



# **STATUTO**

## **CONFCOMMERCIO-IMPRESE PER L'ITALIA**

### **MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA**

con allegati:

REGOLAMENTO DELL'ATTRIBUZIONE DEI VOTI ASSEMBLEARI

CODICE ETICO

*Approvato nell'Assemblea Straordinaria del 27 Maggio 2024*

## **INDICE**

### **PRINCIPI ISPIRATORI**

#### **TITOLO I – I PRINCIPI**

ART. 1 - DENOMINAZIONE, SEDE, DURATA E AMBITI DI RAPPRESENTANZA

ART. 2 - OGGETTO SOCIALE

ART. 3 - CODICE ETICO

#### **TITOLO II - RAPPORTI ASSOCIATIVI**

ART. 4 - ASSOCIAZIONI COSTITUENTI

ART. 5 - RUOLO DELLE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

ART. 6 - RUOLO DELLE ASSOCIAZIONI TERRITORIALI

ART. 7 - REQUISITI DELLE ASSOCIAZIONI COSTITUENTI

ART. 8 - ENTI ISTITUTI E ORGANISMI ADERENTI

ART. 9 - ENTI COLLEGATI

ART. 10 - RUOLO DEGLI ENTI COLLEGATI

ART. 11 - RAPPORTI TRA SOGGETTI ASSOCIATI E ASSOCIAZIONI COSTITUENTI

ART. 12 - ADESIONE: MODALITA' E CONDIZIONI

ART. 13 - PERDITA DELLA QUALITA' DI ASSOCIATO - RECESSO E DECADENZA -  
SOSPENSIONE ED ESCLUSIONE

ART. 14 - SANZIONI

ART. 15 - DOPPIO INQUADRAMENTO

#### **TITOLO III - ORGANIZZAZIONE TERRITORIALE E DELLE CATEGORIE**

ART. 16 - RAPPORTI ASSOCIATIVI E FINANZIARI

ART. 17 - RAPPORTI DELLE ASSOCIAZIONI COSTITUENTI CON CONFCOMMERCIO MILANO

#### **TITOLO IV - ORGANI DELLA ASSOCIAZIONE**

ART. 18 - ORGANI ASSOCIATIVI - COMPOSIZIONE

ART. 19 - ELEZIONE, DURATA E DECADENZA DELLE CARICHE

ART. 20 - INCOMPATIBILITA'

ART. 21 - ASSEMBLEA: COMPOSIZIONE

ART. 22 - ASSEMBLEA: PRESIDENTE, SCRUTATORI E SEGRETARIO

ART. 23 - ASSEMBLEA: CONVOCAZIONE E SVOLGIMENTO

ART. 24 - ASSEMBLEA: VALIDITA' E DELIBERAZIONI

ART. 25 - ASSEMBLEA: COMPETENZE

ART. 26 - CONSIGLIO: COMPOSIZIONE  
ART. 27 - CONSIGLIO: CONVOCAZIONE E VALIDITA'  
ART. 28 - CONSIGLIO: COMPETENZE  
ART. 29 - GIUNTA: COMPOSIZIONE, COMPETENZE  
ART. 30 - GIUNTA: CONVOCAZIONE  
ART. 31 - PRESIDENTE: ELEZIONE  
ART. 32 - PRESIDENTE: RAPPRESENTANZA E DELEGHE  
ART. 33 - UFFICIO DI PRESIDENZA  
ART. 34 - PRESIDENTE: ATTRIBUZIONI  
ART. 35 - PRESIDENTE: SOSTITUZIONE NELLE FUNZIONI  
ART. 36 - COLLEGIO DEI REVISORI DEI CONTI  
ART. 37 - COLLEGIO DEI REVISORI DEI CONTI: FUNZIONI  
ART. 38 - CONSULTA DEL PRESIDENTE  
ART. 39 - COLLEGIO DEI PROBIVIRI  
ART. 40 - VERBALI DEGLI ORGANI COLLEGIALI  
ART. 41 - SEGRETARIO GENERALE.  
ART. 42 - COMMISSIONI E COMITATI  
ART. 43 - GRUPPO 50 & PIU'  
ART. 44 - GRUPPO GIOVANI IMPRENDITORI  
ART. 45 - TERZIARIO DONNA

#### **TITOLO V - PATRIMONIO SOCIALE – AMMINISTRAZIONE**

ART. 46 - PATRIMONIO DI CONFCOMMERCIO MILANO  
ART. 47 - ESERCIZIO SOCIALE  
ART. 48 - SCIOGLIMENTO DI CONFCOMMERCIO MILANO  
ART. 49 - CLAUSOLA COMPROMISSORIA  
ART. 50 - DISPOSIZIONI TRANSITORIE E DI COORDINAMENTO  
ART. 51 - RAPPORTI CON CONFCOMMERCIO

#### **ALLEGATI:**

*REGOLAMENTO DELL'ATTRIBUZIONE DEI VOTI ASSEMBLEARI (art. 24 comma 3)*  
*CODICE ETICO (art. 3)*

**STATUTO**  
**CONFCOMMERCIO-IMPRESE PER L'ITALIA**  
**MILANO, LODI, MONZA E BRIANZA**

**PRINCIPI ISPIRATORI**

1. “Confcommercio-Imprese per l’Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza”, di seguito “Confcommercio Milano”, informa il proprio Statuto ai seguenti principi:

- a) la libertà associativa come aspetto della libertà politica ed economica;
- b) il pluralismo delle forme di impresa quale espressione della libertà politica ed economica;
- c) l’impegno costante per la tutela della legalità e della sicurezza e per la prevenzione e la lotta contro ogni forma di criminalità;
- d) la democrazia interna, quale regola fondamentale per l’organizzazione, nel rispetto dei principi di trasparenza, integrità e partecipazione;
- e) lo sviluppo sociale ed economico volto a contribuire al benessere di tutta la collettività attraverso un’economia aperta, competitiva e di mercato;
- f) la sussidiarietà come obiettivo primario a livello politico e sociale e l’uropeismo quale principio fondamentale, da perseguire per dare concretezza, in particolare nell’assetto istituzionale federalista del Paese, ai principi e valori ispiratori oggetto del presente articolo;
- g) la solidarietà all’interno del sistema di “Confcommercio-Imprese per l’Italia” e nei confronti degli Associati e dei partecipanti e del Paese, come carattere primario della sua natura associativa.

## **TITOLO I I PRINCIPI**

### **ART. 1**

#### **DENOMINAZIONE, SEDE, DURATA E AMBITI DI RAPPRESENTANZA**

1. Confcommercio Imprese per l'Italia Milano, Lodi Monza e Brianza, oppure:  
- "Unione Confcommercio-Imprese per l'Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza", oppure, con la seguente storica denominazione:

- Unione del Commercio, del Turismo, dei Servizi e delle Professioni della Provincia di Milano, o ancora,
- Unione "Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza"; oppure
- Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza; o ancora
- Unione o, in ultimo, in forma abbreviata,
- "Confcommercio Milano";

è, ai sensi del comma 1 dell'art. 39 della Costituzione, organizzazione sindacale libera, volontaria e senza fini di lucro.

2. "Confcommercio Milano" costituisce – con particolare riferimento ai soggetti economici, imprenditoriali e professionali orientati alla produzione, organizzazione ed erogazione di servizi alle persone ed alle imprese, alle comunità ed al sistema economico e sociale più ampio – il sistema di rappresentanza interprovinciale unitario delle imprese, delle attività professionali e dei lavoratori autonomi con sede od unità locali nelle Province di Milano, Lodi, Monza e Brianza, che si riconoscono – in particolare nei settori della distribuzione commerciale, del turismo, dei servizi, dei trasporti e della logistica – nei valori del mercato e della concorrenza, della responsabilità sociale dell'attività d'impresa e del servizio reso ai cittadini, ai consumatori e agli utenti, secondo quanto previsto all'art. 12 dello Statuto confederale.

Esercita anche tale rappresentanza, per gli specifici ambiti di loro pertinenza, unitamente alle Associazioni che la costituiscono.

3. Confcommercio Milano è organizzazione sindacale a base democratica, pluralista e libera da qualsivoglia condizionamento, relativamente a partiti, associazioni e movimenti politici; persegue e tutela la propria autonomia, anche nell'ambito del suo funzionamento interno, mediante i principi e le regole contenuti nel presente Statuto.

Può aderire ad Enti ed Organizzazioni con finalità in armonia con i propri scopi sociali e

con gli indirizzi generali di “Confcommercio-Imprese per l’Italia”.

4. Confcommercio Milano si impegna a garantire, nei confronti della propria base associativa, la necessaria trasparenza nella sua gestione organizzativa e conduzione amministrativa, nonché in quella delle sue articolazioni ed emanazioni societarie ed organizzative direttamente o indirettamente controllate.

5. Confcommercio Milano ha sede nel comune di Milano, di seguito anche denominato, ai fini del presente Statuto, Capoluogo Interprovinciale; la sua durata è illimitata.

## **ART. 2**

### **OGGETTO SOCIALE**

1. Confcommercio Milano, nell'interesse generale dei soggetti associati, anche attraverso le Associazioni costituenti sulla base dei principi ispiratori di cui in premessa:

a) promuove e tutela gli interessi sindacali, morali, sociali ed economici degli Associati stessi e dei partecipanti nei confronti di qualsiasi organismo, sia pubblico sia privato, in armonia con gli indirizzi della Confcommercio;

b) valorizza le imprese, le attività professionali e i lavoratori autonomi associati e partecipanti alle Associazioni costituenti, promuovendone e riconoscendone il ruolo economico e sociale;

c) tutela e rappresenta a livello territoriale le imprese, le attività professionali ed i lavoratori autonomi associati e partecipanti, attraverso forme di concertazione con le proprie articolazioni settoriali e categoriali, che ne costituiscono il decentramento sul territorio e per categoria nei rapporti con le istituzioni, le amministrazioni, gli enti e con ogni altra organizzazione di carattere politico, economico o sociale, nonché in sede di contrattazione collettiva, ove assicura la concreta realizzazione delle funzioni di tutela e di assistenza a sostegno dei datori di lavoro. Al fine di rendere piena ed effettiva tale tutela e tale rappresentanza, Confcommercio Milano tutela gli interessi e ha legittimazione attiva e passiva, sostanziale e processuale, in ordine alle Associazioni costituenti il sistema associativo, nonché ai soggetti associati;

d) in caso di contrasto di interessi, effettua azione conciliativa tra i soggetti associati e le componenti associative costituenti e/o aderenti di pertinenza;

e) assume iniziative intese a promuovere e svolgere la formazione professionale, tecnica e sindacale degli imprenditori e pone in atto le azioni necessarie alla formazione di aspiranti imprenditori;

- f) assicura agli associati, direttamente o attraverso le proprie Associazioni Costituenti, tanto sul piano generale, quanto su quello specifico delle singole aziende, assistenza e consulenza in materia di contratti di lavoro e relazioni sindacali, assistenza e consulenza in materia tecnico-legale, tecnico-fiscale, tecnico-amministrativa e contabile, tecnico-finanziaria, tecnico-sanitaria, commercio internazionale, nonché servizi di informazione e formazione su tutte le materie di interesse specifico per gli imprenditori. A tal fine può assumere partecipazioni e promuovere la costituzione di Istituti, Società, Associazioni od Enti di qualsiasi natura giuridica, finalizzati alla promozione ed allo sviluppo delle imprese e dei settori rappresentati;
- g) ha possibilità di stipulare contratti integrativi o accordi sindacali territoriali;
- h) designa e nomina propri rappresentanti o delegati in Enti, Organi e Commissioni, nei quali la rappresentanza delle Categorie e dei soggetti associati sia richiesta od ammessa;
- i) può promuovere la costituzione di appositi organismi ed enti per la risoluzione di controversie tra imprenditori e tra essi ed eventuali terzi;
- l) si dota della struttura organizzativa più consona alle proprie esigenze, anche eventualmente delegando funzioni specifiche ai propri livelli organizzativi di decentramento, potendo promuovere, costituire o partecipare ad enti, fondazioni o società di qualunque forma giuridica, allo scopo di perseguire i rispettivi scopi statutari;
- m) verifica che gli Statuti delle Associazioni costituenti siano in armonia con lo Statuto di Confcommercio Milano ed il relativo Codice Etico, con lo Statuto Confederale ed il relativo Codice Etico; siano in armonia tra loro per quanto attiene alla rispettiva sfera di competenza organizzativa;
- n) esprime linee di indirizzo vincolanti per tutte le Associazioni costituenti e ne coordina l'attuazione;
- o) assicura la ripartizione delle risorse comuni fra le Associazioni costituenti avendo riguardo a mantenere gli equilibri economici complessivi e a contemperare i diritti di ciascuna di esse con le esigenze di solidarietà e gli obiettivi comuni;
- p) determina le condizioni per un ordinato sviluppo delle Associazioni che la costituiscono favorendone l'insediamento presso le proprie strutture per rafforzarne la visibilità, l'immagine e l'integrazione nel sistema organizzativo, provvedendo eventualmente, su base consensuale, anche alla loro gestione;
- q) favorisce, d'intesa con gli altri livelli settoriali o categoriali del sistema confederale presenti sul territorio, la costituzione ed il funzionamento, a livello interprovinciale, delle proprie articolazioni organizzative;

- r) ha piena ed esclusiva responsabilità nelle politiche gestionali, impegnandosi a perseguire la correttezza e l'equilibrio della propria gestione economica e finanziaria;
- s) provvede, al finanziamento, per quanto di competenza, di "Confcommercio-Lombardia-Imprese per l'Italia";
- t) riconosce, in capo a "Confcommercio Lombardia-Imprese per l'Italia" la rappresentanza del Sistema confederale nelle materie di competenza delle Regioni, nel rispetto dei principi di specializzazione, decentramento, sussidiarietà ed adeguatezza e attraverso forme di concertazione con le articolazioni settoriali e categoriali;
- u) esercita ogni altra funzione che sia ad essa conferita da leggi, regolamenti e disposizioni di Autorità pubbliche, o dai deliberati di Organi associativi, propri e della Confederazione, che non siano in contrasto con il presente Statuto e con quello confederale;
- v) favorisce le relazioni tra gli Associati per lo studio e la risoluzione dei problemi di comune interesse; e, in caso di contrasto di interessi, effettua azione conciliativa tra gli stessi e le componenti associative di pertinenza.

### **ART. 3**

#### **CODICE ETICO**

1. Confcommercio Milano adotta un Codice Etico che ispira e vincola il comportamento di ogni componente del sistema. Il Codice Etico è allegato al presente Statuto e ne costituisce parte integrante.
2. Confcommercio Milano adotta, altresì, il Codice Etico della Confederazione che ispira e vincola il comportamento di ogni componente del sistema territoriale.

