: (da destra) Giorgio Pellegrini, Milena Barzan, Vittorio Pellegrini, Filippo Di Staso, Alfredo Gulmini e Assan Warnacula (2009) ▶

Ines Menegazzo con i figli Elderina, Vittorio e Valentina Pellegrini ad Annone Veneto (1940 ca.) ▼



Vittorio, le sorelle maggiori Elderina (nata nel 1930) e Valentina (1934) e il piccolo Paolo (1947). Vittorio all'età di 10 anni inizia ad andare a bottega da un macellaio del paese dove comincia ad apprendere i primi rudimenti del lavoro. Tuttavia, visto che l'apprendistato a quei tempi non veniva remunerato, alla morte del padre deve cercare una soluzione che gli consenta di guadagnare dei soldi per sé e per la famiglia. Uno zio, già trasferitosi a Milano dove gestisce una trattoria in via Melchiorre Gioia, viene a sapere che alcuni suoi clienti macellai necessitano di un aiuto. Grazie a questa segnalazione Vittorio, allora diciottenne, parte per Milano e



prende servizio in una macelleria bovina di corso Como. L'esperienza acquisita al paese è utile, ma è a Milano che Vittorio affina la propria capacità nella selezione e nel taglio delle carni, “rubando con gli occhi” l'arte dai suoi colleghi più esperti. Trascorsi cinque anni di lavoro, nel '59 al giovane macellaio si presenta un'opportunità interessante: l'anziano titolare di una macelleria equina di via Spallanzani, Giuseppe Verderio, sta cercando qualcuno che prosegua l'attività da lui iniziata nel 1949 e propone al giovane Pellegrini di rilevarla. Vittorio riesce a ottenere un milione in prestito dal cognato di Annone e si impegna firmando cambiali per i due milioni residui. All'ultimo momento sembra che l'acquisto possa non essere portato a compimento per l'improvviso fallimento di Verderio, ma le cose si sistemano per il meglio e Vittorio si insedia nel proprio negozio. Ad aiutarlo nell'attività lo raggiunge dal Veneto la madre Ines con il fratellino Paolo appena dodicenne. Nei primi anni '60 Vittorio conosce Milena Barzan, una ragazza da poco immigrata con la famiglia dal Friuli, che inizia subito ad aiutare il fidanzato in negozio prima di sposarlo nel 1965. Lei stessa ricorda: “Forse ho imparato un po' per amore, un po' perché mi pia-





Vittorio Pellegrini (primo da destra) con un rappresentante di formaggi (al centro) e Domenico Peruzza, titolare della macelleria di Annone Veneto (1950 ca.)



Vittorio Pellegrini al banco della macelleria di corso Como a Milano (1955 ca.)



Ceppa di legno appartenente a Giuseppe Verderio. In macelleria serve come piano d'appoggio per tagliare costate, disossare e battere la carne (2009)

ceva stare in mezzo alla gente e ho cominciato pian piano, una volta tagliavo la bistecca, quell'altra volta macinavo la carne e così ho imparato. Ho lavato tante bacinelle, tante tante, allora le lavavo fuori in cortile c'era il lavandino e non c'era acqua calda".

La via Spallanzani è molto cambiata nei cinquant'anni di presenza della famiglia Pellegrini sia sul piano urbanistico che su quello commerciale, e con essa sono mutati il panorama sociale e le abitudini della popolazione dell'intera città. La zona, un tempo abitata da gente di ogni classe, è diventata luogo di uffici e di residenze prestigiose e la via, nel corso dei decenni, ha visto la sostituzione dei numerosi negozi di alimentari con altrettanti senza un'uniforme natura merceologica. Allora potevi fare cento metri e facevi la spesa di tutto, oggi i Pellegrini sono rimasti gli unici alimentari della via. Mentre la signora Milena ci elenca a memoria l'avvicinarsi negli anni dei negozi, l'impressione è che stia parlando degli amici di un tempo ("quell'ortolano bravissimo", "il vecchio carbonaio") e il concetto viene rafforzato dalle parole di Vittorio secondo cui: Milano era una famiglia, ci incontravamo per strada e ci salutavamo. Adesso uno che abita qui magari non lo conosco. Milena ricorda anche che, quando nella via passava ancora il tram, c'era qualche tranviere che suonava il campanello all'inizio della via per farsi preparare la salsiccia che lei gli porgeva direttamente dal finestrino. La famiglia di Vittorio e Milena si completa con la nascita di Giorgio nel 1966 e di Roberto nel 1971. Negli stessi anni nonna Ines si disimpegna gradualmente dal negozio che viene gestito dai due fratelli Vittorio e Paolo con il supporto delle rispettive consorti, Milena e Luigina Gatti. Il rapporto di Vittorio con Paolo non è facile: la differenza di dieci anni tra i due e la prematura scomparsa del padre fa gravare sul maggiore un forte senso di responsabilità nei confronti del minore. Paolo ha una passione per le corse automobilistiche, inizialmente assecondata dal fratello che lo aiuta a costruire una monoposto artigianale in

vetroresina nel cortile dietro al negozio. Con il passare degli anni tuttavia i due fratelli concordano una soluzione che dia a Paolo maggiore autonomia in negozio. Nel 1971 Vittorio, pur mantenendo la licenza del negozio a proprio nome, si fa assumere come macellaio presso Peck in via Spadari. Il lavoro gli piace ed è ben remunerato, ma dopo alcuni anni riemerge il desiderio di tornare a lavorare nella propria impresa e nel 1977 fa ritorno in via Spallanzani.

Nel 1980 i due fratelli decidono di raddoppiare la superficie del negozio con l'aggiunta di un locale attiguo lasciato libero da una merceria, restando pur sempre in affitto. In quell'occasione Vittorio decide di aprire la società al fratello Paolo e la ditta individuale Vittorio Pellegrini viene mutata nella società di fatto Pellegrini Vittorio e Paolo. Due anni più tardi, nel 1982, i Pellegrini devono fare fronte ad un imprevisto: l'anziano proprietario dell'immobile cede i muri ad una società che intende rivendere tutto in tempi brevi. Alla fine Vittorio e Paolo decidono di acquisire i locali ma la scelta si rivela abbastanza onerosa per l'impresa, a soli due anni dall'ingente investimento sostenuto per la ristrutturazione.

Nel 1980 Vittorio e Milena lasciano la casa di viale Monza a Milano e si trasferiscono a Carnate, presso Vimercate, dove tuttora risiedono. Il figlio primogenito Giorgio, preferendo il lavoro nell'impresa di famiglia alla prosecuzione del percorso scolastico, affianca i genitori in negozio a partire dal 1982 mentre Roberto studia come perito meccanico e intraprende una carriera di tecnico specializzato presso una primaria impresa meccanica.