### **TITOLO II**

#### **RAPPORTI ASSOCIATIVI**

### **ART. 4**

#### **ASSOCIAZIONI COSTITUENTI**

1. Costituiscono Confcommercio Milano e sono denominate Associazioni costituenti le Associazioni Provinciali di Categoria, successivamente denominate Associazioni di Categoria, e le Associazioni Territoriali di carattere generale, successivamente



denominate Associazioni Territoriali. Le Associazioni costituenti sono articolazioni di Confcommercio Milano.

Non sono Associazioni costituenti gli organismi definiti dal successivo art. 8.

2. Costituiscono altresì Confcommercio Milano le Associazioni di Categoria a carattere interprovinciale, regionale, interregionale, nazionale per il nucleo dei propri Associati con sede, anche solo operativa, nelle Province di Milano, Lodi, Monza e Brianza, anch'esse successivamente denominate Associazioni di Categoria ed equiparate, ai fini del presente Statuto, alle Associazioni Provinciali di Categoria. La rappresentanza delle aree di Categoria e Territoriali - ivi comprese quelle di Capoluogo - non esercitata da Associazioni costituenti Confcommercio Milano è assunta direttamente da Confcommercio Milano che inquadra le imprese, anche su base volontaria, in settori specifici la cui rappresentanza è in capo al Presidente di Confcommercio Milano. Tali settori costituiscono, a tutti gli effetti, Associazioni costituenti del Sistema Confcommercio Milano. Compete comunque a Confcommercio Milano la rappresentanza degli interessi generali attinenti ai Capoluoghi e Province di Milano, Lodi, Monza e Brianza. Confcommercio Milano può assumere la rappresentanza di soggetti anche non imprenditoriali e professionali che abbiano interessi economici, sociali, culturali e morali coerenti con quelli delle imprese, ritenuti meritevoli di pari rappresentanza e tutela. Ai fini del presente Statuto, tali soggetti sono equiparati alle imprese e le loro Associazioni alle Associazioni provinciali di categoria.

3. Le Associazioni Territoriali e le Associazioni di Categoria, come definite ai precedenti punti 1 e 2, vengono successivamente definite Associati di Confcommercio Milano. I soggetti associati alle Associazioni costituiscono la compagine associativa del sistema Confcommercio Milano.

4. Ai meri fini della responsabilità della riscossione dei contributi associativi ordinari delle imprese associate e del computo della rappresentatività, hanno competenza per il Comune di Milano le Associazioni di Categoria e, per la restante area del territorio rappresentato, le Associazioni Territoriali.

E' fatta salva, ai fini della riscossione dei contributi, la funzione di supplenza di Confcommercio Milano per le aree non rappresentate e per i settori specifici dalla stessa inquadrate.

5. Confcommercio Milano può promuovere la costituzione e l'adesione di Associazioni di categoria e territoriali per le aree non rappresentate. Nelle stesse forme, Confcommercio Milano può procedere alla costituzione ed all'adesione di Associazioni di categoria e territoriali, anche in riferimento ad aree già rappresentate, in termini non significativi, da

Associazioni costituenti.

6. Essa può altresì determinare, anche in via temporanea, nei confronti delle singole Associazioni costituenti, ai fini di un ordinato sviluppo dell'Organizzazione ed a tutti gli effetti del presente Statuto, il riconoscimento di un'area di rappresentanza diversa da quella fissata nei loro Statuti.

Ciò può avvenire:

- a) per determinazione della Giunta, su proposta del Collegio dei Probiviri, quando esso sia chiamato da singole Associazioni a dirimere una controversia sull'area di rappresentanza; sulla delibera della Giunta è ammesso appello, entro 15 giorni dal ricevimento della notizia, al Consiglio Direttivo che decide, senza ulteriore gravame, nei 60 giorni successivi alla presentazione del ricorso;
- b) d'iniziativa della Giunta, su proposta motivata del Presidente; la relativa delibera è assunta dal Consiglio Direttivo, che abbia preso conoscenza delle eventuali controdeduzioni delle Associazioni interessate;
- c) in sede di richiesta di adesione a Confcommercio Milano, nell'ambito della delibera di Giunta di accettazione, d'intesa con l'Associazione richiedente.

## **ART. 5**

### **RUOLO DELLE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA**

1. Le Associazioni di Categoria sono soggetti costituenti Confcommercio Milano.
2. Esse provvedono in particolare alla rappresentanza degli interessi dei propri soggetti associati e dei partecipanti, alla elaborazione di studi e proposte, ai servizi concernenti i mercati e le politiche settoriali, alla definizione dei criteri di qualità delle imprese e delle specifiche attività economiche, alla formazione settoriale, al monitoraggio permanente di settore.
3. D'intesa con Confcommercio Milano, le Associazioni di Categoria assicurano il doppio inquadramento degli Associati anche mediante eventuale adozione di apposito regolamento del Consiglio Direttivo.
4. Le Associazioni di Categoria, caratterizzate da affini interessi e rappresentatività di settore economico, possono essere accorpate in Associazioni di settore. Gli ambiti di rappresentanza settoriale sono definiti dal Consiglio Direttivo.
5. Confcommercio Milano può promuovere aggregazioni di ambiti territoriali al fine di agevolare una più adeguata rappresentanza del territorio. Detti ambiti sono definiti dal Consiglio Direttivo.

## **ART. 6**

### **RUOLO DELLE ASSOCIAZIONI TERRITORIALI**

1. Le Associazioni Territoriali sono soggetti costituenti Confcommercio Milano.
2. Provvedono a livello territoriale alla tutela degli Associati e dei partecipanti.
3. Sono delegate da Confcommercio Milano alla tutela a livello territoriale degli Associati e dei partecipanti anche nei rapporti con le Amministrazioni locali, gli Enti e le Istituzioni.
4. In accordo con Confcommercio Milano, assistono gli Associati.
5. D'intesa con Confcommercio Milano, le Associazioni Territoriali assicurano il doppio inquadramento degli Associati anche mediante eventuale adozione di apposito regolamento del Consiglio Direttivo.

## **ART. 7**

### **REQUISITI DELLE ASSOCIAZIONI COSTITUENTI**

1. Le Associazioni costituenti devono possedere i seguenti requisiti:
  - a) avere uno Statuto in armonia con il presente Statuto, con lo Statuto di Confcommercio Imprese per l'Italia, nonché conforme ai principi fissati da Confcommercio Milano;
  - b) avere una congrua rappresentatività organizzativa rispetto al numero e alla potenzialità economica delle imprese operanti nel settore o sul territorio di competenza;
  - c) realizzare azione informativa, formativa, culturale e professionale nei confronti degli Associati;
  - d) garantire la necessaria efficienza nella gestione organizzativa e nella conduzione amministrativa dell'Associazione.Qualora emergano elementi che evidenzino la insussistenza di detti requisiti e/o garanzie, la Giunta potrà assumere provvedimenti atti a ripristinarla.
2. Esse si impegnano, altresì, a favorire e a promuovere la crescita e lo sviluppo complessivo di Confcommercio Milano.

## **ART. 8**

### **ENTI ISTITUTI E ORGANISMI ADERENTI**

1. Possono aderire a Confcommercio Milano gli Enti, Istituti e Organismi che - privi dei requisiti di cui all'articolo 4 e delle relative prerogative - condividono e perseguono finalità, valori e principi in armonia con quelli di Confcommercio Milano.
2. Il rapporto di adesione è regolato sulla base di accordi deliberati dalla Giunta.

## **ART. 9**

### **ENTI COLLEGATI DIVERSI DALLE SOCIETA'**

1. Sono riconosciuti come Enti collegati gli Istituti e gli Organismi promossi, diversi dalle Società, istituiti e/o comunque partecipati da Confcommercio Milano ai sensi del successivo art. 10.
2. Su deliberazione della Giunta gli Enti collegati, così come gli Enti, gli Istituti e gli Organismi di cui all'art. 8, possono essere ammessi a partecipare senza voto deliberativo a Organismi tecnici o commissioni consultive in cui la loro competenza o esperienza rivestano specifica rilevanza.

## **ART. 10**

### **RUOLO DEGLI ENTI COLLEGATI**

1. Confcommercio Milano e con essa le Associazioni costituenti possono promuovere la formazione di Enti e Organismi esercitando su di essi un'azione di indirizzo finalizzata a:
  - a) collegarne la strategia e le attività con gli obiettivi sindacali di Confcommercio Milano;
  - b) assicurare attraverso di essi un grado elevato di efficienza nei servizi agli Associati ed alle strutture.

## **ART. 11**

### **RAPPORTI TRA SOGGETTI ASSOCIATI E ASSOCIAZIONI COSTITUENTI**

1. La partecipazione al sistema Confcommercio Milano si realizza mediante l'adesione all'Associazione di Categoria competente per settore o all'Associazione Territoriale a carattere generale in cui l'operatore ha la propria sede.

2. Gli Associati contribuiscono finanziariamente alla vita del sistema associativo con il pagamento delle quote stabilite dagli Organi statutariamente competenti; contribuiscono organizzativamente attraverso la partecipazione alla vita associativa.
3. L'adesione degli Associati si basa sul duplice elemento contestuale della sottoscrizione del documento associativo e del pagamento delle relative quote.
4. La qualità di Associato e le quote o contributi associativi sono intrasmissibili e irripetibili, ad eccezione dei trasferimenti a causa di morte e non sono rivalutabili.

## **ART. 12**

### **ADESIONE: MODALITA' E CONDIZIONI**

1. Le Associazioni, per far parte di Confcommercio Milano, debbono presentare domanda scritta, corredata da copia del proprio atto costitutivo e dello Statuto conforme al presente, dall'elenco nominativo degli associati, dall'impegno di adesione per l'anno solare in corso e per un biennio successivo, dalla eventuale ed ulteriore documentazione prevista per la domanda di adesione, nonché da una dichiarazione di accettazione del presente Statuto e di quello confederale.

La conformità degli statuti è garantita dall'adeguamento, da parte delle Associazioni di cui al superiore art. 4, a schemi di statuti tipo predisposti da Confcommercio Milano.

2. L'adesione ha durata per l'anno in corso e per i due anni successivi e si intende tacitamente rinnovata, di triennio in triennio, salvo disdetta da darsi sei mesi prima di ciascuna scadenza.

3. In nessun caso la stessa persona fisica può rappresentare più Associazioni costituenti negli organi di Confcommercio Milano.

4. Sulla domanda di ammissione delibera la Giunta Esecutiva.

5. Contro l'eventuale giudizio negativo o la mancata accettazione è ammesso, entro 20 giorni dalla relativa comunicazione, ricorso al Consiglio Direttivo.

6. Le deliberazioni di ammissione saranno formalmente comunicate all'Associazione interessata.

7. L'adesione a Confcommercio Milano attribuisce la qualifica di Associato di Confcommercio Milano e del sistema confederale.

8. Non può essere ammessa come associata più di una Associazione per la stessa categoria o per lo stesso ambito territoriale, salvo quanto previsto dall'art. 4 commi 5 e 6 del presente Statuto. La determinazione preventiva delle categorie e degli ambiti

territoriali è rimessa alla Giunta Esecutiva.

9. Alle Associazioni ed agli associati del sistema è fatto divieto di appartenere ad altri Organismi aventi finalità incompatibili con quelle di Confcommercio Milano.

10. Le Associazioni, ai fini di un adeguato coordinamento, forniscono a Confcommercio Milano l'aggiornamento costante dei propri Associati con le relative schede di adesione sottoscritte.

11. Come per tutti i livelli del sistema confederale, l'adesione a qualsiasi organismo associativo costituito all'interno di Confcommercio Milano o ad essa aderente, attribuisce la titolarità del rapporto associativo e comporta l'accettazione del presente Statuto e del relativo Codice Etico, dei Regolamenti e delle deliberazioni degli Organi associativi, con esplicito riferimento al Collegio dei Probiviri, della clausola compromissoria e delle decisioni del Collegio arbitrale di Confcommercio Milano, nonché dello Statuto, del Codice Etico e dei deliberati degli Organi confederali.

12. Ciascuna impresa, attività professionale o lavoratore autonomo acquista lo status di associato di Confcommercio Milano attraverso l'adesione ad una delle proprie componenti associative. Ogni impresa, attività professionale o lavoratore autonomo, che entra a far parte di Confcommercio Milano ai sensi del periodo precedente, è tenuto al pagamento della quota di contribuzione secondo la misura e le modalità stabilite dai competenti Organi associativi ed ha diritto alla partecipazione alla vita associativa e ad avvalersi delle relative prestazioni, conformemente a quanto stabilito, anche in ordine alla contribuzione, dallo Statuto del livello cui aderisce, dal presente Statuto e dallo Statuto confederale, con particolare riferimento, riguardo a quest'ultimo, a quanto previsto all'art. 9.

13. Ogni impresa, attività professionale e lavoratore autonomo, con sede o unità locali nelle Province di Milano, Lodi, Monza e Brianza, entra comunque a far parte del sistema associativo interprovinciale, in qualità di partecipante, attraverso l'applicazione dei contratti e accordi collettivi di cui all'art. 10, comma 4 dello Statuto di "Confcommercio-Imprese per l'Italia". I soggetti associati e i partecipanti che applicano i contratti e accordi collettivi di cui all'art. 10 comma 4 dello Statuto di "Confcommercio-Imprese per l'Italia" sono tenuti al pagamento dell'apposito contributo di adesione contrattuale ove previsto nei medesimi contratti e accordi collettivi.

14. La sede e/o la domiciliazione delle Associazioni presso le sedi di Confcommercio Milano deve essere previamente autorizzata da Confcommercio Milano stessa.