Nel 1987 Giorgio conosce Graziella D'Ambrosio che sposa nel 1992 e con la quale si trasferisce a vivere prima a Milano e poi a Burago. Il loro incontro davanti ad una tazzina di caffè merita qualche parola visto che lei è figlia del titolare del bar tabacchi distante pochi metri dalla macelleria, l'unico esercizio oltre a quello dei Pellegrini a





Il commercio “racconta” Milano

Iniziativa realizzata in collaborazione con il Centro per la cultura d'impresa



Vittorio Pellegrini al lavoro presso il negozio Peck a Milano (1972)

Lo schermo che proietta in negozio le immagini del laboratorio (2009)

Giorgio Pellegrini con un suonatore jazz alla festa per i 60 anni di attività (2009)



poter vantare una presenza storica in via Spallanzani. La famiglia di Giorgio e Graziella si amplia in seguito con la nascita dei figli Ilaria nel '94 e Alessandro nel '98. Gli anni '80 sono anni di lavoro intenso per la macelleria e nel 1987 la società di fatto viene trasformata in una società in nome collettivo di cui sono soci Vittorio e Paolo. Tuttavia nel 1990 emergono alcune divergenze tra i due fratelli, a questo punto contitolari dell'impresa. Paolo decide di uscire dalla società e pone Vittorio davanti ad una difficile scelta: vendere l'attività assieme al fratello o rilevare da quest'ultimo la quota cedutagli alcuni anni prima. Vittorio, anche a costo di sacrifici, opta per la seconda soluzione e liquida il fratello: da quel momento le loro strade si separano e Paolo apre una propria macelleria fuori Milano. Sul piano formale le quote di Paolo vengono acquistate dai nipoti Giorgio e Roberto e l'impresa, pur restando una Snc, muta denominazione da Macelleria equina di Pellegrini Vittorio e Paolo in Macelleria equina di Pellegrini Vittorio e figli. Da allora il ruolo di Giorgio all'interno dell'impresa va crescendo in modo graduale e la sua presenza ha influenzato in modo considerevole l'evoluzione recente dell'attività. L'onere del riacquisto delle quote ha tolto la possibilità di effettuare cospicui investimenti per rinnovare l'arredo del punto vendita, ma questo limite ha stimolato la famiglia, e Giorgio in particolare, a cercare strade differenti per valorizzare e promuovere il proprio lavoro. In questa logica si iscrive la realizzazione di un precoce sito internet (1999) e in seguito la pubblicazione di una newsletter informativa, così come l'installazione dietro al banco di uno schermo dove vengono proiettate immagini

riprese nel laboratorio di selezione e lavorazione della carne.

Altre iniziative intraprese di recente sono state la festa ad inviti per i sessant'anni della macelleria nell'aprile 2009, con esposizione di fotografie storiche all'interno dei banconi delle carni e un complesso jazz che suonava dietro al banco, e l'esperimento, iniziato da poche settimane, di tenere aperta la macelleria durante la pausa pranzo per una degustazione di prodotti.

La possibilità di poter somministrare i propri prodotti alla clientela all'interno del punto vendita è stata introdotta da una legge regionale dello scorso maggio e nell'arco di pochi giorni la macelleria si è attrezzata con tutti i permessi per offrire il pranzo in piedi. Questa innovazione è di natura strategica nella visione di Giorgio che prevede proprio nella preparazione e

somministrazione dei prodotti l'attività con maggiori prospettive di sviluppo per l'impresa. La capacità organizzativa di Giorgio si manifesta anche negli ambiti dell'associazionismo ad ogni livello: è stato tra i promotori dell'associazione di via Ascospallanzani, che ogni anno a settembre richiama i migliori macellai d'Italia per l'evento a scopo benefico "Butchers for children", è vicepresidente dell'Associazione dei macellai milanesi e anche nel proprio paese di residenza, a Burago, ha dato vita ad un'associazione per vivacizzare la vita sociale con feste di piazza.

Oggi, nell'ambito della gestione del negozio, mentre Milena ha una naturale predisposizione al contatto con i clienti e Vittorio con la sua esperienza sovrintende a tutte le attività, Giorgio, oltre ad occuparsi di promuovere nuove iniziative, ha in carico le relazioni con i fornitori e la gestione amministrativa. La presenza quotidiana in negozio dalle prime ore del mattino resta comunque un impegno di tutti e tre.

L'approvvigionamento di carni e la relazione con i fornitori è cambiata radicalmente dopo la chiusura del macello comunale avvenuta una decina di anni fa. Fino ad allora l'acquisto dei capi vivi veniva fatto al lunedì nei locali di via Lombroso, e nei giorni successivi l'animale macellato veniva consegnato alla macelleria.

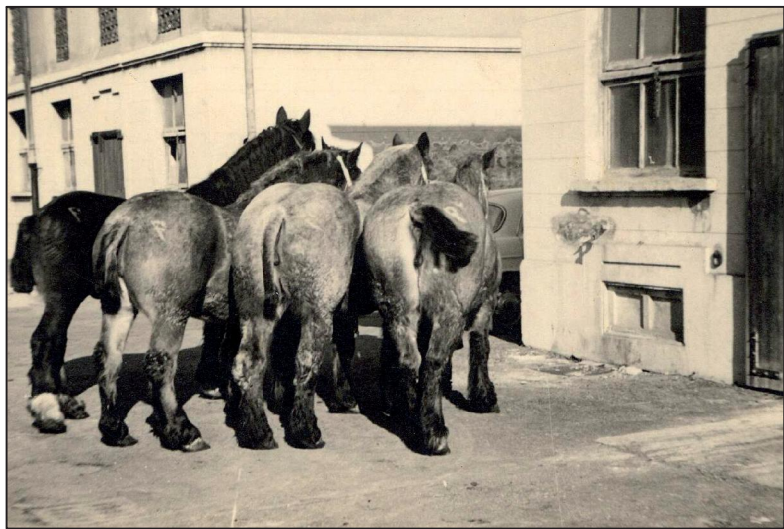
Oggi la macellazione è compiuta da imprese private specializzate e i Pellegrini si servono di un fornitore di qualità da cui comprano la mezzena (il quarto di cavallo) che poi viene dissossata e lavorata per la vendita nel laboratorio annesso al negozio. Questa è una delle prerogative che differenziano il lavoro dei Pellegrini da quello di molti altri colleghi che, per





Il commercio “racconta” Milano

Iniziativa realizzata in collaborazione con il Centro per la cultura d'impresa



Cavalli di provenienza danese al macello di Milano (1950 ca.)



Ritratto di gruppo. Da sinistra: Vittorio Pellegrini, Milena Barzan, Giordano Pincelli, Giorgio Pellegrini, Ginetto Monfredini, Roberto Pellegrini (1990)



Vittorio Pellegrini, la moglie Milena e il figlio Giorgio alla festa per i 60 anni di attività del negozio (2009)

mancanza di spazio o per risparmiare tempo e lavoro, acquistano la carne già tagliata e confezionata sottovuoto. Il risparmio di lavoro si traduce, però, in una qualità più bassa del prodotto che ha anche una durata inferiore.

Solo pochi anni fa, precisamente dal 2001, alle macellerie equine è stato concesso di vendere generi diversi dalla carne di cavallo, eliminando un divieto ormai anacronistico. Tale limitazione, che un tempo era giustificata dalle possibili frodi di chi vendeva carne equina come bovina, ha avuto secondo Vittorio un effetto “creativo” sull'evoluzione del lavoro dei macellai equini che, non potendo ampliare l'offerta da un punto di vista quantitativo, hanno sviluppato una maggiore fantasia per offrire più prodotti a partire dallo stesso ingrediente.