## **ART. 13**

### **PERDITA DELLA QUALITA' DI ASSOCIATO - RECESSO E DECADENZA - SOSPENSIONE ED ESCLUSIONE**

1. Lo scioglimento dell'Associazione comporta la perdita della qualità di Associato.
2. Ogni Associazione ha facoltà di recesso.
3. Questo diventa operativo allo scadere del secondo esercizio finanziario o sociale successivo a quello nel corso del quale l'Associazione ha comunicato la deliberazione del recesso.
4. L'Associazione, che intenda rendere operativo in tempi più brevi il proprio recesso, è tenuta a corrispondere a Confcommercio Milano i contributi a questa dovuti per l'esercizio in corso e per i due esercizi successivi.  
Il recesso, che comunque non avrà efficacia prima di 30 giorni dalla comunicazione, non estingue l'obbligazione relativa al versamento di contributi, con applicazione pluriennale, deliberato dall'Assemblea.
5. Eventuali controversie conseguenti al recesso sono giudicate secondo apposita procedura arbitrale, nei termini di cui all'art. 49 del presente Statuto.
6. Qualora nei confronti di una Associazione vengano a mancare requisiti essenziali di ammissibilità, la Giunta Esecutiva ne dichiara la decadenza da Associato.  
La relativa deliberazione deve essere notificata, con lettera raccomandata, all'Associazione interessata, la quale può ricorrere nel termine di 30 giorni al Consiglio Direttivo.
7. Confcommercio Milano dichiarerà la decadenza da Associato nei seguenti casi:
  - a) per la perdita di requisiti di ammissibilità;
  - b) per sopraggiunta insufficiente rappresentatività;
  - c) per mancato pagamento dei contributi associativi.
8. Le deliberazioni di decadenza sono adottate dalla Giunta Esecutiva: contro di esse è ammesso ricorso, entro 30 giorni, al Consiglio Direttivo, che decide entro 90 giorni.
9. E' fatto salvo il successivo ricorso, entro 20 giorni dalla comunicazione della delibera del Consiglio Direttivo, alla procedura arbitrale di cui all'art. 49 del presente Statuto.
10. Confcommercio Milano potrà determinare la sospensione o l'esclusione definitiva dell'Associato per gravi e giustificati motivi.
11. Costituiscono, in ogni caso, gravi motivi:
  - a) i gravi contrasti con gli indirizzi di politica generale dettate dai competenti Organi di

Confcommercio Milano;

b) le comprovate inosservanze degli Statuti propri e del sistema interprovinciale.

12. Le deliberazioni di sospensione o di esclusione sono adottate dalla Giunta Esecutiva, contro di esse è ammesso ricorso, entro 30 giorni, al Consiglio Direttivo che delibera entro 90 giorni.

13. Entro 20 giorni dalla comunicazione della delibera del Consiglio Direttivo, l'Associato sospeso o escluso può proporre domanda di arbitrato ai sensi dell'art. 49 del presente statuto.

14. L'esclusione non fa venir meno il rapporto associativo di cui all'art. 4, comma 3 seconda parte, del presente Statuto, esistente tra Confcommercio Milano e le imprese, gli imprenditori, i professionisti, i lavoratori autonomi aderenti all'associato escluso, i quali, anche prima della costituzione della nuova Associazione di riferimento, continuano ad avere diritto alla partecipazione alla vita associativa e ad avvalersi delle relative attività, con il conseguente impegno in ordine alla contribuzione, secondo le norme del medesimo Statuto ed i deliberati degli Organi di Confcommercio Milano. Al fine di rendere effettiva la continuità della partecipazione alla vita associativa, da parte degli aderenti all'associato escluso, Confcommercio Milano fornisce le proprie attività, compresa l'assistenza sindacale, direttamente, o per il tramite delle proprie articolazioni presenti nel medesimo territorio dell'associato escluso ovvero in territori limitrofi. Con la costituzione della nuova Associazione, gli aderenti all'associato escluso ne entrano di diritto a far parte.

## **ART. 14 SANZIONI**

1. I gradi delle sanzioni applicabili dalla Giunta sono nell'ordine:

a) la deplorazione scritta;

b) la sospensione;

c) la decadenza;

d) l'esclusione.

2. La sanzione di cui alla lett. b) impedisce la partecipazione all'attività degli Organi.



## **ART. 15**

### **DOPPIO INQUADRAMENTO**

1. Il contestuale inquadramento degli Associati, attraverso le Associazioni costituenti, nell'Organizzazione a carattere generale territorialmente competente ed in quella di categoria, costituisce fattore essenziale di unità organizzativa e di tutela sindacale.
2. Nel rispetto delle disposizioni di cui al superiore comma, l'adesione a qualsiasi organismo associativo costituito all'interno di Confcommercio Milano, o ad essa aderente, comporta l'inquadramento dell'associato al livello territoriale, settoriale e categoriale corrispondente alla sua attività economica, nonché nelle altre articolazioni organizzative riconosciute dal presente Statuto e dallo Statuto confederale. Il compiuto inquadramento territoriale, settoriale e categoriale degli associati di Confcommercio Milano costituisce fattore essenziale di unità organizzativa e di tutela sindacale. Al fine di realizzare un compiuto inquadramento territoriale, settoriale e categoriale degli Associati, Confcommercio Milano e la Confederazione potranno promuovere conseguenti protocolli d'intesa tra Confcommercio Milano e tutti i livelli del Sistema interessati.
3. Eventuali controversie organizzative e contributive, connesse al doppio inquadramento tra le Associazioni costituenti Confcommercio Milano, possono essere decise dal Collegio dei Probiviri, ai sensi dell'art.39, comma 6, lettera a) del presente Statuto.

## **TITOLO III**

### **ORGANIZZAZIONE TERRITORIALE E DELLE CATEGORIE**

## **ART. 16**

### **RAPPORTI ASSOCIATIVI E FINANZIARI**

1. Le Associazioni che non siano in regola con il pagamento delle quote associative, in corso e/o pregresse, o che comunque si trovino in posizione debitoria verso Confcommercio Milano, sono immediatamente sospese dall'esercizio dei rispettivi diritti.
2. Salvo quanto previsto dal successivo comma 3, il Presidente di Confcommercio Milano, su parere conforme della Giunta, può agire giudizialmente nei confronti degli Associati morosi.
3. In caso di mancato adempimento del pagamento dei contributi deliberati dagli Organi Direttivi nonché da quelli derivanti dai contratti collettivi nazionali di lavoro, l'Associazione

inadempiente verrà messa in mora. Trascorsi 30 giorni dalla messa in mora, che sarà comunicata con lettera raccomandata, Confcommercio Milano potrà ritenersi libera da ogni impegno o vincolo assunto nei confronti dell'Associazione inadempiente e dei suoi Associati che, pertanto, non potranno più avvalersi delle attività comuni offerte da Confcommercio Milano e questa avrà il diritto di compiere gli atti legali per il recupero di ogni suo credito.

Compete a Confcommercio Milano esigere dai singoli operatori associati e dai partecipanti delle Associazioni costituenti i contributi associativi fissati nella misura e con le modalità che saranno deliberate dagli organi competenti, anche confederali.

4. Le Associazioni costituenti si rendono parte attiva per garantire la riscossione, nei confronti degli Associati e dei partecipanti, dei contributi derivanti dagli obblighi stabiliti da contratti collettivi nazionali di categoria, dalle delibere della Confederazione e dalle delibere di Confcommercio Milano, nella misura e con le modalità stabilite dagli Organi competenti.

5. Confcommercio Milano ha diritto di compensare i debiti contributivi o di altra natura delle Associazioni costituenti nei suoi riguardi, con i crediti o somme di loro pertinenza disponibili presso la stessa Confcommercio Milano; ha altresì il diritto di regolamentare e armonizzare i rapporti contributivi fra le Associazioni costituenti secondo le norme stabilite dal Consiglio.

## **ART. 17**

### **RAPPORTI DELLE ASSOCIAZIONI COSTITUENTI CON CONFCOMMERCIO MILANO**

1. Gli Statuti delle Associazioni costituenti si conformano al presente Statuto e agli Statuti-Quadro approvati da Confcommercio Milano.

2. Le Associazioni costituenti, nello svolgimento di attività presso Enti, Organismi ed Autorità locali, provinciali, regionali, nazionali, comunitarie e nell'organizzazione di convegni, assemblee, manifestazioni ecc., sono tenute ad informare preventivamente Confcommercio Milano e concordare con essa, nei casi di interesse generale, l'indirizzo da seguire.

3. Le Associazioni costituenti possono, anche temporaneamente, far confluire in Confcommercio Milano e, su base consensuale ed in via esclusiva, la propria complessiva gestione, con conseguente titolarità in capo a Confcommercio Milano dei rapporti economici e negoziali con i terzi e i soggetti associati, previa assunzione di specifici

accordi.

La regolamentazione di tali rapporti economici e negoziali è demandata all'adozione, da parte del Consiglio Direttivo, di un apposito "Regolamento di gestione economica e amministrativa delle Associazioni".

4. Eventuali controversie nei rapporti fra Associazioni costituenti e Confcommercio Milano sono giudicate secondo apposita procedura arbitrale nei termini di cui all'art. 49 del presente Statuto.

5. Anche ai fini di cui al comma 1 del presente statuto, le Associazioni costituenti devono comunicare preventivamente all'approvazione da parte dei propri organi competenti a Confcommercio Milano e le proposte di modifica ai propri Statuti.

6. Il Presidente di Confcommercio Milano - eventualmente avvalendosi del Collegio dei Probiviri - può nominare un proprio Delegato, qualora presso i livelli del sistema associativo interprovinciale e/o presso loro articolazioni ed emanazioni societarie od organizzative, dirette o indirette, emerga anche una sola delle seguenti circostanze:

a) gestione economico-finanziaria con squilibri e/o irregolarità di natura contabile;

b) carenze organizzative e/o amministrative;

c) violazione delle previsioni del presente Statuto, ovvero dello Statuto confederale e/o dello Statuto dell'associazione stessa, in particolare per quanto riguarda le procedure per la costituzione e l'attività degli Organi associativi elettivi, nonché dei principi inseriti all'interno del Codice Etico di Confcommercio Milano e del Codice Etico confederale;

d) mancato rispetto dei deliberati di Organi di Confcommercio Milano;

e) appaiano comunque sussistere criticità tali da determinare un irregolare svolgimento della vita associativa.

7. La nomina del Delegato è comunicata per iscritto al Presidente del livello del sistema associativo interprovinciale interessato, allegando il relativo provvedimento in copia.

8. Il Delegato, con la collaborazione delle competenti funzioni del livello del sistema associativo interprovinciale interessato, ha il compito di accertare la situazione e proporre l'adozione delle iniziative ritenute più idonee. A tal fine, il Delegato assume informazioni, raccoglie dichiarazioni, esamina atti, documenti e registri e ne estrae copia.

9. Al termine delle proprie attività, il Delegato redige una relazione, che sottopone al Presidente e alla Giunta di Confcommercio Milano.

10. Tutti gli Organi associativi del livello del sistema associativo interprovinciale interessato si adoperano affinché al Delegato sia prestata la più ampia collaborazione, al fine del sollecito e completo svolgimento delle proprie attività.

11. Il Presidente di Confcommercio Milano può, presso tutti i livelli del sistema associativo interprovinciale, nominare un Commissario nei seguenti casi:

a) qualora sia stata ostacolata l'attività del Delegato di cui al comma 6 del presente articolo;

b) qualora, sulla base della ricorrenza anche di una sola delle circostanze di cui al comma 6 lettere a), b), c) e d), ovvero della sussistenza delle criticità di cui al comma 6 lettera e) del presente articolo, ne sia fatta richiesta nella relazione del Delegato;

c) qualora, anche indipendentemente dalla nomina di un Delegato o da una sua richiesta, comunque emerga, in modo grave e/o urgente, anche una sola delle circostanze di cui al medesimo comma 6, lettere a), b), c), e d) del presente articolo;

d) qualora ne sia fatta richiesta motivata da un organo deliberante di uno dei livelli del sistema associativo interprovinciale.

12. Il Presidente di Confcommercio Milano delibera il commissariamento, determinandone la durata. Qualora la gestione commissariale lo suggerisca, il Presidente può deliberarne la proroga.

13. La nomina del Commissario è comunicata per iscritto al Presidente del livello del sistema associativo interprovinciale interessato, unitamente alla relativa delibera in copia. Tale nomina diviene efficace dalla data della predetta comunicazione. La Delibera di nomina del Commissario nonché quella eventuale di proroga dello stesso sono sottoposte per ratifica al primo Consiglio Direttivo utile a cura del Presidente. Entro quindici giorni da tale comunicazione, gli organi associativi ancorché decaduti del livello del sistema associativo interprovinciale interessato possono chiedere una deliberazione del Collegio dei Probiviri che si pronuncia, ai sensi dell'art. 39 del presente Statuto, nel termine dei successivi 30 giorni, ovvero proporre domanda di arbitrato ai sensi dell'art. 49. Nel caso di richiesta di deliberazione del Collegio dei Probiviri, qualora tale Organo si sia pronunciato in senso sfavorevole al livello del sistema commissariato, ovvero qualora lo stesso Organo non si sia pronunciato e siano decorsi 30 giorni dalla richiesta, la domanda di arbitrato può comunque essere proposta entro i successivi 15 giorni. La delibera di commissariamento diviene inoppugnabile:

- in mancanza della richiesta di deliberazione del Collegio dei Probiviri o di proposizione della domanda di arbitrato nel termine di 15 giorni;

- ovvero, in mancanza di proposizione della domanda di arbitrato nel termine di 15 giorni, dalla sfavorevole o omessa pronuncia del Collegio dei Probiviri.

Il Commissario, durante lo svolgimento della procedura di cui all'art. 39 dello Statuto e/o

durante il giudizio arbitrale di cui art. 49, non può compiere atti di straordinaria amministrazione ovvero che siano comunque suscettibili, in qualunque modo diretto o indiretto, di modificare la consistenza del patrimonio sociale. Rimane fermo l'obbligo del Commissario di predisporre il rendiconto economico finanziario da sottoporre all'approvazione dell'Assemblea del livello del sistema interessato.

14. Con il commissariamento, gli Organi associativi del livello del sistema associativo interprovinciale interessato - ad eccezione degli Organi equipollenti all'Assemblea, al Collegio dei Probiviri ed al Collegio dei Revisori - decadono.

15. I poteri degli Organi associativi decaduti sono assunti dal Commissario, il quale adotta i provvedimenti ritenuti più opportuni sia di ordinaria che di straordinaria amministrazione, nei limiti dell'atto di nomina. Restano ferme le pregresse responsabilità, di qualsivoglia natura, dei componenti degli Organi associativi del livello del sistema associativo interprovinciale interessato e, in particolare, quelle attinenti alle obbligazioni di natura patrimoniale. Alla scadenza, il Commissario presenta il rendiconto della sua gestione al Presidente ed alla Giunta di Confcommercio Milano e agli Organi non decaduti del livello del sistema associativo interprovinciale interessato.

## **TITOLO IV ORGANI DELLA ASSOCIAZIONE**

### **ART. 18 ORGANI ASSOCIATIVI – COMPOSIZIONE**

1. Sono Organi di Confcommercio Milano:

1. l'Assemblea;
2. il Consiglio Direttivo;
3. la Giunta Esecutiva;
4. il Presidente;
5. la Consulta del Presidente;
6. il Collegio dei Revisori dei Conti;
7. il Collegio dei Probiviri.

2. I componenti elettivi degli Organi con funzioni di governo, collegiali e monocratici, di Confcommercio Milano sono imprenditori, professionisti e lavoratori autonomi che fanno

parte del sistema associativo interprovinciale, nonché legali rappresentanti, amministratori con deleghe operative e dirigenti di società aderenti, purché non promosse, costituite o partecipate da Confcommercio Milano, eletti nel rispetto delle disposizioni del presente Statuto e di quello confederale, in regola con il pagamento di qualunque contributo associativo deliberato da Confcommercio Milano e da una delle proprie componenti associative, in corso e/o pregresso, e che comunque non si trovino in posizione debitoria verso Confcommercio Milano. Gli Organi associativi, collegiali e monocratici, sono composti da soggetti che non si siano resi responsabili di violazioni del presente Statuto e di quello confederale.

3. Possono essere eletti o nominati alla carica di componente degli Organi associativi solo quei candidati dei quali sia stata verificata l'adesione ai principi ed ai valori di "Confcommercio-Imprese per l'Italia" e la piena integrità morale e professionale. I candidati alle cariche associative non devono trovarsi nelle condizioni di esclusione di cui all'art. 4, comma 1, del Codice Etico confederale, restando salva, in ogni caso, l'applicazione dell'art. 178 del Codice Penale e dell'art. 445, comma 2, del Codice di Procedura Penale. I candidati si impegnano ad attestare il possesso di tali requisiti ed a fornire a richiesta tutte le informazioni all'uopo necessarie. La certificazione comprovante l'eleggibilità nonché la delibera di decadenza per i casi previsti dal presente comma sono di competenza del Collegio dei Probiviri.

4. La perdita dei requisiti di cui ai superiori commi 2 e 3, in capo ai componenti degli Organi associativi, collegiali e monocratici, di Confcommercio Milano comporta la decadenza di diritto dalla carica ricoperta. Restano ferme le ulteriori cause di decadenza previste dal presente Statuto e da quello confederale. La decadenza è dichiarata con delibera dell'Organo associativo collegiale di appartenenza alla prima riunione utile. A detta riunione, il componente decaduto può assistere senza diritto di voto. La decadenza dalla carica di componente di un Organo associativo monocratico di Confcommercio Milano è dichiarata dall'Organo associativo che lo ha eletto o nominato.

5. La delibera di decadenza di cui al superiore comma 4 è comunicata per iscritto al componente dell'Organo associativo, collegiale e monocratico, decaduto, entro 10 giorni dalla sua adozione e diventa efficace decorsi 15 giorni dalla data della comunicazione.

6. Entro 15 giorni dalla comunicazione della delibera di cui al superiore comma 5, il componente decaduto può proporre ricorso, in sede conciliativa, al Collegio dei Probiviri. Quest'ultimo delibera sul ricorso entro 30 giorni e comunica l'esito della sua decisione. In caso di conferma della delibera di decadenza, la stessa diventa efficace decorsi 15 giorni

dalla comunicazione stessa.

## **ART. 19**

### **ELEZIONE, DURATA E DECADENZA DELLE CARICHE**

1. Alle elezioni delle cariche sociali si procede con votazione segreta; in caso di parità di voti si effettuerà apposito sorteggio, con la sola eccezione dell'elezione del Presidente che verrà ripetuta procedendosi immediatamente alla riconvocazione, nei termini statuari, dell'Assemblea.
2. Gli eletti in Organi Collegiali non possono delegare ad altri le loro funzioni e decadono automaticamente dalla carica in caso di assenza ingiustificata per tre sedute consecutive.
3. Alle elezioni del Presidente, l'Assemblea procede come corpo collegiale unitario. Per l'elezione è necessaria l'approvazione da parte della maggioranza assoluta di tutte le Associazioni costituenti e dei voti assembleari. Ove ciò non avvenga l'elezione sarà ripetuta una prima volta; in caso di ulteriore esito negativo si procederà al ballottaggio fra i due candidati che, nella seconda votazione, abbiano ottenuto il maggior numero di voti assembleari. Per l'eventuale seconda e terza votazione si procede in apposita successiva seduta dell'Assemblea immediatamente riconvocata nei termini statuari.
4. Collegialmente i rappresentanti delle Associazioni di Categoria eleggono 24 membri del Consiglio Direttivo e quelli delle Associazioni Territoriali gli altri 12 Consiglieri.
5. La perdita, per qualsiasi motivo, della qualifica di Presidente di Associazione o, nel caso di persona delegata dal Consiglio dell'Associazione, la revoca della delega o il venir meno delle condizioni di delegabilità, comporta automaticamente la decadenza da membro del Consiglio Direttivo e, di conseguenza, da Vice Presidente o da membro della Giunta Esecutiva.
6. Le cariche elettive hanno la durata di cinque anni e scadono alla data dell'Assemblea convocata per l'approvazione del rendiconto consuntivo del quinto anno.
7. Non può assumere cariche, o decade dalla carica ricoperta, chi abbia violato le norme del presente Statuto o di quello confederale o la cui Associazione di appartenenza non sia in regola con il pagamento dei contributi associativi relativi all'esercizio precedente.
8. Il Consiglio Direttivo fissa le regole per le elezioni non prima dei 60 giorni dalla data stabilita ma non oltre i 20 giorni che la precedono.
9. Possono ricoprire le cariche negli Organi associativi coloro che abbiano mantenuto comportamenti pienamente aderenti ai principi e ai valori del sistema di "Confcommercio-

Imprese per l'Italia" e del sistema Confcommercio Milano. I candidati alle cariche associative non devono trovarsi nelle condizioni di esclusione di cui all'art. 4, comma 1, del Codice Etico confederale, nonché dell'art. 4, commi 1, 2 e 3 del Codice Etico di Confcommercio Milano, ad eccezione dei casi in cui: il reato è stato depenalizzato; è intervenuta la riabilitazione; il reato è estinto dopo la condanna ovvero in caso di revoca della condanna medesima. I candidati si impegnano ad attestare il possesso di tali requisiti ed a fornire a richiesta tutte le informazioni all'uopo necessarie.

## **ART. 20**

### **INCOMPATIBILITA'**

1. Le cariche di Presidente, Vice Presidente, Membro di Giunta nonché di Segretario Generale ricoperte nell'ambito di Confcommercio Milano sono incompatibili con mandati elettivi e con incarichi di governo di livello europeo, nazionale, regionale, provinciale, comunale, circoscrizionale e con incarichi politici ed organizzativi presso i partiti politici e presso movimenti, associazioni, circoli che - per esplicita previsione statutaria e/o per costante impostazione programmatica - si configurino come emanazione o siano comunque collegati ai partiti politici.
2. Attraverso delibera motivata del Consiglio Direttivo, esclusivamente per i soggetti già membri di Giunta, è possibile eventuale deroga al principio di incompatibilità per i mandati elettivi e gli incarichi di governo di cui al superiore comma 1, fermo restando le ulteriori incompatibilità di cui al medesimo comma.
3. L'assunzione di mandati od incarichi incompatibili con la carica di componente di un Organo associativo, ai sensi del superiore comma 1, comporta la decadenza dalla carica ricoperta.
4. Non sussiste incompatibilità tra la carica di componente di un Organo associativo, collegiale e monocratico, e gli incarichi attribuiti in virtù di rappresentanze istituzionalmente riconosciute a Confcommercio Milano.

## **ART. 21**

### **ASSEMBLEA: COMPOSIZIONE**

1. L'Assemblea di Confcommercio Milano è composta dalle Associazioni costituenti, in regola con il pagamento dei contributi associativi, in persona del Presidente o, in caso di



sua assenza, da soggetto da lui appositamente delegato, per iscritto, a rappresentare l'Associazione in Assemblea, scelto fra i componenti degli Organi Collegiali direttivi delle medesime Associazioni.

2. Ciascuna Associazione può essere rappresentata in Assemblea, mediante apposita delega scritta, dal rappresentante di altra Associazione; nessun componente dell'Assemblea può essere portatore di più di due deleghe di altre Associazioni.

3. I soggetti Associati aderenti direttamente a Confcommercio Milano e o riuniti in apposito organismo dalla stessa istituito, in quanto non riconducibili ad una specifica Associazione di Categoria o Territoriale, sono rappresentati dal Presidente di Confcommercio Milano o da un suo delegato.

## **ART. 22**

### **ASSEMBLEA: PRESIDENTE, SCRUTATORI E SEGRETARIO**

1. L'Assemblea è presieduta dal Presidente di Confcommercio Milano e, in caso di votazioni, l'Assemblea può designare tra i componenti gli scrutatori in numero di 3. In sua assenza o su sua proposta, l'Assemblea nomina il Presidente dell'adunanza.

2. Il Presidente nomina un Segretario anche tra persone estranee ai componenti dell'Assemblea.

3. Nel caso in cui un quinto degli aventi diritto al voto ne faccia richiesta almeno 5 giorni prima della riunione, o quando si tratti della elezione di cariche sociali, di modifiche dello Statuto o di scioglimento di Confcommercio Milano, il Segretario dovrà essere un Notaio.

4. All'Assemblea presenziano i Direttori e i Segretari delle Associazioni costituenti; il Presidente può estendere l'invito ad altri componenti della struttura esecutiva e a soggetti esterni ad essa.

## **ART. 23**

### **ASSEMBLEA: CONVOCAZIONE E SVOLGIMENTO**

1. Le riunioni dell'Assemblea si svolgono in seduta ordinaria e straordinaria e vengono convocate dal Presidente di Confcommercio Milano o da chi ne fa le veci; la convocazione dell'Assemblea è, di norma, deliberata dal Consiglio Direttivo, su proposta del Presidente.

2. La convocazione avviene, anche per il tramite dello strumento della posta elettronica all'indirizzo preventivamente comunicato dalle Associazioni costituenti, mediante

comunicazione scritta da recapitare a ciascuna Associazione costituente almeno 10 giorni prima del giorno fissato per l'adunanza.

Nel caso d'urgenza l'Assemblea può essere convocata anche con preavviso di almeno 2 giorni.

L'avviso di convocazione deve contenere: l'Ordine del Giorno, l'indicazione del luogo, del giorno e dell'ora dell'adunanza, nonché le indicazioni relative alla seconda convocazione.

3. In seduta ordinaria l'Assemblea è convocata almeno due volte l'anno, entro il 30 Giugno ed entro il 31 Dicembre.

4. L'Assemblea può essere convocata in seduta straordinaria quando il Presidente di Confcommercio Milano o il Consiglio Direttivo lo ritengono opportuno o su domanda motivata del Collegio dei Revisori dei Conti, oppure di almeno la metà dei componenti l'Assemblea che, in tal caso, debbono presentare uno schema di Ordine del Giorno.

5. Nei casi in cui la convocazione sia decisa dal Consiglio Direttivo o richiesta da almeno la metà dei componenti l'Assemblea, il Presidente deve provvedervi entro 15 giorni dalla data di ricezione dell'atto, altrimenti la convocazione sarà effettuata, entro i successivi 10 giorni, dal Presidente del Collegio dei Revisori dei Conti; se la convocazione è richiesta dal Collegio dei Revisori dei Conti si applica la procedura prevista dall'art. 37.

La seduta dovrà svolgersi entro 60 giorni dalla comunicazione.

## **ART. 24**

### **ASSEMBLEA: VALIDITA' E DELIBERAZIONI**

1. Le riunioni dell'Assemblea sono valide in prima convocazione allorché sia presente la metà più uno degli Associati.

2. Sono valide in seconda convocazione qualunque sia il numero degli Associati intervenuti.

3. Ciascuna Associazione costituente ai sensi dell'art. 4, in regola ad ogni effetto, ha diritto ad una quota dei voti assembleari determinata secondo quanto stabilito nel "Regolamento dell'attribuzione dei voti assembleari" allegato al presente Statuto. Il voto non è frazionabile. Ad ogni Associazione costituente non potrà essere attribuito un numero di voti superiore al limite stabilito dal Regolamento.

4 Le deliberazioni sono prese a maggioranza dei voti espressi.

5. In caso di parità di voti, sia nelle votazioni palesi che nelle votazioni segrete, la proposta si intende respinta, salvo quanto previsto all'art. 19 comma 1.

6. Per le modifiche di Statuto e per l'elezione del Presidente è richiesta, sia in prima che in seconda convocazione, la presenza della maggioranza dei rappresentanti le Associazioni costituenti e l'approvazione da parte della maggioranza assoluta di tutte le Associazioni costituenti e dei voti assembleari.

7. Per la votazione si segue il metodo stabilito dal Presidente salvo che un decimo dei voti presenti richieda che si adotti un metodo diverso, nel quale caso l'Assemblea delibererà circa il sistema di votazione.

8. Le deliberazioni assembleari sono impugnabili con ricorso al Collegio arbitrale, di cui al successivo art. 49, su istanza degli Organi di Confcommercio Milano e/o delle Associazioni, a pena di decadenza, nel termine di 90 giorni dall'adozione.

## **ART. 25**

### **ASSEMBLEA: COMPETENZE**

1. L'Assemblea in seduta ordinaria:

a) stabilisce gli indirizzi di politica sindacale e generale di Confcommercio Milano;

b) elegge il Presidente di Confcommercio Milano ogni cinque anni a scrutinio segreto, salvo che un decimo dei voti presenti richieda che si adotti un metodo diverso, nel quale caso l'Assemblea delibererà circa il sistema di votazione;

c) elegge ogni cinque anni, a scrutinio segreto, il Consiglio Direttivo di Confcommercio Milano;

d) elegge ogni cinque anni, a scrutinio segreto, le altre cariche sociali di nomina assembleare previste dal presente Statuto;

e) approva, entro il 30 giugno di ogni anno, il rendiconto economico finanziario consuntivo dell'esercizio precedente, inoltrandolo a "Confcommercio-Imprese per l'Italia" accompagnato dalla relazione del Collegio dei Revisori dei Conti e dalla dichiarazione sottoscritta dal Segretario Generale attestante la conformità del rendiconto economico finanziario consuntivo alle scritture contabili;

f) approva, entro il 31 dicembre di ogni anno, il conto economico preventivo dell'anno successivo, inoltrandolo a "Confcommercio-Imprese per l'Italia" con la dichiarazione sottoscritta dal Segretario Generale attestante la attendibilità del conto preventivo; approva, altresì, la proposta del Consiglio Direttivo che stabilisce i criteri di determinazione e la misura dei contributi associativi di cui all'art. 46, nonché le modalità di riscossione degli stessi;

g) modifica, a maggioranza assoluta degli Associati e dei voti assembleari, su proposta del Consiglio Direttivo, il Regolamento di cui all'art. 24, comma 3;

h) delibera su ogni altro argomento posto all'Ordine del Giorno.