I Pellegrini dal 2001 introducono la vendita di conserve alimentari e altri prodotti tipici della gastronomia italiana che vengono selezionati direttamente dai titolari. Iniziano anche a vendere qualche pezzo di carne bovina, ma solo per dare la possibilità al cliente o alla famiglia, marito e moglie, che non vuole mangiare il manzo o il cavallo o viceversa o per accontentare questa gente che non sa più dove andare a fare la spesa”. Infine, ed è l'innovazione più creativa e gradita ai clienti, si è potuta iniziare la vendita di cibi preparati a base di carne equina con altri ingredienti. La vendita di prodotti pronti per la cottura si è parecchio ampliata negli ultimi anni, segno di una trasformazione nelle abitudini delle famiglie che, oltre a consumare in media meno carne tendono anche ad evitare le preparazioni domestiche. Per soddisfare questa richiesta sono state molto importanti le capacità culinarie di tutti i componenti della famiglia, veri amanti della buona cucina e dei loro collaboratori. La clientela della macelleria comprende anche alcuni ristoranti di alto livello, alcuni dei quali certificano nei menù la qualità della carne indicandone la provenienza dalla Macelleria Pellegrini.

Un periodo che tutti ricordano con stupore è quello degli scandali della “mucca pazza” nel '96 e ancora nel 2000, quando d'improvviso il consumo di carne bovina è crollato drasticamente e i consumatori si sono riversati in massa su altri prodotti come l'equino.

Eravamo pazzi anche noi - ricorda Vittorio - la gente sembrava che non riuscisse più a trovare niente, e con le vendite quadruplicate in breve per la macelleria non è stato facile rifornirsi con continuità per soddisfare l'impennata della domanda.

Oggi la Macelleria Pellegrini gode di una reputazione di eccellenza nella qualità e nel servizio e le ragioni le troviamo nelle parole di Vittorio: Perché io ho sempre pensato che il cliente deve essere trattato bene, non deve essere un numero, il cliente ti dà da mangiare oggi e domani, se tu lo tratti come numero esce fuori e quel numero qui non c'è più. Devi servirlo bene qui e anche quando va a casa deve trovarsi soddisfatto. È fondamentale il rispetto del cliente perché se tu rispetti il cliente, il cliente rispetta anche te...

Andrea Strambio De Castillia

(in collaborazione con Maria Chiara Corazza)





**Sono autosufficiente
e non peso sulla mia famiglia.**

Polizza Autonomia

**La polizza che ti protegge dal rischio di perdita
dell'autosufficienza in qualsiasi fase della vita.**

Contattaci per un preventivo gratuito.



www.emvaonline.it



Convenzione assicurativa stipulata da EMVA e BPU Assicurazioni Vita S.p.A., collocata tramite Gestione Previdenza S.r.l.
Per i contenuti tecnici del contratto, Vi invitiamo a prendere visione prima della sottoscrizione del Fascicolo Informativo, contenente Scheda Sintetica,
Nota Informativa e Condizioni Contrattuali e del Progetto Esemplificativo disponibili presso l'Intermediario.
La presente pubblicazione costituisce messaggio pubblicitario con finalità promozionale, aggiornata a Marzo 2007.



L'iniziativa promossa da Apeca

Una tessera per diventare "Amici dei mercati ambulanti milanesi"

a iniziative promozionali.

Perché avere la tessera degli "Amici dei mercati ambulanti milanesi" ?

"Perché si sente sempre la voce dei (pochi) residenti, spesso riuniti in comitati, contrari ai mercati spiega il presidente di Apeca

Giacomo Errico, presidente Apeca: così si dà voce ai tanti cittadini che frequentano i mercati. Raccolte anche più di 28.000 firme

Giacomo Errico e mai quella dei (tanti) cittadini che i mercati li frequentano . In difesa dei mercati milanesi Apeca ha

già raccolto oltre 28.000 firme.



"Amici dei mercati anche su Facebook

Una tessera (nella pagina foto fronte e retro): "Amici dei mercati ambulanti milanesi". E l'iniziativa avviata da Apeca, l'Associazione ambulanti di Unione Confcommercio Milano. La tessera viene proposta ai clienti dagli operatori-fiduciari di Apeca già in diversi mercati di Milano: Fauché, Lagosta, Papiniano, Benedetto Marcello. Ed un poster (foto in alto) dà, nei mercati, la possibilità di individuare gli operatori ai quali è possibile richiedere la tessera. Con la tessera i clienti dei mercati potranno poi anche accedere a sconti ed aderire



Giacomo Errico

All'iniziativa Amici dei mercati ambulanti milanesi si può inoltre aderire sul web con Facebook all'indirizzo:

<http://www.facebook.com/pages/AMICI-DEI-MERCATI-AMBULANTI-MILANESI/381344089030>





città



*Torna a Milano l'iniziativa promossa in occasione
del Festival Internazionale della Musica*

Una vetrina da MITO Concorso 2010: inviare la scheda d adesione

Il 5 settembre (ore 19), nel foyer del Teatro degli Arcimboldi a Milano, avrà luogo la premiazione del concorso per la migliore vetrina a tema musicale del 2009. Concorso indetto nell ambito della collaborazione fra Unione Confcommercio Milano e Comune di Milano per MITO (Torino Milano Festival Internazionale della Musica). Concorso che, per la quarta edizione di MITO, in programma a settembre, viene indetto anche quest anno ed al quale sono invitati a partecipare tutti gli esercizi commerciali milanesi. In questa pagina riportiamo la scheda di adesione alla nuova edizione del concorso vetrine a tema musicale. La

**E il 5 settembre
al Teatro degli Arcimboldi
premiazione
per il concorso 2009**

scheda va compilata da chi è interessato a partecipare al concorso

ed inviata via fax al numero indicato. Si possono anche segnalare le adesioni con i dati richiesti

nella scheda all e mail vale-rio.moroni@unione.milano.it. Per informazioni si può telefonare al numero 027750391.



Modulo di adesione al concorso vetrine "MITO Festival Internazionale della Musica 2010

Il sottoscritto _____

per conto dell azienda _____

con insegna _____

con vetrina in via/piazza _____

aderisce al concorso vetrine "MITO Festival Internazionale della Musica 2010

In fede _____

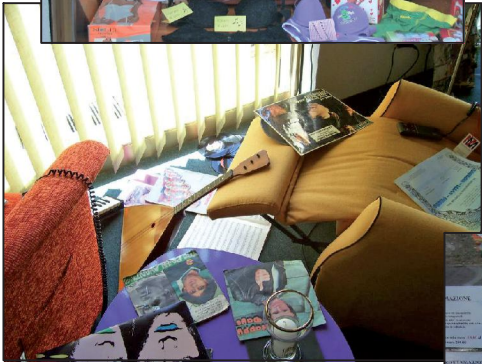
Milano _____



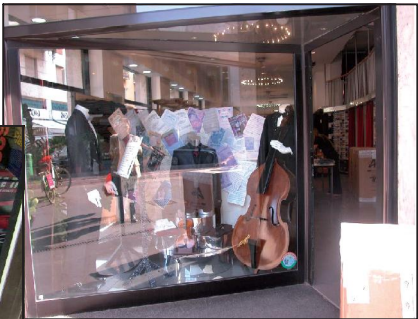
Inviare per fax allo 02-7750480

Autorizzo al trattamento dei dati richiesti ai sensi del dlgs. 196/2003

firma _____



**Nelle foto vetrine di negozi che
hanno partecipato al concorso
per MITO 2009**



Unioneinforma
giugno 2010





territorio

Presentato da Comune e Ascom territoriale

Il Distretto del Commercio di Sesto San Giovanni

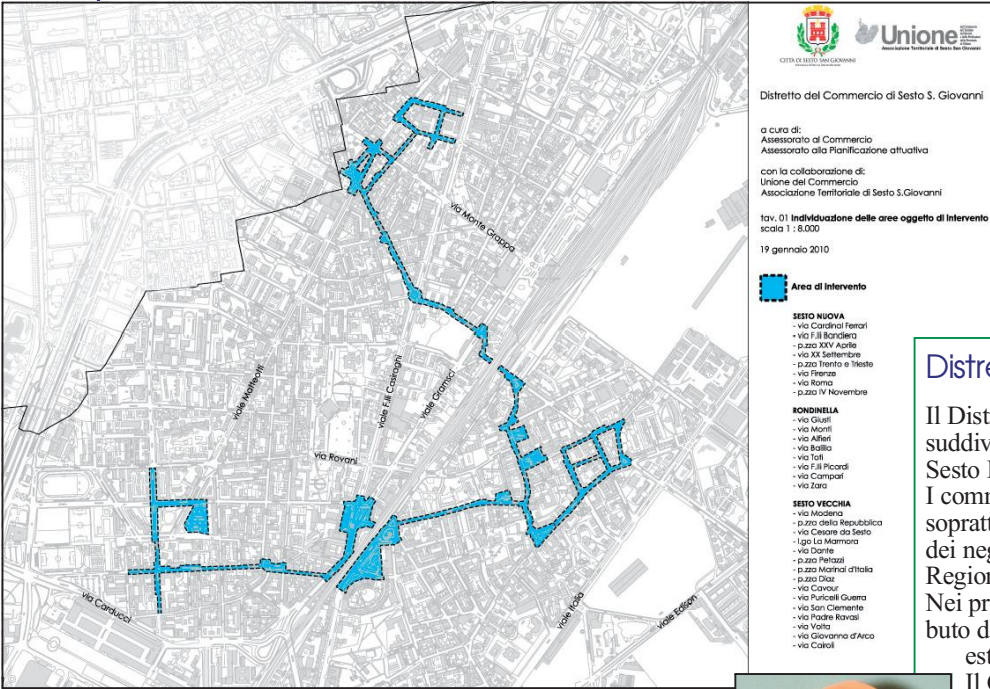
A Sesto San Giovanni prende forma il Distretto del Commercio (inserito nel terzo bando di Regione Lombardia). E' stato presentato dal Comune con l'Ascom territoriale di Sesto: la concessione dei finanziamenti è solo il primo passo, seppur molto importante, di un processo che esplicherà le sue

Zeffirino Melzi, presidente dell'Ascom di Sesto: una risposta concreta alla crisi della città

locali dei negozi che cessano l'attività e la concessione di una sola luce affacciata sulla strada per banche e altre attività simili, alle quali viene imposta una crescita "verticale" e non "orizzontale". Quanto alle risorse ottenute con la costituzione del Distretto per gli interventi di riqualificazione urbana, si trat-

e per sostenere gli acquisti delle famiglie bisognose. "Il distretto è una risposta concreta alla crisi strutturale del commercio e della città" rileva Zeffirino Melzi, presidente dell'Ascom territoriale di Sesto San Giovanni. "Siamo convinti che questa nuova collaborazione con l'Amministrazione comunale porterà anche a rivedere alcune scelte, come quelle sulle aree Falck. Perché Sesto è una città dove le densità commerciali sono pesanti e dove tutti, anche la gdo, soffrono la crisi". D'altra parte Melzi coglie il segno di vitalità che i com-

mercianti sestesi hanno voluto dare scegliendo di investire nella propria attività nonostante la crisi. Dunque, il Distretto è un'ottima occasione per "costruire insieme lo sviluppo della città. Lo scopo è inserire in un progetto complessivo ed efficace i diversi interventi, pubblici e privati, a



Distretto di Sesto: aree e investimenti

Il Distretto del commercio di Sesto San Giovanni è suddiviso in tre aree: Sesto Vecchia, Sesto Nuova e Sesto Rondinella. I commercianti che aderiscono al progetto investono soprattutto sulla riqualificazione estetica dei fronti dei negozi (320mila euro - 150mila sostenuti dalla Regione). Nei prossimi diciotto mesi, sempre grazie al contributo della Regione, si prevedono interventi su dehors esterni, insegne, tende e fioriere. Il Comune di Sesto San Giovanni ha investito nella riqualificazione del suolo pubblico (114mila euro); per la sistemazione di aree verde e fontane (585mila euro), per la nuova illuminazione e la videosorveglianza (90mila euro).

potenzialità nel prossimo futuro e che si fonda sulla collaborazione fra pubblico e privato. A dimostrazione della volontà di tutelare il commercio di vicinato, gli assessori comunali di Sesto al Commercio e ai Lavori pubblici, Claudio Zucchi e Vincenzo Amato, hanno citato anche altri provvedimenti inseriti nel piano regolatore generale della città: come il divieto di modifica della destinazione d'uso dei

ta di spese già sostenute dall'Amministrazione e che dunque saranno reimpiegate a favore del commercio per ampliare la platea dei commercianti beneficiari dei fondi, per finanziare una convenzione con la Banca di credito cooperativo



Zeffirino Melzi

partire da arredo urbano, illuminazione e sicurezza. E, aggiunge Alessandro Fedepellone, segretario dell'Associazione territoriale: "L'investimento globale nel distretto sestese, tra fondi pubblici e privati, sarà di 1.300.000 euro".

S.B.



territorio



Enrico Origi (presidente dell'Associazione territoriale di Desio) è il referente del nuovo ufficio di coordinamento per le Associazioni territoriali di Monza e Brianza

Monza e Brianza: un coordinamento per le Associazioni territoriali

Il Consiglio direttivo di Unione Confcommercio Milano, su indicazione del consigliere con l'incarico per la provincia Carlo Albero Panigo, in raccordo con i presidenti delle

Associazioni territoriali interessate, ha ravvisato l'opportunità di istituire per Monza e Brianza un coordinamento tra le Associazioni Confcommercio presenti sul territorio. Referente del nuovo ufficio di coordinamento è Enrico Origi, presidente dell'Ascom territoriale di Desio, mentre le funzioni operative sono curate da Marco

Poppi, segretario dell'Unione Commercianti di Monza e circondario. Le Ascom interessate a questo coordinamento sono:

Monza, Desio, Seregno, Seveso e Vimercate. L'ufficio provinciale avrà la propria segreteria presso l'Unione Commercianti di Monza e circondario (via De Amicis 9, Monza, tel. 039 360771). Confcommercio in Brianza opera sul territorio con oltre dieci sedi decentrate nei Comuni di maggiori dimensioni.

Abbiategrasso: venerdì sera "sotto le stelle"

Ad Abbiategrasso i commercianti si mobilitano per animare il centro cittadino. Dopo l'iniziativa "La città che ti piace: domenica fra shopping e cultura", che prevede l'apertura straordinaria delle attività commerciali ogni prima domenica del mese, ora si punta anche sul venerdì sera. Ecco, quindi, "La città che ti piace sotto le stelle".