2. L'Assemblea in seduta straordinaria:

- delibera le modifiche al presente Statuto;

- delibera lo scioglimento di Confcommercio Milano compresa la nomina dei liquidatori e le modalità di liquidazione.

3. In caso di rinnovo dei propri Organi associativi, da comunicarsi preventivamente alla Confederazione, se un candidato alla carica di Presidente dell'Associazione lo richiede, con il supporto formale di almeno il 30% (trenta per cento) dei componenti l'Assemblea, in regola con il pagamento dei contributi associativi, si procede alla certificazione dell'ultimo rendiconto precedente la scadenza degli Organi elettivi provinciali, già approvato dall'Assemblea, da parte di un soggetto iscritto nel Registro dei Revisori Legali di cui all'art. 2 del d.lgs. 27 gennaio 2010, n. 39, che sia in posizione di terzietà.

## **ART. 26**

### **CONSIGLIO: COMPOSIZIONE**

1. Il Consiglio Direttivo è costituito dal Presidente di Confcommercio Milano, che lo presiede, e da 40 consiglieri così composti: 36 membri eletti fra i Presidenti delle Associazioni costituenti, il Presidente uscente di Confcommercio Milano di cui al successivo comma 4, e tre membri di diritto individuati dal successivo comma 5. In sostituzione del proprio Presidente, l'Associazione costituente può candidare un altro componente l'Organo Collegiale Direttivo della Associazione stessa.

2. Ove il Consiglio Direttivo, su iniziativa del Presidente, ravvisi particolari motivi di opportunità nell'interesse di Confcommercio Milano può procedere alla cooptazione di altri Consiglieri. Le cooptazioni potranno avvenire relativamente a persone che abbiano conseguito rilevanti obiettivi strategici per l'Organizzazione ovvero che siano stati chiamati a ricoprire cariche istituzionali di particolare prestigio.

3. La composizione del Consiglio deve garantire un'adeguata rappresentanza dei settori del commercio, del turismo e dei servizi e del lavoro autonomo, come pure delle aree geografiche delle Province di Milano, Lodi, Monza e Brianza. A tal riguardo, alle Associazioni rappresentanti il territorio di Lodi e di Monza - Brianza sono attribuiti, rispettivamente, n. 1 e n. 2 consiglieri nell'ambito della riserva prevista per le Associazioni

Territoriali dall'art. 19, comma 4, del presente Statuto.

4. Fa parte di diritto del Consiglio Direttivo il Presidente uscente di Confcommercio Milano. Nel caso di mancanza della carica di Presidente uscente per qualsiasi causa, il Consiglio rimane validamente costituito dagli altri componenti come disciplinato dal comma 1 del presente articolo.

5. Fanno parte di diritto del Consiglio Direttivo i Presidenti del Gruppo "50 e Più"; del Gruppo dei Giovani Imprenditori e di Terziario Donna; partecipano, inoltre, senza diritto di voto, i componenti effettivi del Collegio dei Revisori dei Conti e del Collegio dei Probiviri e il Presidente della Consulta.

## **ART. 27**

### **CONSIGLIO: CONVOCAZIONE E VALIDITA'**

1. Il Consiglio Direttivo, con un preavviso in forma scritta di almeno 8 giorni, anche per il tramite dello strumento della posta elettronica all'indirizzo preventivamente comunicato dai suoi componenti, contenente le indicazioni del luogo, del giorno e dell'ora, nonché l'Ordine del Giorno della riunione, è convocato dal Presidente di Confcommercio Milano, che lo presiede, ogni volta che lo ritenga necessario e tutte le volte che lo richieda almeno un terzo dei suoi componenti o il Collegio dei Revisori dei Conti. In caso di urgenza il termine di preavviso è ridotto a 2 giorni.

2. Nei casi in cui la convocazione sia richiesta dal prescritto numero dei componenti o dal Collegio dei Revisori dei Conti, il Presidente deve provvedervi entro 15 giorni dalla data di ricezione della richiesta; in mancanza vi provvederà entro i successivi 10 giorni il Presidente del Collegio dei Revisori dei Conti.

3. Le sedute sono valide se risulta presente la maggioranza dei componenti. Non sono ammesse deleghe.

4. Ciascun Membro del Consiglio Direttivo ha diritto ad un voto e le deliberazioni sono assunte, salvo diversa decisione, con la maggioranza assoluta dei presenti. Nelle votazioni palesi, in caso di parità, prevale la parte che comprende il voto del Presidente; nelle votazioni segrete la proposta si intende respinta.

5. Le votazioni del Consiglio Direttivo sono di norma palesi, salvo che riguardino persone.

6. In caso di vacanza di un Membro del Consiglio Direttivo, l'Associazione di provenienza provvederà, entro 60 giorni, a designare in sua sostituzione il proprio Presidente o altro membro del Consiglio Direttivo dell'Associazione dalla stessa designato. In mancanza di

tale designazione subentrerà il primo dei non eletti in Consiglio Direttivo, secondo l'articolazione prevista dall'art. 19, comma 4.

7. La dimissione della maggioranza dei componenti il Consiglio Direttivo, determina la decadenza dell'intero Consiglio. In tal caso l'Assemblea, da tenersi entro i successivi 90 giorni, è convocata senza indugio dal Presidente, per il rinnovo del Consiglio Direttivo e della Giunta, se costituita.

## **ART. 28**

### **CONSIGLIO: COMPETENZE**

1. Il Consiglio Direttivo attua gli indirizzi e i programmi approvati dalla Assemblea, dispone i criteri d'azione di Confcommercio Milano.

2. Inoltre:

a) riceve, ai sensi del successivo art. 32, la comunicazione di nomina dei Vice Presidenti e dell'eventuale Vice Presidente Vicario;

b) elegge tra i propri componenti i membri della Giunta Esecutiva di cui all'art. 29, comma 1, lettera c);

c) nomina e revoca, su proposta del Presidente, il Segretario Generale;

d) redige ogni anno, tenendo conto degli eventuali indirizzi assunti da "Confcommercio-Imprese per l'Italia", il rendiconto economico e finanziario consuntivo dell'esercizio precedente, nonché il conto economico preventivo ed i criteri di determinazione e la misura dei contributi associativi di cui all'art. 46 e le modalità per la loro riscossione, da sottoporre all'approvazione dell'Assemblea. Il Consiglio Direttivo, nel corso dell'esercizio, delibera altresì le eventuali variazioni del conto preventivo da sottoporre alla stessa Assemblea;

e) propone all'Assemblea, con deliberazione assunta a maggioranza assoluta dei suoi componenti, le modifiche al Regolamento di cui all'art. 24, comma 3; approva i regolamenti interni a carattere generale;

f) decide sui reclami delle Associazioni ai sensi degli artt. 12 e 13;

g) delibera su tutti gli atti che comportino acquisto o alienazione di patrimonio immobiliare, sull'accettazione delle eredità e delle donazioni, sull'eventuale rinuncia di un legato, sulla costituzione o partecipazione agli Organismi di cui all'art. 2 comma 1, lett. f) del presente Statuto, nonché su tutti gli atti di straordinaria amministrazione;

h) delibera l'eventuale costituzione di commissioni e di comitati tecnici consultivi;

- i) adotta regolamenti interni per disciplinare e/o integrare il funzionamento degli organi associativi, nonché eventuali altri regolamenti previsti dallo Statuto;
  - l) ratifica la delibera di commissariamento adottata dal Presidente ai sensi dell'articolo 17;
  - m) delibera le proposte di modifiche statutarie, predisposte dalla Giunta, da sottoporre all'Assemblea;
  - n) su proposta del Presidente, può cooptare nuovi componenti, ai sensi dell'art. 26 comma 2;
  - o) su proposta del Presidente, designa il Presidente e i componenti della Consulta del Presidente;
  - p) può invitare alle proprie riunioni persone che non fanno parte del Consiglio, secondo modalità da esso stesso stabilite;
  - mq) esercita ogni altra funzione ad esso demandata dal presente Statuto.
3. Il Consiglio Direttivo ha facoltà di decidere la convocazione dell'Assemblea Straordinaria.

## **ART. 29**

### **GIUNTA: COMPOSIZIONE, COMPETENZE**

1. La Giunta Esecutiva è composta da un numero proposto dal Presidente, comunque non superiore a 20.
- Essa è quindi costituita:
- a) dal Presidente di Confcommercio Milano, che la presiede;
  - b) dai Vicepresidenti;
  - c) dai Consiglieri eletti dal Consiglio Direttivo su proposta del Presidente, in modo da garantire un'adeguata rappresentanza dei settori economici e del territorio interprovinciale. In particolare, la composizione della Giunta deve garantire un'adeguata rappresentanza dei settori del commercio, del turismo e dei servizi e del lavoro autonomo, come pure delle aree geografiche delle Province di Milano, Lodi, Monza e Brianza. A tal riguardo, alle Associazioni rappresentanti il territorio di Lodi e di Monza-Brianza sono attribuiti, rispettivamente, n. 1 e n. 2 seggi nella Giunta, scelti fra i Consiglieri proposti dalle Associazioni precitate;
  - d) dal Presidente uscente di Confcommercio Milano. Nel caso di mancanza della carica di Presidente uscente per qualsiasi causa, la Giunta rimane validamente costituita dagli altri componenti come disciplinato dal comma 1 del presente articolo.

## 2. La Giunta:

- a) coadiuva il Presidente nell'attuazione delle linee politiche e programmatiche stabilite dall'Assemblea e dal Consiglio Direttivo;
- b) adotta, in caso di indifferibilità ed urgenza che non consentano la regolare convocazione dell'organo preposto, i provvedimenti di competenza del Consiglio Direttivo riferendone alla prima adunanza per la convalida del proprio operato;
- c) assume tutte le determinazioni e provvede a tutti gli atti, nessuno escluso, relativi all'ordinaria amministrazione, tra cui gli atti che comportino acquisto o alienazione di beni mobili registrati;
- d) delibera sull'ammissione delle Associazioni e ne dichiara la decadenza, opera ai sensi dell'art. 4, commi 5 e 6, del presente Statuto;
- e) provvede alle designazioni ed alle nomine dei rappresentanti di Confcommercio Milano, in Consessi, Enti e Commissioni;
- f) può delegare al Collegio dei Probiviri in caso di gravi e palesi violazioni del codice etico e del presente statuto, poteri di intervento e sanzionatori, secondo le previsioni dell'articolo 14, al fine di ripristinare, in via d'urgenza, la conformità dei comportamenti;
- g) predispone le proposte di modifiche statutarie da sottoporre al Consiglio;
- h) esamina il Rendiconto dell'esercizio precedente e il Conto Preventivo dell'anno successivo;
- i) può invitare alle proprie riunioni persone che non fanno parte della Giunta, secondo modalità dalla stessa stabilite;
- l) esercita ogni altra funzione ad essa demandata dal presente statuto.

3. Partecipano, senza diritto di voto, i componenti effettivi del Collegio dei Revisori dei Conti e il Presidente della Consulta.

## **ART. 30**

### **GIUNTA: CONVOCAZIONE**

1. La Giunta mediante preavviso in forma scritta di almeno 8 giorni, anche per il tramite dello strumento della posta elettronica all'indirizzo preventivamente comunicato dai suoi componenti, contenente l'indicazione del luogo, del giorno e dell'ora nonché l'Ordine del Giorno della riunione, è convocata dal Presidente ogni volta che lo ritenga opportuno o necessario e comunque qualora lo suggeriscano motivate esigenze.

2. Nei casi di urgenza la convocazione può avvenire con i mezzi più rapidi senza la



preventiva comunicazione dell'Ordine dei Giorni e con un preavviso di almeno 3 giorni.

3. Le deliberazioni della Giunta sono prese a maggioranza dei votanti e sono valide se adottate con la presenza di almeno la metà dei componenti.

4. In caso di parità, prevale il voto del Presidente.

### **ART. 31**

#### **PRESIDENTE: ELEZIONE**

1. Può essere eletto Presidente ciascun Presidente delle Associazioni costituenti.

2. Può essere altresì eletto Presidente un imprenditore del commercio, del turismo, dei servizi e del lavoro autonomo, che sia Associato, da almeno tre anni, di Associazione costituente e che venga proposto da un numero di Associazioni costituenti, rappresentanti almeno un quinto dei voti spettanti alla totalità delle Associazioni.

3. Il Presidente può essere eletto due volte consecutivamente con le maggioranze ordinarie previste dal presente Statuto.

4. Dopo l'espletamento, in tutto o in parte, del secondo mandato consecutivo, il Presidente uscente può essere rieletto, consecutivamente, una terza volta, e così di seguito, con una maggioranza qualificata pari ad almeno il 60% dei voti espressi nell'organo statutariamente competente. Se il Presidente uscente non abbia raggiunto tale maggioranza qualificata, ma un altro candidato abbia ottenuto la maggioranza assoluta (50% +1), quest'ultimo è eletto Presidente. Se invece il Presidente uscente non abbia raggiunto la maggioranza qualificata di cui sopra e nessun altro candidato abbia ottenuto la maggioranza assoluta (50% +1), si procede ad una nuova votazione a cui non può partecipare come candidato il Presidente uscente. La nuova votazione deve essere convocata dal Presidente uscente entro 15 giorni e deve svolgersi entro i successivi 60 giorni.

### **ART. 32**

#### **PRESIDENTE: RAPPRESENTANZA E DELEGHE**

1. Il Presidente rappresenta Confcommercio Milano ad ogni effetto di Legge e statutario; ha il potere di firma che può delegare.

2. Il Presidente, sentita la Giunta Esecutiva può conferire a membri del Consiglio Direttivo o della Giunta stessa deleghe e/o incarichi inerenti funzioni di rappresentanza di

Confcommercio Milano o specifiche attività, materie o iniziative, salvaguardando la rappresentanza dei settori di attività e del territorio.

3. Il Presidente nomina, nell'ambito della Giunta Esecutiva e, sentita la Giunta stessa, i Vice Presidenti in numero massimo di 10, eventualmente attribuendo ad uno di essi la funzione di Vicariato, dandone successiva comunicazione al Consiglio Direttivo per la necessaria presa d'atto.

### **ART. 33**

#### **UFFICIO DI PRESIDENZA**

1. L'Ufficio di Presidenza, composto dal Presidente, dal Presidente uscente di Confcommercio Milano, dai Vice Presidenti e dal Segretario Generale, ha funzioni consultive.

2. Esso è Organo strategico che coadiuva il Presidente nell'approntamento delle linee di indirizzo politico-sindacale.

3. Il Presidente, nell'espletamento dei compiti del proprio Ufficio, può farsi coadiuvare, su espresso invito, da un proprio assistente.

### **ART. 34**

#### **PRESIDENTE: ATTRIBUZIONI**

1. Il Presidente inoltre:

a) ha la gestione ordinaria di Confcommercio Milano;

b) attua le deliberazioni degli Organi Collegiali ed adotta i provvedimenti necessari per il conseguimento dei fini sociali;

c) convoca e presiede le Assemblee e le riunioni di Consiglio Direttivo e di Giunta;

d) ha la facoltà di agire e resistere in giudizio e nomina Avvocati e Procuratori alle liti;

e) può compiere tutti gli atti, non demandati dallo Statuto ad altri Organi, che si rendano necessari nell'interesse dell'Organizzazione;

f) presiede all'ordinamento dei servizi e vigila sugli atti amministrativi;

g) su proposta del Segretario Generale adotta i provvedimenti necessari in materia di ordinamento degli uffici, di trattamento giuridico-economico del personale e di assunzione o licenziamento dello stesso;

h) attenendosi nella selezione del nominativo ai criteri indicati dalla Confederazione,

- propone al Consiglio la nomina del Segretario Generale;
- i) propone al Consiglio la revoca del Segretario Generale;
  - l) conferisce incarichi professionali, occasionali o continuativi, a persone di speciale competenza, riferendone in Giunta periodicamente;
  - m) può sostituirsi alla Giunta ed al Consiglio Direttivo nei casi di indifferibilità e urgenza riferendo, alla prima adunanza utile, sui provvedimenti assunti, per la loro ratifica. Tali provvedimenti verranno annotati in apposito libro;
  - n) nomina il Commissario di cui all'articolo 17;
  - o) può proporre al Consiglio Direttivo i nominativi di persone con particolari e rilevanti esperienze e competenze, eventualmente da cooptare ai sensi dell'art. 26 comma 2 e dell'art. 28 comma 2 lett. n);
  - p) propone il Presidente e i membri della Consulta del Presidente, ai sensi dell'art. 38;
  - q) esercita ogni altra funzione a lui demandata dal presente Statuto.

## **ART. 35**

### **PRESIDENTE: SOSTITUZIONE NELLE FUNZIONI**

1. In caso di vacanza della carica di Presidente, il Vice Presidente Vicario, **qualora nominato**, o, in mancanza e nell'ordine di seguito indicato, il Vice Presidente più anziano di età o, in mancanza, il Consigliere più anziano di età, ne assume le funzioni quale Presidente Interinale e convoca, entro 90 giorni dalla vacanza, l'Assemblea, che provvede, con le modalità previste dal presente Statuto, alla elezione del nuovo Presidente. Il mandato del nuovo Presidente verrà a scadenza al termine del mandato in corso degli altri Organi.
2. In caso di sua assenza o impedimento, il Presidente, fatta salva l'ipotesi di cui all'articolo 22, comma 1 del presente Statuto, è sostituito – dal Vice Presidente Vicario qualora nominato, o in mancanza e nell'ordine di seguito indicato, dal Vice Presidente più anziano di età o, in mancanza, dal consigliere più anziano di età.

**ART. 36**  
**COLLEGIO DEI REVISORI DEI CONTI**

1. Il Collegio dei Revisori dei Conti è composto da cinque membri: 1 Presidente, 2 Effettivi e 2 Supplenti, tutti nominati dall'Assemblea.

2. Questi possono essere scelti anche tra soggetti che non fanno parte del sistema associativo.

Il Collegio, nella sua prima riunione, convocata dal componente più anziano d'età, elegge al proprio interno il suo Presidente, che deve essere iscritto al Registro dei Revisori Legali di cui all'art. 2 del d.lgs. 27 gennaio 2010, n. 39 e s.m.i.

3. Ove si renda vacante la carica di Presidente, subentra il Membro Supplente iscritto al Registro dei Revisori Legali di cui all'art. 2 del d.lgs. 27 gennaio 2010, n. 39 e s.m.i. più anziano di età; in caso di assenza, il Collegio provvede alla sua sostituzione integrandosi per cooptazione in occasione della riunione immediatamente successiva.

Il nuovo eletto rimane in carica sino alla prima Assemblea, che provvede, con le modalità previste dal presente Statuto, alla nomina del nuovo Presidente.

4. In caso di vacanza di un Membro Effettivo, subentra il Membro Supplente più anziano di età che rimane in carica sino alla prima Assemblea che provvede, con le modalità previste dal presente Statuto, alle nomine necessarie per l'integrazione del Collegio.

5. La carica di componente del Collegio dei Revisori dei Conti è incompatibile con la carica di componente di qualunque altro Organo elettivo previsto dal presente Statuto.

**ART. 37**  
**COLLEGIO DEI REVISORI DEI CONTI: FUNZIONI**

1. Il Collegio dei Revisori dei Conti:

- vigila sull'osservanza della Legge e dello Statuto;
- controlla la regolare tenuta della contabilità;
- controlla la corrispondenza del rendiconto economico e finanziario consuntivo alle risultanze delle scritture contabili;
- redige la relazione sul rendiconto economico e finanziario consuntivo da presentare all'Assemblea.

2. Esso partecipa, senza diritto di voto, alle riunioni del Consiglio Direttivo, della Giunta e alle Assemblee.

3. Il Collegio dei Revisori dei Conti ha facoltà, con relazione motivata ed approvata all'unanimità in caso di gravi e documentate irregolarità contabili, di chiedere al Presidente la convocazione del Consiglio Direttivo o dell'Assemblea. Ove il Presidente non reputi fondate le motivazioni e non convochi il Consiglio o l'Assemblea entro 15 giorni, la questione viene deferita da una delle parti al Collegio dei Probiviri che si pronuncia sulla convocazione nel termine di 15 giorni.

#### **ART. 38**

### **CONSULTA DEL PRESIDENTE**

1. La Consulta del Presidente assiste il Presidente nelle politiche di indirizzo e rinnovamento dell'Organizzazione e può esprimere pareri sull'azione di governo, concernenti i piani politico-sindacali e organizzativi dell'Organizzazione.

#### **ART. 39**

### **COLLEGIO DEI PROBIVIRI**

1. Il sistema di garanzia statutario di Confcommercio Milano è assicurato dal Collegio dei Probiviri.

2. Il Collegio dei Probiviri è composto da un Presidente, quattro membri effettivi e due Supplenti eletti dall'Assemblea anche fra i non Associati.

3. Nella prima riunione successiva all'elezione, il Collegio dei Probiviri elegge al proprio interno il Vice Presidente, che sostituisce il Presidente e ne esercita le funzioni in caso di temporanea assenza o impedimento.

4. Nel caso in cui un Probiviro venga a mancare in corso di esercizio, per dimissioni, decadenza o qualunque altra causa, si provvede alla sua sostituzione, mediante procedura elettiva, alla prima Assemblea utile.

5. Il Collegio dei Probiviri esercita le funzioni ad esso attribuite nel rispetto dei principi di imparzialità, indipendenza e autonomia.

6. Il Collegio:

a) esercita funzione conciliativa, deliberando sulle controversie tra gli Associati di Confcommercio Milano circa l'interpretazione e/o l'applicazione del presente Statuto, del relativo Codice Etico, del Codice Etico confederale, di Regolamenti o di deliberati degli Organi associativi, nonché sui ricorsi presentati avverso le delibere di ammissione a

Confcommercio Milano e di decadenza dalla carica di componente di un Organo associativo. La procedura innanzi al Collegio dei Probiviri è disciplinata da apposito regolamento approvato dal Consiglio Direttivo;

b) esprime pareri non vincolanti sull'interpretazione e/o l'applicazione del presente Statuto, del relativo Codice Etico, del Codice Etico confederale o di Regolamenti, su richiesta degli Organi statutari;

c) può essere adito in sostituzione dei Collegi dei Probiviri delle Associazioni costituenti in caso di inesistenza o inerzia degli stessi;

d) esercita ogni altra funzione ad esso demandata dal presente Statuto o dagli Organi;

e) valuta tutte le questioni che gli siano sottoposte e che non siano riservate agli altri Organi di Confcommercio Milano riguardanti l'applicazione del presente Statuto e dei regolamenti interni;

f) nell'ipotesi di cui all'articolo 29, comma 2, lett. f) del presente Statuto può essere appositamente delegato all'esercizio dei poteri di intervento e sanzionatori previsti dall'articolo 14; in tali casi, avverso la deliberazione, avente provvisoria e immediata esecutività, è ammesso il ricorso nei tempi e nei modi previsti dai commi 12 e 13 dell'articolo 13;

g) può essere adito in funzione di organo di riesame sulle decisioni assunte dai Collegi dei Probiviri costituiti presso gli altri livelli del sistema.

7. La carica di Probiviro è incompatibile con ogni altra carica elettiva negli organi di Confcommercio Milano.

## **ART. 40**

### **RIUNIONI E VERBALI DEGLI ORGANI COLLEGIALI**

1. Le riunioni degli Organi collegiali di cui all'art. 18 possono svolgersi anche con alcuni intervenuti dislocati in più luoghi, contigui o distanti, audio-video collegati, nonché con tutti gli intervenuti dislocati in più luoghi, contigui o distanti, audio-video collegati (full audio-video conference).

In tali casi, l'avviso di convocazione dovrà contenere anche l'indicazione delle modalità audio-video alternative alla partecipazione fisica dei membri, l'eventuale indicazione dello svolgimento della riunione esclusivamente in audio-video conferenza, nonché le modalità per l'espressione dell'eventuale voto elettronico.

Qualora la riunione si svolga esclusivamente per audio-video conferenza, non occorre che

il Presidente e il Segretario si trovino nel medesimo luogo.

Qualora la riunione sia stata convocata in un luogo fisico e sia stata consentita anche la partecipazione in audio-video conferenza, in detto luogo deve trovarsi almeno il Segretario verbalizzante o, relativamente all'Assemblea e qualora richiesto, il Notaio, unitamente alla o alle persone eventualmente incaricate dal Presidente per l'accertamento di coloro che intervengono di persona.

Resta inteso che in qualunque caso, dovrà essere garantita parità di trattamento tra i componenti, e dovranno essere utilizzati dei mezzi di telecomunicazione che garantiscano l'identificazione dei partecipanti, la loro partecipazione e l'esercizio del diritto di voto in conformità al presente statuto.

Coloro che partecipano alla riunione in audio-videoconferenza e/o esprimono il loro voto in via elettronica sono considerati intervenuti alla riunione.

2. Di tutte le deliberazioni degli Organi Collegiali dovranno essere tenuti i verbali.

#### **ART. 41**

#### **SEGRETARIO GENERALE.**

1. Il Segretario Generale:

- a) sovrintende a tutti i servizi di Confcommercio Milano;
- b) adotta le disposizioni necessarie per assicurarne il regolare funzionamento del quale ha la responsabilità;
- c) propone i provvedimenti necessari in materia di ordinamento degli uffici e del personale;
- d) coadiuva il Presidente e gli Organi Collegiali nell'espletamento del loro mandato;
- e) partecipa alle riunioni degli stessi Organi a titolo consultivo, assumendone le funzioni di Segretario quando tale compito non sia espressamente attribuito ad un Notaio o ad un componente dell'Organo;
- f) è responsabile della segreteria degli Organi associativi;
- g) sottoscrive per vidimazione tutti gli atti emanati dagli Organi di cui all'art. 18 del presente Statuto, ad eccezione delle deliberazioni del Collegio dei Probiviri;
- h) sottoscrive la dichiarazione attestante la conformità del conto consuntivo alle scritture contabili.

2. Ferme restando le incompatibilità di cui all'articolo 20, l'incarico di Segretario è, inoltre, incompatibile con la carica di componente di Organo associativo collegiale o monocratico

ricoperta presso ogni livello del sistema confederale, nonché con lo svolgimento di attività di lavoro autonomo svolta continuativamente o professionalmente, con l'esercizio di qualsiasi attività di impresa commerciale svolta in nome proprio o in nome o per conto altrui, con la qualità di socio di società di persone e con la carica di amministratore di società e/o enti, fatte salve, per la predetta carica, le società e/o gli enti facenti parte del sistema confederale ovvero quelli diversi da questi ultimi, qualora la carica sia svolta in virtù di rappresentanze istituzionalmente riconosciute al livello interessato, su mandato nonché in nome e per conto del livello stesso.

## **ART. 42**

### **COMMISSIONI E COMITATI**

1. Per la migliore elaborazione delle materie sottoposte alle decisioni degli Organi Collegiali il Consiglio Direttivo può costituire, su proposta del Presidente, Commissioni Consiliari o Comitati Tecnici con funzioni consultive eventualmente integrate da esperti.
2. Per assicurare, ove necessario, la migliore trattazione di problemi relativi a specifici settori rappresentati, il Consiglio Direttivo potrà costituire, su proposta del Presidente, Comitati Tecnici Consultivi.
3. I Comitati sono presieduti da membri di Giunta e sono composti dai Presidenti delle Associazioni appartenenti ai distinti comparti e da eventuali esperti.
4. L'attività delle Commissioni e dei Comitati di cui sopra saranno disciplinate da appositi regolamenti approvati dal Consiglio Direttivo.

## **ART. 43**

### **GRUPPO 50 & PIU'**

1. E' istituito il Gruppo 50 & Più di Confcommercio Milano composto da Associati delle Associazioni costituenti.
2. Un apposito Regolamento, approvato dal Consiglio Direttivo, determina il funzionamento della Assemblea, del Consiglio e della Presidenza del Gruppo, in analogia agli Organi di Confcommercio Milano.
3. Scopo del Gruppo è quello di concorrere, valorizzando gli apporti specifici di esperienza, alla forza organizzativa e alla efficacia propositiva di Confcommercio Milano. A tale scopo il Gruppo svolge principalmente azione di elaborazione e proposta nei



confronti degli Organi di Confcommercio Milano, di presenza sociale nelle Istituzioni, d'intesa con gli Organi competenti di Confcommercio Milano.

#### **ART. 44**

### **GRUPPO GIOVANI IMPRENDITORI**

1. In seno a Confcommercio Milano, è istituito il Gruppo Giovani Imprenditori composto dagli Associati che non abbiano ancora compiuto il 42° anno di età.

2. Un apposito Regolamento, approvato dal Consiglio Direttivo, determina il funzionamento dell'Assemblea, del Consiglio e della Presidenza del Gruppo, conformemente al disposto dell'articolo 15 dello Statuto confederale.

3. Scopo del Gruppo è quello di concorrere, per i particolari profili dell'imprenditoria giovanile e valorizzandone gli apporti specifici, alla forza organizzativa ed all'efficacia propositiva di Confcommercio Milano.