Vie più luminose, vive e partecipate grazie alla collaborazione fra Ascom di Abbiategrasso e circondario e Comune che si sono attivati per quest'iniziativa prevista fino a venerdì 23 luglio.

Non solo apertura dei negozi a partire dalle 21 fino a mezzanotte, ma anche eventi per rendere ancora più attraente la città: mercatini, spettacoli e momenti di intrattenimento che si susseguiranno, con una programmazione varia e articolata. In particolare si sta organizzando una caccia al tesoro cittadina, venerdì 23 luglio, fra monumenti, negozi, vie e piazze di Abbiategrasso.



CINISELLO BALSAMO: RIAPRIRE AL TRAFFICO IL TRATTO LIBERTÀ - FROVA. Il presidente della Delegazione commercianti di Cinisello Balsamo Rodolfo Meda, nell'elaborare possibili strategie e progetti per migliorare il sistema commerciale della città, ha proposto al Comune di Cinisello di rendere percorribile agli autoveicoli il tratto di strada da via Libertà, incrocio via Fiume, a via Frova fino all'incrocio De Ponti, in senso unico sud/nord, per incentivare il commercio ed alleggerire il traffico intorno al centro storico. Il progetto è supportato dal largo consenso degli operatori interessati. Un incontro è stato richiesto con gli assessorati competenti.

A Vaprio d'Adda benvenuto dei commercianti ai nuovi residenti

Un libretto con una serie di coupon da utilizzare per promozioni personalizzate in 48 punti vendita. E' l'iniziativa promossa con l'Ascom dai commercianti di Vaprio D'Adda e rivolta ai nuovi cittadini residenti a Vaprio nel 2010. Nuovi residenti che potranno, così, meglio conoscere le attività commerciali e di servizio a Vaprio.



A Nerviano un locale ultracentenario: è il Vighigneu di Angelo Cucchi (nella foto con il nipote Mauro Quartini) che svolge attività di osteria, poste-



ria (affettati e salumi nostrani),

In questo numero segnaliamo...

Vighigneu di Nerviano

tabaccheria. La storia del locale prende avvio 140 anni fa e nel passato si è svolta anche l'attività di trattoria. Il padre di Angelo, Giovanni Cucchi, antesignano del chilometro zero, macellava i maiali con i contadini e vendeva i suini nel suo locale. La moglie, Pasquina Pezzotti, cucinava la selvaggina portata quotidianamente dai cacciatori.



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



CREDITO AGEVOLATO
per le aziende
del Commercio
del Turismo
e dei Servizi
della provincia
di MILANO

fidicomet
Fondo di Garanzia per il Credito al Commercio e al Turismo

panorama

Il 26 e 27 giugno gara di tiro al piattello fossa olimpica all'Associazione Atavic Il Campanile (Mesero)

Il primo Memorial Luigi Garavaglia

Con il sostegno e la promozione di Unione Confcommercio Milano è in programma sabato 26 e domenica 27 giugno il primo Memorial intitolato a Luigi Garavaglia (il presidente dell'Ascom di Magenta e Castano Primo e vicepresidente di Fidicomat, il Fondo di garanzia fidi Unione, scomparso agli inizi di questo 2010 vedi

Sostegno e promozione di Unione Confcommercio Milano alla competizione intitolata allo scomparso presidente dell'Ascom di Magenta e Castano Primo

storia prende avvio nella metà degli Anni Sessanta e che ha visto in Garavaglia uno dei soci animatori. La



Luigi Garavaglia

(foto) che riporta l'immagine di Garavaglia, mentre una medaglia d'oro (offerta da Bruno Aliprandi) verrà assegnata al secondo classificato. Sono, inoltre, previsti premi per i tiratori meglio classificati nelle varie categorie. Per informazioni consultare il sito internet www.tavmesero.it.



Unione Informa di febbraio n.d.r.) con una gara di tiro al piattello fossa olimpica in programma a Mesero presso Atavic Asd,

l'Associazione sportiva dilettantistica tiro a volo "Il Campanile (strada provinciale 31 per Marcallo) la cui

competizione agonistica di tiro del primo Memorial Garavaglia in due serie da 25 piattelli - è valida quale prova del campionato sociale 2010. Il vincitore assoluto (barrage finale di 25 piattelli) del primo trofeo Garavaglia riceverà un artistico piatto d'argento



segnaliamo che ...

CONSULENTI DI VIAGGIO: ASSICOV LI RAPPRESENTA

Consulente di viaggio, quest'attività è presente anche in Italia grazie ad agenzie con una rete di venditori specializzati o costituisce un'ulteriore canalità di vendita per le agenzie organizzate in modo tradizionale. Ed ora c'è un'Associazione che li rappresenta: Assicov (aderente a Unione Confcommercio Milano). Il consulente di viaggio lavora al di fuori delle mura dell'agenzia viaggi e il servizio fornito dal consulente di viaggio non



ha un costo aggiuntivo per il cliente. Il consulente di viaggio gestisce, infatti, la propria attività appoggiandosi ad un'agenzia viaggi (regolarmente munita di licenza) e beneficiando di una percentuale dell'utile che la sua vendita produce.

ITALO AGNELLI, segretario dell'Ascom di Abbiategrasso, è stato insignito dell'onorificenza Stella al merito del lavoro (conferita dal presidente della Repubblica Giorgio Napolitano).

Valore aggiunto per le imprese associate

Sul sito Unione
la rassegna stampa
Istruzioni per l'uso

Per le imprese associate un'opportunità in più: l'accesso alla rassegna stampa attraverso il sito internet dell'Unione di Milano. La rassegna stampa Unione (realizzata con il supporto della società Selpress) può costituire, infatti, uno strumento quotidiano utile per le imprese. Consultare la rassegna stampa semplice e i pochi

2) Appare una schermata con la richiesta di login e password: digitare, per entrambe le voci, "unione" (in minuscolo, senza virgolette)

In Evidenza

Rassegna stampa

Comunicati stampa

Circolo del commercio

Centro congressi

1

e cliccare su ok.

3) Si entra nell'indice della rassegna stampa:

2

Accesso area riservata

Login

Password

OK

Gli associati al sistema Unione interessati a consultare la rassegna stampa possono richiedere login e password alla propria associazione o telefonando allo 027750222

in alto, in un apposito menu a tendina – qualora occorresse ricercare articoli di giornate precedenti – possibile modificare la data. Nell'immagine si riporta l'esempio di un articolo selezionato. Cliccare sul titolo per accedere all'articolo.

4) L'articolo visibile in formato pdf: si può stampare e salvare sul proprio pc.