A tale scopo il Gruppo svolge principalmente azione di elaborazione e proposta nei confronti degli Organi di Confcommercio Milano, di formazione permanente al proprio interno, di presenza sociale nelle Istituzioni, d'intesa con gli Organi competenti di Confcommercio Milano.

#### **ART. 45**

### **TERZIARIO DONNA**

1. In seno a Confcommercio Milano è istituito il Gruppo "Terziario Donna" di Confcommercio Milano, composto dalle Imprenditrici Associate.

2. Un apposito Regolamento, approvato dal Consiglio Direttivo, determina il funzionamento dell'Assemblea, del Consiglio e della Presidenza del Gruppo, conformemente al disposto dell'articolo 16 dello Statuto confederale.

3. Scopo del Gruppo è quello di concorrere, per i particolari profili dell'imprenditoria femminile e valorizzandone gli apporti specifici, alla forza organizzativa ed all'efficacia propositiva di Confcommercio Milano.

A tale scopo il Gruppo svolge principalmente azione di elaborazione e proposta nei confronti degli Organi di Confcommercio Milano, di formazione permanente al proprio interno, di presenza sociale nelle Istituzioni, d'intesa con gli Organi competenti di Confcommercio Milano.

**TITOLO V**  
**PATRIMONIO SOCIALE – AMMINISTRAZIONE**

**ART. 46**  
**PATRIMONIO DI CONFCOMMERCIO MILANO**

1. Il patrimonio di Confcommercio Milano è formato da:

- 1) beni mobili ed immobili e valori che a qualsiasi titolo vengano in legittimo possesso e proprietà di Confcommercio Milano;
- 2) somme acquisite al patrimonio a qualsiasi titolo fino a che non siano erogate;
- 3) proventi di Confcommercio Milano costituiti da:
  - a) contributi associativi ordinari;
  - b) contributo associativo integrativo (Contrin) nella quota di propria spettanza;
  - c) contributo associativo, anche denominato “Contributo di adesione contrattuale”, previsto dal CCNL per i dipendenti da aziende del Terziario, della distribuzione e dei servizi ed altri simili contributi ove previsti da contratti e accordi collettivi di cui all’art. 10, comma 4 dello Statuto di “Confcommercio-Imprese per l’Italia”, come disciplinato dall’art. 12, comma 7 dello Statuto confederale;
  - d) contributi associativi straordinari;
  - e) contributi associativi suppletivi;
  - f) oblazioni volontarie, erogazioni e lasciti a favore dell’associazione e beni ad essa devoluti a qualsiasi titolo, nonché derivanti da attività di raccolta fondi;
  - g) proventi vari quali quelli derivanti da rendite mobiliari, immobiliari e da partecipazioni;
  - h) contributi confederali ed erogazioni del Fondo Nazionale di Sviluppo del Sistema, istituito ai sensi dell’art. 19, commi 2 e 3, dello Statuto confederale, nonché contributi ed entrate derivanti da Autorità ed Enti pubblici e privati;
  - i) contributi da determinarsi di volta in volta dagli Organi associativi;
  - l) ogni provento derivante dall’esercizio delle attività che costituiscono oggetto del presente Statuto, nonché da ogni altra attività ad esse connessa, complementare o accessoria.

2. I flussi economici e finanziari relativi alle Associazioni amministrate, di cui all’art. 17 comma 3 del presente Statuto, confluiscono nel rendiconto economico e finanziario e nel conto preventivo di Confcommercio Milano, cui compete, in via esclusiva, la titolarità dei rapporti economici con i soggetti Associati e con i terzi. I soggetti Associati alle

associazioni amministrare corrispondono i contributi sindacali a loro carico direttamente a Confcommercio Milano.

#### **ART. 47**

### **ESERCIZIO SOCIALE**

1. L'esercizio sociale decorre dal 1° gennaio al 31 dicembre di ogni anno.
2. Il rendiconto economico e finanziario è redatto ed approvato secondo le disposizioni degli artt. 25 e 28 del presente Statuto.
3. Confcommercio Milano si impegna a garantire, nei confronti della propria base associativa, la necessaria trasparenza nella sua gestione organizzativa e conduzione amministrativa, nonché in quella delle sue articolazioni ed emanazioni societarie ed organizzative direttamente o indirettamente controllate.
4. E' fatto divieto a Confcommercio Milano di distribuire, anche in modo indiretto, utili o avanzi di gestione, nonché fondi, riserve o capitale durante la vita dell'Associazione, salvo che la destinazione o la distribuzione non siano imposte dalla legge.

#### **ART. 48**

### **SCIoglimento DI CONFComMERcio MILANO**

1. Per lo scioglimento di Confcommercio Milano è necessario il voto favorevole di un numero di componenti dell'Assemblea che disponga del 75% dei voti complessivi.
2. La stessa Assemblea, con le medesime maggioranze, provvederà alla nomina dei liquidatori, determinandone il numero, i poteri e dettando le modalità della liquidazione.
3. In caso di scioglimento di Confcommercio Milano per qualunque causa, è fatto obbligo di devolvere il patrimonio dell'Ente ad altra Associazione con finalità analoghe o ai fini di pubblica utilità, e salvo diversa destinazione imposta dalla legge.

#### **ART. 49**

### **CLAUSOLA COMPROMISSORIA**

1. Le controversie tra associati e Confcommercio Milano e, in particolare, quelle di cui agli articoli 13 e 17 del presente Statuto, previa eventuale presentazione, per i casi di commissariamento e di esclusione, del ricorso al Collegio dei Probiviri, sono devolute ad

un Collegio arbitrale composto da tre Arbitri, che tutti gli associati, con l'esplicita accettazione della presente clausola compromissoria, si obbligano a nominare nel modo che segue: ciascuna parte, con atto notificato per iscritto, rende noto all'altra l'Arbitro che essa nomina, con invito a procedere alla designazione del proprio. La parte, alla quale è rivolto l'invito, deve notificare per iscritto, nei venti giorni successivi, le generalità dell'Arbitro da essa nominato. Il terzo Arbitro, con funzioni di Presidente del Collegio, è nominato di comune accordo dagli Arbitri ovvero, in caso di dissenso, dal Presidente della Camera arbitrale Nazionale e Internazionale della Camera di Commercio di Milano.

2. Se le parti sono più di due, gli Arbitri sono nominati dal Presidente della Camera Arbitrale Nazionale e Internazionale della C.C.I.A.A. di Milano.

3. Per il resto, la procedura arbitrale sarà in via rituale secondo equità.

## **ART. 50**

### **DISPOSIZIONI DI COORDINAMENTO**

1. Il Presidente di Confcommercio Milano verifica costantemente la adeguatezza della composizione degli Organi e delle cariche sociali alla evoluzione delle esigenze di coordinamento della Organizzazione e dei vari settori di attività.

A seguito di tali verifiche il Presidente di Confcommercio Milano può, in ogni momento, proporre agli Organi competenti le modifiche, anche statutarie, inerenti la composizione degli Organi e le cariche sociali, che si rendessero necessarie.

## **ART. 51**

### **RAPPORTI CON CONFCOMMERCIO**

1. Confcommercio Milano aderisce alla "Confederazione Generale Italiana delle Imprese, delle Attività Professionali e del Lavoro Autonomo", denominata in breve "Confcommercio-Imprese per l'Italia" o "Confederazione", ne utilizza il logo e ne accetta e rispetta lo Statuto, il Codice Etico, i Regolamenti, nonché i deliberati degli Organi confederali, rappresentando la Confederazione nel territorio delle province di Milano, Lodi, Monza e Brianza.

2. Confcommercio Milano si impegna:

a. ad accettare le deliberazioni del Collegio dei Probiviri di "Confcommercio-Imprese per l'Italia", nonché la clausola compromissoria e le decisioni del Collegio arbitrale, come

previsto agli artt. 40 e 41 dello Statuto Confederale;

b. ad accettare le norme in materia di sostegno, nomina di un Delegato, commissariamento, recesso ed esclusione, previste dagli artt. 19, 20, 21, 22 e 23 dello Statuto Confederale;

c. al versamento della contribuzione al sistema confederale, mediante il pagamento delle quote associative in misura e secondo le modalità approvate dall'Assemblea Nazionale di "Confcommercio-Imprese per l'Italia";

3. Confcommercio Milano riconosce ed accetta le norme previste all'art. 18, comma 2, lettera i) dello Statuto confederale, in ordine all'uso, adozione ed utilizzazione della denominazione "Confcommercio-Imprese per l'Italia" e/o del relativo logo confederale

4. Il recesso da "Confcommercio-Imprese per l'Italia" è deliberato dall'Assemblea con una maggioranza del 30% dei suoi componenti e che rappresenti il 60% dei voti complessivi. La convocazione dell'Assemblea, chiamata a deliberare sul recesso da "Confcommercio-Imprese per l'Italia", è contestualmente comunicata e trasmessa in copia al Presidente confederale mediante lettera raccomandata a.r. l'eventuale deliberazione di recesso diventa efficace, nei confronti della Confederazione e di terzi, decorsi 90 giorni dalla data di assunzione della delibera stessa.

# REGOLAMENTO DELL'ATTRIBUZIONE DEI VOTI ASSEMBLEARI

Qui di seguito i passaggi regolamentari al fine di determinare i voti assembleari dell'anno in corso di "Confcommercio-Imprese per l'Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza", di seguito "Confcommercio Milano".

1. Il numero base dei voti assembleari si determina moltiplicando per cento il numero delle Associazioni costituenti (di seguito "Associazioni") ai sensi dell'art. 4 dello Statuto già facenti parte di Confcommercio Milano al 31 dicembre dell'anno precedente. Ai fini del presente Regolamento e del conteggio relativo si considerano Associazioni anche gli inquadramenti in settori specifici delle imprese rappresentate direttamente da Confcommercio Milano.

2. Ai fini dell'attuazione del presente regolamento con riferimento ai vari ambiti di rappresentanza Confcommercio Milano è convenzionalmente suddivisa in quattro collegi territoriali:

- 1) "Milano Città": rappresenta, come capoluogo interprovinciale, tutte le imprese iscritte alle Associazioni di categoria costituenti ai sensi dell'art. 5 4 dello Statuto, oltre a quelle direttamente rappresentate da Confcommercio Milano e inquadrate in settori specifici.
- 2) "Città Metropolitana di Milano": rappresentano le imprese iscritte alle Associazioni costituenti del territorio della Città Metropolitana di Milano.
- 3) "Monza e Brianza": rappresenta le imprese iscritte alle Associazioni territoriali costituenti ubicate nella Provincia di Monza e Brianza.
- 4) "Lodi": rappresenta le imprese iscritte alle Associazioni territoriali costituenti della Provincia di Lodi.

3. Il dieci per cento del numero base dei voti è suddiviso in parti uguali tra le Associazioni di cui al 1° comma, che ricevono perciò dieci voti ciascuna.

4. Il quarantacinque per cento del numero base dei voti è suddiviso in proporzione al numero dei soggetti Associati e dei soggetti Partecipanti alle Associazioni di cui al 1° comma, paganti contributi associativi riconosciuti da Confcommercio Milano, rispettivamente sulla base dell'adesione o sulla base dell'ubicazione e della attività

prevalente, come appartenenti alle singole Associazioni di cui al 1° comma. E' arrotondata all'intero superiore la frazione non inferiore ai cinquantuno centesimi di voto.

5. Il quarantacinque per cento del numero base dei voti è suddiviso in proporzione al gettito contributivo di Confcommercio Milano corrisposto dai soggetti Associati e dai soggetti Partecipanti, di pertinenza delle singole Associazioni di cui al 1° comma, rispettivamente sulla base dell'adesione o sulla base dell'ubicazione e della attività prevalente e così specificatamente determinato:

- quanto ai contributi associativi ordinari: pari alla somma derivante dalla applicazione, a tutti i soggetti Associati paganti nell'esercizio precedente, della quota fissata per le "Associazioni costituenti non amministrare" nella apposita delibera di accompagnamento al conto preventivo relativo a detto esercizio o al minor gettito effettivamente incassato. Le eventuali eccedenze dei contributi associativi ordinari effettivamente incassati rispetto a quanto qui determinato viene tenuto conto nel calcolo relativo ai contributi di adesione contrattuale;
- quanto ai contributi di adesione contrattuale: pari al 75% della somma di detti contributi direttamente incassati da Confcommercio Milano o ad essa versati dall'istituto esattore nel corso dell'esercizio precedente. Alla somma di detti contributi si aggiungono eventuali eccedenze dei contributi associativi ordinari tra quanto effettivamente incassati rispetto a quanto determinato nel punto precedente;
- quanto ai contributi associativi (Contrin) nella quota di propria spettanza: pari alla somma attribuita a Confcommercio Milano da "Confcommercio - Imprese per l'Italia" a questo titolo per l'esercizio precedente, o per l'ultimo disponibile, e versata dai soggetti Associati, dedotta dal contributo deliberato dalla Assemblea Ordinaria a favore delle "Associazioni costituenti non amministrare" e definito nella apposita delibera di accompagnamento al conto preventivo dell'esercizio precedente.

E' arrotondata all'intero superiore la frazione non inferiore ai cinquantuno centesimi di voto.

Ogni altra entrata di Confcommercio Milano non specificamente sopraindicata è irrilevante ai fini di cui trattasi.

6. Ad ogni Associazione di cui al 1° comma sono attribuiti i voti corrispondenti alla somma dei risultati delle operazioni previste ai commi 3, 4 e 5 (voti assembleari complessivi).

7. Ad ogni Associazione costituente ammessa nel corso dell'esercizio in cui si svolge l'Assemblea sono attribuiti dieci voti.

8. Il numero totale dei voti assembleari si determina sommando i voti attribuiti ad ogni Associazione di cui al 1° comma.

9. L'attribuzione dei voti è effettuata una volta all'anno, non oltre la fine di febbraio, da parte dei competenti uffici di Confcommercio Milano, sotto la responsabilità del Segretario Generale ed il controllo del Presidente e dei membri effettivi del Collegio dei Revisori dei Conti, i quali, previa verifica, controfirmano apposito Verbale e dispongono per la sua conservazione.



# CODICE ETICO

## Premesse

I. “Confcommercio Imprese per l’Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza” o “Unione Confcommercio Imprese per l’Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza” oppure, con la storica denominazione, “Unione del Commercio, del Turismo, dei Servizi e delle Professioni della Provincia di Milano”, o ancora “Unione Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza”, oppure “Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza”, o ancora “Unione” o, in ultimo, in forma abbreviata “Confcommercio Milano”, concorre a promuovere il processo di sviluppo dell’economia italiana e di crescita civile del Paese.