FEDERAZIONI E ASSOCIAZIONI NAZIONALI				
☐ Corsera	Ve 30/09/2005	10	Monza, scatta l'emergenza casa (Alloggi vuoti e presi in salbo).	
☒ Corsera	Ve 30/09/2005	6	Patto Comune-privati, via al marchio Milano.	3
☐ Il Giornale	Ve 30/09/2005	41	Marchio cercasi per Milano.	
☐ Il Mondo	Ve 07/10/2005	28	Giovani Confindustria. La prossima sfida Berlusconi-Casini? Nell'arena di Colaninno junior.	
☐ Il Mondo	Ve 07/10/2005	18	Giulio Secondo sotto la lente di Luca.	
☐ IlGiornoMilano	Ve 30/09/2005	4	Milano come New York. In arrivo il "marchio".	
☐ PrealpinaMilano	Ve 30/09/2005	13	Milano cerca il suo simbolo.	
☐ UnioneInforma	Ve 30/09/2005	28	Fimaa Milano: sulle nuove costruzioni tutelare il compratore ma senza "pesare" sul mercato immobiliare.	
ASCOM				
☐ IlGiornoLegnano	Ve 30/09/2005	11	L'affido cambia strada Insegnera' un mestiere.	
SISTEMA CAMERALE				
☐ Sole 24 Ore	Ve 30/09/2005	18	Unioncamere: per il caro-greggio inflazione al 2,5%.	
COMMERCIO E DISTRIBUZIONE				
☐ Sole 24 Ore	Ve 30/09/2005	21	Gnutti' apre in Puglia l'outlet della moda.	

passaggi vengono spiegati in questa pagina attraverso le immagini.

1) Accedere al sito internet dell'Unione collegandosi alla pagina: www.unione-milano.it/home. Cliccare, sulla destra (sotto: in evidenza) su: rassegna stampa.

4

Pagine

Allegati

Commenti

ven 30/09/2005

CORRIERE DELLA SERA

Estratto da pagina: M6

Patto Comune-privati, via al marchio Milano

Concorso di idee per il nuovo simbolo. «Fashion, design e cultura: così rilanciamo la città»

Milano sarà il suo logo? «Non faremo l'errore di New York che non ha mai registrato il suo marchio». Al vincitore spettano 5 mila euro e non previsti premi anche per il secondo e il terzo classificato. È qui a 6 mila euro. E per gli interessati è stato preparato un dossier di riferimento che l'associazione italiana pro-

D&A

LONDRA

PARIGI



panorama



Circolo
del commercio:
"Collezionare arte
fa il tutto esaurito

Sim (vedi
UnioneIn-
forma di
aprile a

Pavoni; il presidente di Bi-
piemme Private Banking Sim
Mario Mazzoleni; Maria Gra-
zia Mattei di MGM Digital
Communication e
Andrea Ilari, coman-
dante del Nucleo
Carabinieri di Tutela
del Patrimonio Cultu-
rale di Monza. Arte
come passione ed



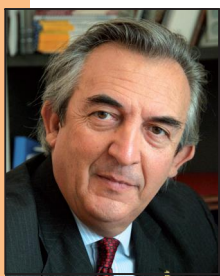
pagina

A Milano, nella sede del
Circolo del Commercio
il settecentesco Palazzo
Bovara di corso Venezia 51
grande adesione, con
oltre 300 partecipanti, all'in-
contro "Collezionare arte:
fascino, opportunità e pas-
sione", promosso dalla
Consulta della Cultura di
Unione Confcommercio
Milano con la collaborazio-
ne e partnership di
Bipiemme Private Banking

19 n.d.r.). All'iniziativa
moderata da Maria
Antonia Rossini, responsabi-
le della Consulta della
Cultura di Unione
Confcommercio Milano
sono intervenuti il presiden-
te di Unione Conf-
commercio Milano Carlo
Sangalli, il presidente
dell'Associazione Antiquari
Milanesi Giacomo
Manoukian Nosedà; la
museologa Rosanna

investimento e come atto di
responsabilità e di impegno
nella tutela di un patrimonio
che va preservato e moni-
torato. "L'iniziativa di
'Collezionare arte' è la
nuova tappa di un percorso
che punta a promuovere
Palazzo Bovara come polo
culturale-economico mila-
nese ha rilevato Sangalli
in una logica di valorizzazio-
ne del territorio che inten-
diamo sviluppare anche in
vista di Expo 2015".

Segnaliamo che



UMBERTO BELLINI (foto), consi-
gliere e membro di Giunta di
Unione Confcommercio Milano, è
stato nominato componente del
Consiglio di amministrazione di
Sogemi (la Spa che, per conto del
Comune di Milano, gestisce i mer-
cati generali milanesi). Bellini è già
stato nel Cda di Sogemi dal 2005
al 2007.

IL TEMPORARY SHOP: è il libro di
Massimo Costa, segretario Assotem-
porary, ed Ada Cattaneo, interamente
dedicato a questa formula (Lupetti edi-
tore - foto della copertina).
Nel volume si affrontano tutti gli aspetti
legati alle origini e alle attuali espressioni
del temporary shop, con approfondi-
menti sulla sua natura di strumento di
comunicazione e di vendita.



L'assemblea del Distretto 2040 del
Rotary International ha nominato
LUIGI MADERNA, presidente di
Fiavet Lombardia, responsabile del-
l'organizzazione per la partecipazione
dei rotariani al congresso internazio-
nale 2011 a New Orleans. Nella foto
la consegna a Maderna - a sinistra -
(Rotary Milano-Linate-Martesana)
del premio per la campagna di educa-
zione stradale nella scuola dell'obbligo,
da parte del presidente internazio-
nale Clifford L. Dochterman.





associazioni

Tabaccaia milanese Conferma alla presidenza per Emanuele Marinoni

Il Comitato esecutivo della Federazione italiana tabaccaia (Fit) ha ratificato la nomina delle cariche sociali del Sindacato provinciale tabaccaia Fit di Milano che rappresenteranno i rivenditori della provincia fino al 2015. I 17 neoeletti componenti del Consiglio direttivo, prescelti dall'Assemblea della provincia milanese, hanno riconfermato all'unanimità, quale presidente del Sindacato Fit di Milano, Emanuele Marinoni. Il nuovo Consiglio direttivo dei tabaccaia milanesi, inoltre, vista l'elevato numero

**Quattro
vicepresidenti:
Federico Bigatti,
Donato Francavilla,
Claudio Origgi,
Marco Quarta**

delle tabaccherie presenti sul territorio e le relative esigenze, ha deliberato l'elezione di quattro vicepresidenti. Nominati: Fe-

derico Bigatti, Donato Francavilla, Claudio Origgi, Marco Quarta. Il presidente Emanuele Marinoni, nel ringraziare per la fiducia rinnovatagli, ha dichiarato di voler proseguire, con tutto il Consiglio ed i Delegati di zona, il percorso intrapreso: un più frequente contatto diretto

con
gli



associati
e lo svi-
luppo
di



Emanuele Marinoni

relazioni e servizi a favore della categoria.

Nota al ministro Giulio Tremonti

Detassazione investimenti in macchinari Ascomut chiede la proroga

Ascomut (l'Associazione degli importatori e distributori di macchine, tecnologie e utensili), in una nota



**Luciano Mascherpa,
presidente Ascomut**

l'acquisto di beni strumentali attraverso la detassazione

indirizzata al ministro dell'Economia, Giulio Tremonti, ha chiesto la proroga per almeno altri 12 mesi dell'operatività della legge che incentiva

degli investimenti in macchinari (la cosiddetta "Tremonti ter").

Dopo un 2009 particolarmente negativo per i comparti della meccanica e dei beni strumentali, il nuovo anno sembra lasciar intravedere qualche segnale di ripresa delle attività produttive e, di conseguenza, degli investimenti in macchinari industriali. Perciò, rileva il presidente di Ascomut Luciano Mascherpa, "occorre alimentare l'attuale cauto trend di ripresa in modo da consolidarne la spinta e

contribuire a dare impulso alla ripresa degli investimenti produttivi. Riteniamo fondamentale che tale misura venga confermata quanto meno per altri 12 mesi e possa così svolgere, in un contesto più favorevole, il compito per la quale è stata a suo tempo pensata». Ascomut osserva infine che l'eventuale proroga della Tremonti ter avrebbe un'incidenza assai modesta sui conti pubblici, ma sarebbe certamente in grado di ridare slancio alla ripresa economica.



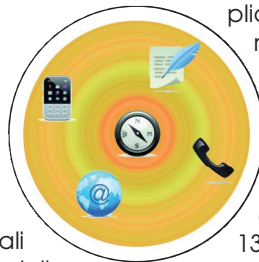
associazioni

Comunicazione in azienda: istruzioni per l'uso A Monza con Asseprim il 28 giugno

La velocità dei messaggi, la loro efficacia e comprensione unitamente alla capacità di diffonderli, costituiscono fattori strategici. Asseprim, l'Associazione delle le aziende che offrono servizi professionali alle imprese (www.asseprim.it) e

In collaborazione con le cinque Ascom territoriali Unione di Monza-Brianza: Desio, Monza, Seregno, Seveso, Vimercate

le cinque Ascom territoriali Unione della provincia di Monza e Brianza (Desio, Monza, Seregno, Seveso, Vimercate), propongono un'occasione di analisi e riflessione



sugli strumenti di comunicazione a disposizione delle aziende e sui metodi applicati nella quotidianità.

L'appuntamento è presso la sede dell'Unione commercianti di Monza, il 28 giugno, dalle 9 alle 13. L'ingresso è gratuito fino ad esaurimento posti. Per conoscere il programma ed iscriversi, si può visitare il sito internet www.confcommerciomilano.mb.it o contattare direttamente la segreteria dell'evento al numero 039-360771.

L'iniziativa Asseprim sul sito Eurocommerce

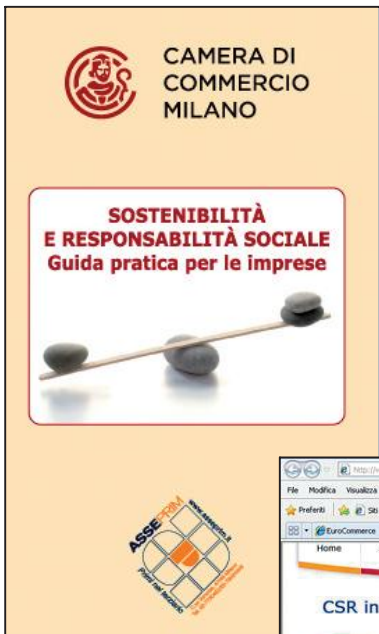
La Guida sulla responsabilità sociale diventa una "buona pratica" europea

"Sostenibilità e responsabilità sociale per le imprese (vedi nei precedenti numeri di *Unioneinforma* n.d.r.). Far diventare le imprese di servizi protagoniste di un'economia realmente sostenibile: questo l'obiettivo che Asseprim e Camera di commercio di Milano (con Unione Confcommercio Milano e Promo.

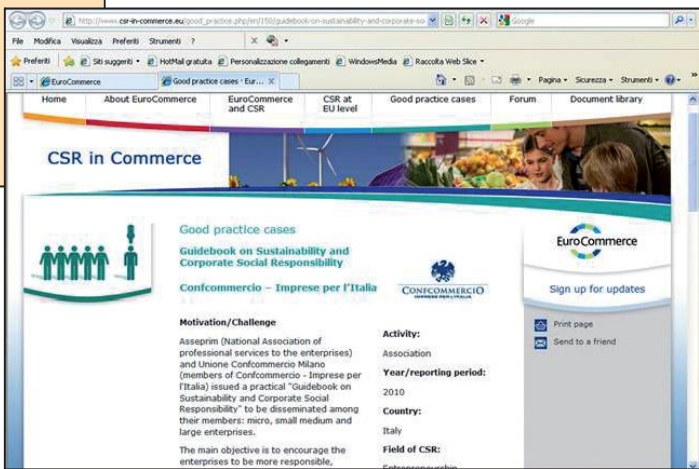
alla cui presentazione, con Umberto Bellini presidente Asseprim e consigliere della Camera di commercio di Milano, sono intervenuti i vari autori e si è avuto l'intervento-performance di Andrea Brambilla (Zuzzurro).

"Milano rappresenta il punto di partenza ideale per diffondere le buone pratiche azien-

dali che fanno bene all'ambiente ed alla società, ha dichiarato Bellini. Le imprese milanesi sono attente agli effetti generati dalle loro attività: il 40% di esse investe circa 1,3 miliardi di euro l'anno per la responsabilità sociale.



Sul sito di Eurocommerce (http://www.csr-in-commerce.eu/good_practice.php/en/150/guidebook-on-sustainability-and-corporate-social-responsibility) l'esperienza di Asseprim con la pubblicazione della Guida pratica



Ter), si sono date con la realizzazione della pubblicazione

**É nata la sicurezza vantaggiosa.
Assicurati**



Chiamateci per un preventivo gratuito.

Convenzione A.M.I.C.A., riservata agli Associati dell'Unione, è un insieme di polizze capaci di offrire una copertura sugli eventi che possono mettere in discussione la tua sicurezza e tranquillità e quella dei tuoi familiari. Un'offerta completa e vantaggiosa per assicurare la vita, l'auto, la casa, l'esercizio commerciale e molto altro. Per informazioni scrivi a convenzioneamica@gestione previdenza.it o chiama il numero verde.



CONVENZIONE
A.M.I.C.A. 
TUTTO PREVISTO



lo sapevate che...



Professione toelettatore: a Milano vince il "fattore rosa"

Non ci vorrà la laurea per diventare bravi toelettatori, ma il "fattore rosa" certamente sì. Nell'ultimo biennio, infatti, la percentuale delle iscrizioni femminili al corso di toelettatura tenuto dalla Scuola professionale di Acad (l'Associazione commercianti animali domestici e toelettatori aderente a Unione Concommercio Milano) ha superato il 90%. E in quattro anni, su 320 partecipanti al corso (più del 90% con la licenza media superiore) i numeri ci dicono che 280 sono donne (di età

tra i 25 e i 35 anni) e 40 uomini (di età tra i 20 e i 30). E visto che sono 291 sono le imprese attive in provincia di Milano nei settori legati agli animali da compagnia, con un peso superiore al 32% sul totale lombardo e al 4% su quello italiano (fonte: Camera di commercio di Milano), in un momento difficile come que-



sto potrebbe essere un'idea ottima, per chi ama i nostri amici a 4 zampe, ma non solo, incanalare passione e creatività verso una nuova professione che si sta sempre più facendo spazio. Un centinaio - rileva Acad - sono, ad oggi, i professionisti che tramite un percorso fatto all'interno dell'Associazione hanno trasformato una passione anche

in un lavoro. Le doti di un buon toelettatore? Senso estetico, abilità manuale, forza e resistenza fisica abbinati ad una buona

dose di costanza e pazienza. Alla faccia del sesso debole.

B.B.



Nell'ultimo biennio le donne superano il 90% degli iscritti ai corsi della Scuola professionale di Acad (Associazione milanese commercianti animali domestici)

informa
Unione

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

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

DIRETTORE RESPONSABILE
Gianroberto Costa

EDITORE
PROMOTER Unione
Sede e amministrazione:
corso Venezia 47/49
20121 Milano

REDAZIONE
Federico Sozzani
corso Venezia 47/49
20121 Milano

FOTOCOPOSIZIONE e STAMPA
AMILCARE PIZZI Spa
20092 Cinisello Balsamo (Milano)

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.

PUBBLICITÀ
Imagina sas
Corso di Porta Romana 128
20122 Milano
tel. 0258320509
fax 0258319824
e-mail: imagiuno@tin.it
www.imaginapubblicita.com

Unioneinforma
giugno 2010





iniziative

*Promosso da 50&Più Università Fenacom e Ascofoto.
Invio foto entro il 29 ottobre*

“Fotografa le tue vacanze : il bando di concorso

Art. 1 Le associazioni 50&Più Università Fenacom Confcommercio e Ascofoto (Associazione nazionale commercianti di articoli foto digital imaging fotografi e mini laboratori) bandiscono la Prima edizione del Premio Fotografa le tue vacanze L'arte dell'immagine in gara – Ascofoto e 50&Più Università per la Fotografia . **La partecipazione al premio è gratuita; è aperta a tutti i fotografi, esperti e/o dilettanti che abbiano compiuto, alla data della cerimonia di premiazione (vedi articolo 8), i sedici anni di età; il materiale inviato non verrà in alcun modo restituito.**

Art. 2 Il Premio, è destinato ad una **sequenza di massimo 3 fotografie (minimo una)** di formato 20X30 centimetri, a colori. Il Premio prevede un primo, un secondo ed un terzo classificato. Non sono previsti vincitori ex aequo. Al primo classificato spetta un premio consistente in una targa dorata, una pergamena e un buono del valore di 400 euro per la scelta di una macchina fotografica tra i modelli di tale valore. Al secondo classificato spetta un premio consistente in una targa d'argento, una pergamena e un buono del valore di 300 euro per la scelta di una macchina fotografica tra i modelli di tale valore. Al terzo classificato spetta un premio consistente in una targa di bronzo, una pergamena e un buono del valore di 200 euro per la scelta di una macchina fotografica tra i modelli di tale valore.

Art. 3 Le fotografie possono essere scattate tanto con attrezzature digitali, quanto con attrezzature analogiche. Non sono in alcun modo ammessi fotomontaggi, doppia esposizione, ritocchi di alcun genere, solo correzioni cromatiche ed esposimetriche. Le stampe (20X30 centimetri) dovranno essere montate (biadesivo) su cartoncino leggero del formato 30X40 (A3) di colore nero

Art. 4 Unitamente alle fotografie ed ai dati sopra elencati (articolo 3) ogni concorrente dovrà allegare, su foglio

a parte, la seguente dichiarazione firmata: **Dichiaro che gli elaborati da me presentati al Premio 'Fotografa le tue vacanze' sono frutto della mia creazione personale, inediti, non premiati ad altri concorsi.** Sono consapevole che false attestazioni configurano un illecito perseguibile a norma di legge .

Art. 5 Gli elaborati dovranno pervenire entro venerdì 29 ottobre (farà fede la data del timbro postale) al seguente indirizzo: **Fotografa le tue vacanze - L'arte dell'immagine in gara Ufficio stampa di Unione Confcommercio Milano - segreteria del Premio, corso Venezia 47/49**

**20121
Milano
(telefono)**



**Pubblichiamo
in questa pagina
il bando di concorso:
Fotografa le tue vacanze,
l'arte dell'immagine
in gara - Ascofoto
e 50&Più Università
per la fotografia**

027750267, oppure 027750222). Le fotografie dovranno essere recapitate tutte in una sola busta grande (formato A3) bianca chiusa, senza segni di riconoscimento. All'interno, oltre alle foto, sarà inserita una seconda busta bianca, chiusa, contenente i dati anagrafici (*nome, cognome, data di nascita, indirizzo, numero di telefono e, ove disponibile, di cellulare*) e la dichiarazione di paternità del concorrente. La segreteria del Premio attri-

buirà alle foto un numero che sarà abbinato alla busta contenente il nome ed i dati del concorrente. Il riconoscimento dell'autore avverrà dopo la formulazione della classifica. **Il materiale inviato non verrà restituito.**

Art. 6 Le decisioni della Giuria del Premio **Fotografa le tue vacanze – L'arte dell'immagine in gara**, composta da Filippo Ravizza (presidente 50&Più Università di Milano e provincia), Dario Bossi (presidente nazionale di Ascofoto), Roberto Mutti (giornalista - critico fotografico), Giovambattista Bonato (giornalista - critico fotografico), Massimo Prizzon (fotografo professionista), sono inappellabili.

Art. 7 I concorrenti, partecipando, acconsentono a cedere ad Ascofoto e a 50&Più Università Fenacom Milano, il diritto d'uso non esclusivo delle opere inviate che potranno quindi essere pubblicate su qualsiasi mezzo e supporto (cartaceo e/o digitale). Ogni partecipante autorizza l'organizzazione del Premio alla pubblicazione delle proprie fotografie su qualsiasi mezzo o supporto (cartaceo e/o digitale) e ad usare dette immagini a scopi promozionali, senza fini di lucro, redazionali e documentali, senza l'obbligo del consenso da parte dell'autore, ma con il solo vincolo di indicare nelle pubblicazioni il nome dello stesso.

Art. 8 La premiazione avverrà nel corso di una manifestazione che si svolgerà presso Unione Confcommercio Milano, in corso Venezia 47/49, il giorno **lunedì 22 del mese di novembre dell'anno 2010 alle ore 16,30**, alla quale saranno invitati tutti i partecipanti al concorso, nonché tutti coloro che, amici e/o familiari dei premiati, vorranno essere presenti.

Art. 9 L'adesione al premio è gratuita e implica l'accettazione di tutte le norme contenute nel presente regolamento (bando di concorso).





Promo.Ter Unione

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



LE NOSTRE PAROLE CHIAVE PER LA SICUREZZA



SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO

(D.lgs. 81/08)

Tel 02 76.02.80.42/15

club.626@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 76.02.80.42/15

club.privacy@unione.milano.it

... PER L'INNOVAZIONE

QUALITA'

(Sistemi gestione qualità aziendale)

Tel 02 76.02.80.42/15

club.qualita@unione.milano.it

ENERGIA & AMBIENTE

(Risparmio Energetico e Servizi Ambientali)

Tel 02 76.02.80.42/15

club.energia@unione.milano.it

BASILEA 2

(Servizi rivolti a Basilea 2)

Tel 02 76.02.80.42/15

club.basilea2@unione.milano.it



Club della Sicurezza - Club Servizi Innovativi:
Via Marina 10 - 20121 Milano - Fax 02 76.01.76.77

Fondo Est *On-Line*

Nuovi servizi per i nostri iscritti

- **Devi cercare una Struttura Sanitaria convenzionata?**
- **Devi prenotare o spostare una visita medica?**
- **Devi aggiornare i tuoi recapiti?**
- **Devi richiedere un rimborso?**



**Ora puoi farlo in modo semplice e veloce
con i nuovi servizi attivati sul sito
www.fondoest.it**