II. Tutte le componenti di Confcommercio Milano, ossia:

- le Associazioni costituenti;
- i dirigenti associativi;
- i dirigenti di struttura, i dipendenti e i collaboratori;
- le imprese, gli imprenditori, i professionisti e i lavoratori autonomi che, ai sensi dell'art. 11 dello Statuto di "Confcommercio-Imprese per l’Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza", sono titolari del rapporto associativo;
- i rappresentanti del sistema presso enti ed organismi esterni;
- gli Enti, Istituti e Organismi aderenti ai sensi dell’art. 8 dello Statuto Confcommercio Milano;
- gli Enti collegati, gli Istituti e gli Organismi promossi, istituiti e/o comunque partecipati da Confcommercio Milano ai sensi dell’art. 9 dello Statuto Confcommercio Milano;

sono coinvolte nel perseguimento di tale obiettivo e sono chiamate a tenere comportamenti eticamente corretti, oltre che non in contrasto con leggi, regolamenti e fonti del diritto cogenti nazionali, comunitarie ed internazionali, in linea con i principi, i valori ispiratori e gli scopi di Confcommercio Milano elencati nello Statuto di "Confcommercio-Imprese per l’Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza", di cui il presente Codice Etico costituisce parte integrante.

III. A tal fine, tutti i livelli del sistema ossia:

- “Confcommercio-Imprese per l’Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza”;
- Associazioni di Categoria;
- Associazioni Territoriali;
- gli Enti, Istituti e Organismi aderenti;
- gli Enti collegati, gli Istituti e gli Organismi promossi, istituiti e/o comunque partecipati da Confcommercio Milano;

nonché gli organismi associativi costituiti ai diversi livelli, sono tenuti ad adoperarsi affinché le disposizioni contenute nel presente Codice Etico siano rispettate ed attuate compiutamente, tanto al proprio interno, quanto presso gli enti e le società di loro diretta emanazione o sotto il loro diretto controllo.

- IV. Le Associazioni Territoriali e le Associazioni di Categoria sono altresì tenute ad adoperarsi affinché i rispettivi Statuti siano adeguati nei termini di cui allo Statuto di “Confcommercio-Imprese per l’Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza” e mantenuti conformi, nello spirito e nella lettera, a quanto disposto nel medesimo Statuto.
- V. Le premesse costituiscono parte integrante e sostanziale del presente Codice Etico.

## **Art. 1 - Doveri generali**

Tutte le componenti del sistema sono tenute:

1. ad adottare modelli di comportamento ispirati all'integrità morale, deontologica e professionale;
2. ad agire con spirito di giudizio libero da condizionamenti esterni e fondato sul rispetto delle leggi dello Stato, sui valori e sulle norme di Confcommercio Milano e sui suoi obiettivi di crescita e di sviluppo nell'interesse del progresso civile, sociale ed economico del Paese e della collettività;
3. a rimuovere gli ostacoli che impediscono la più ampia ed effettiva partecipazione delle donne e dei giovani imprenditori, professionisti e lavoratori autonomi alla vita associativa;
4. ad interpretare il proprio ruolo con eticità, spirito di servizio e nel rispetto delle prerogative e dei doveri ad esso connessi.

## ***Art. 2 - Doveri delle componenti del sistema Confcommercio Milano***

1. Nei rapporti fra loro, tutte le componenti del sistema, per il tramite dei rispettivi Organi, si impegnano a tenere comportamenti tendenti alla massima collaborazione e, in particolare, ispirati ai seguenti principi:
  - lealtà;
  - reciproco rispetto;
  - trasparenza, in particolare nella diffusione e scambio delle informazioni;
  - correttezza, in particolare nella gestione delle candidature sotto il profilo dell'elettorato sia attivo che passivo;
  - onestà e rigore nella gestione delle risorse economiche e umane.
2. Nei rapporti con le imprese, gli imprenditori, i professionisti e i lavoratori autonomi che, ai sensi dell'art. 11 dello Statuto di "Confcommercio-Imprese per l'Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza", sono titolari del rapporto associativo, tutti i livelli del sistema, per il tramite dei rispettivi Organi, sono tenuti:
  - a fornire una guida morale, volta ad indirizzarli verso comportamenti eticamente corretti, sia nei confronti dei consumatori che nei rapporti reciproci;
  - a tutelare e sviluppare l'immagine e la reputazione degli stessi, quali

soggetti che contribuiscono al miglioramento del sistema-Paese;

- a promuovere azioni dirette a perseguire eventuali comportamenti devianti tenuti dai soggetti di cui sopra.

3. Nei rapporti con soggetti terzi, quali Istituzioni, Pubblica Amministrazione, Enti, Associazioni, Organizzazioni politiche e sindacali, tutti i livelli del sistema, per il tramite dei rispettivi Organi, sono tenuti al rispetto dei fondamentali principi di correttezza, trasparenza, imparzialità ed indipendenza.

### ***Art. 3 - Principi di governance del sistema***

1. Ad ogni livello del sistema, la *governance* trova attuazione mediante un equilibrio puntuale e rispettoso dei poteri e delle funzioni che gli Statuti assegnano a ciascun Organo e ruolo.
2. Per l'importanza dei poteri e delle funzioni loro assegnate, al Presidente e al Segretario Generale o Segretario di ogni livello del sistema si richiede non solo di rispettare la legge, le norme statutarie e regolamentari ed il Codice Etico in generale, ma anche di assolvere agli specifici doveri elencati ai successivi artt. 5 e 6, al fine dello sviluppo armonico dell'intero sistema.

### ***Art. 4 - Doveri dei dirigenti associativi***

1. Possono essere eletti o nominati alla carica di componente degli Organi associativi solo quei candidati dei quali sia stata verificata l'adesione ai principi ed ai valori propri di Confcommercio Milano e la piena integrità morale e professionale. I candidati alle cariche associative, a qualunque livello del sistema, devono essere in regola con il pagamento delle quote associative, in corso e/o pregresse, deliberate dai competenti Organi e non devono comunque trovarsi in posizione debitoria verso i pertinenti livelli del sistema. I candidati alle cariche associative, a qualunque livello del sistema, non devono aver riportato condanne, o avere procedimenti penali in corso, per reati dolosi contro la persona, la pubblica fede, il patrimonio ovvero in danno dello Stato o dell'Unione Europea. L'esclusione ed il divieto in ogni caso non operano quando il reato è stato depenalizzato, quando

è intervenuta la riabilitazione, quando il reato è estinto dopo la condanna ovvero in caso di revoca della condanna medesima.

2. E', inoltre, causa di esclusione per i candidati, l'essere sottoposti a procedure concorsuali ovvero ad un procedimento per l'applicazione di una delle misure di prevenzione di cui all'art. 6 del D.lgs. 06/09/2011 n. 159.
3. E', altresì, causa di esclusione la commissione di gravi e fraudolente violazioni, definitivamente accertate, rispetto agli obblighi relativi al pagamento delle imposte e tasse (per un importo superiore a quello indicato dall'art. 48 bis, comma 1 e 2 bis D.p.r. 29 settembre 1973 n. 602), secondo la legislazione italiana o quella dello Stato in cui sono stabiliti. In riferimento a tali violazioni la gravità delle stesse sarà discrezionalmente valutata in relazione al singolo caso.
4. I candidati si impegnano ad attestare il possesso di tali requisiti ed a fornire a richiesta tutte le informazioni all'uopo necessarie.
5. Ad ogni livello del sistema, coloro che risultano eletti o nominati componenti degli Organi associativi si impegnano:
  - ad assumere gli incarichi per spirito di servizio verso gli associati, l'Associazione di appartenenza, la "Confcommercio-Imprese per l'Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza" e la società, senza avvalersene per acquisire vantaggi personali;
  - a permettere che siano resi pubblici gli eventuali corrispettivi economici derivanti da gettoni di presenza, indennità, emolumenti e rimborsi percepiti per l'incarico ricevuto ;
  - ad agire secondo rigidi principi di correttezza, integrità, moralità, lealtà, imparzialità, responsabilità, rispetto delle procedure democratiche e del pluralismo delle idee e degli interessi;
  - a comportarsi con la massima autonomia ed indipendenza, prescindendo dalle proprie convinzioni politiche ed appartenenze territoriali o settoriali, in nome degli interessi più ampi degli associati, della Associazione di appartenenza e di Confcommercio Milano;
  - ad applicare le direttive ed i deliberati degli Organi di appartenenza e di

Confcommercio Milano, esprimendo il proprio eventuale disaccordo solo nelle sedi e secondo le procedure statutariamente stabilite, promuovendo la ricerca dell'unità di intenti e della coesione all'interno della Associazione di appartenenza, di Confcommercio Milano e verso l'esterno;

- a fornire al legislatore, alla Pubblica Amministrazione e ad ogni altra Istituzione interessata informazioni corrette e puntuali;
- a fare uso riservato delle informazioni acquisite in ragione del proprio incarico;
- a proporre all'Organo di cui fanno parte idee, progetti ed iniziative conformi alla legge e non suscettibili di procurare vantaggi o privilegi indebiti a se stessi o a terzi;
- a comunicare tempestivamente all'Organo di cui fanno parte qualunque situazione che li possa porre in conflitto di interessi con l'Associazione di appartenenza o con Confcommercio Milano;
- a segnalare all'Organo di cui fanno parte qualunque fatto o atto che possa recare danno o pregiudizio alla Associazione di appartenenza, a Confcommercio Milano ed a qualunque altro livello del sistema;
- a rimettere il proprio mandato qualora, per qualunque motivo personale, professionale o legato all'attività associativa, la propria permanenza in carica possa procurare un danno, anche soltanto di immagine, alla Associazione di appartenenza, a Confcommercio Milano e agli associati;
- a non partecipare, nell'esercizio della propria attività professionale, a procedure di gara, appalti o lavori in genere commissionati dalla Associazione di appartenenza, da Confcommercio Milano e da qualunque altro livello del sistema, se non in assenza di fini di lucro;
- a non assumere incarichi direttivi analoghi in altre associazioni o enti concorrenti o con interessi confliggenti con quelli di Confcommercio Milano.

### ***Art. 5 - Doveri del Presidente***

1. Il Presidente ha la rappresentanza politico-istituzionale dell'Associazione e quindi svolge le fondamentali funzioni di guida, orientamento strategico, impulso e vigilanza sul buon andamento dell'Associazione stessa.
2. Pertanto, il Presidente:

- opera con equilibrio e garantisce il democratico confronto delle opinioni;
- ha rispetto degli altri, agisce con senso di equità e coerenza;
- contribuisce a valorizzare l'Associazione e l'intero sistema, anche attraverso la responsabilizzazione dei singoli e del gruppo;
- promuove la cultura del valore e crea un clima di appartenenza e partecipazione al sistema;
- si propone agli associati come esempio, consapevole che i propri comportamenti rappresentano modello di riferimento per gli altri;
- sviluppa un dialogo continuo e costruttivo con il Segretario Generale, favorendo un processo di reciprocità per la determinazione delle linee orientative e la loro applicazione coerente;
- promuove la valorizzazione delle risorse umane, consapevole che rappresentano il vero patrimonio per lo sviluppo dell'Associazione e dell'intero sistema;
- garantisce che l'autorità sia gestita per produrre valore nell'Associazione, nell'intero sistema e nelle persone;
- garantisce trasparenza e completezza dell'informazione;
- sostiene un forte legame tra individui ed organizzazione, basato su lealtà e fiducia, facendosi carico dello sviluppo dell'Associazione e dell'intero sistema attraverso un forte investimento personale cognitivo, emotivo, relazionale.

### ***Art. 6 - Doveri del Segretario Generale***

1. Il Segretario Generale traduce concretamente gli orientamenti strategici definiti dal Presidente e dagli altri Organi collaborando con essi, assicura la qualità del servizio e delle relazioni, tutela l'immagine della struttura e garantisce la soddisfazione dei diversi interlocutori.
  
2. Pertanto, il Segretario Generale:
  - tramite il dialogo con il Presidente e gli altri Organi contribuisce in maniera determinante alla applicazione delle strategie di sistema;
  - sviluppa scelte di continuo miglioramento delle soluzioni organizzative, di anticipazione della domanda degli associati e di interpretazione dei bisogni e delle opportunità;
  - favorisce la velocizzazione della risposta e la realizzazione di soluzioni

efficaci e innovative, così come la diffusione del *know-how* e la valorizzazione e lo sviluppo competitivo delle risorse;

- considera fondamentale la centralità dell'associato e lo sviluppo del suo benessere;
- ha come valori personali, oltre allo spirito di servizio, la fedeltà e la riservatezza.

#### ***Art. 7 - Doveri dei dirigenti di struttura, dei dipendenti e dei collaboratori***

1. A tutti i livelli del sistema, nonché presso gli organismi associativi costituiti ai diversi livelli e gli enti e le società di loro diretta emanazione o sotto il loro diretto controllo, i dirigenti di struttura, i dipendenti e i collaboratori, quale che sia il loro inquadramento e la natura del rapporto lavorativo, sono tenuti:
  - a rispettare con lealtà e correttezza tutte le decisioni e le norme di carattere organizzativo, gestionale e disciplinare emanate dagli organismi competenti;
  - ad esercitare con pieno impegno le proprie funzioni nel rispetto dei deliberati degli Organi associativi o societari e nell'interesse di Confcommercio Milano e degli associati;
  - a concordare con la struttura di appartenenza eventuali incarichi o rapporti di collaborazione con organizzazioni ed enti esterni al sistema;
  - a mantenere comportamenti che non arrechino a Confcommercio Milano pregiudizio o danno, anche soltanto di immagine, nel rispetto di tutti i doveri previsti, sul piano legislativo e contrattuale, inerenti il rapporto di lavoro.

#### ***Art. 8 - Doveri delle imprese, degli imprenditori e dei lavoratori autonomi titolari del rapporto associativo***

1. Le imprese, gli imprenditori, i professionisti e i lavoratori autonomi che, ai sensi dell'art. 11 dello Statuto di "Confcommercio-Imprese per l'Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza", sono titolari del rapporto associativo, si impegnano a rispettare il presente Codice Etico in ogni loro comportamento, professionale ed associativo, ai fini della salvaguardia dell'interesse generale di Confcommercio Milano.
2. Come imprenditori, professionisti o lavoratori autonomi, i soggetti di cui al comma 1 si impegnano in particolare:



- ad applicare rigorosamente leggi e contratti di lavoro ed a comportarsi con correttezza ed equità di trattamento nei confronti di tutti i propri collaboratori, favorendone la crescita professionale e valorizzandone i meriti;
  - a salvaguardare scrupolosamente la sicurezza sul posto di lavoro ed a tutelare la salute ed il benessere psicofisico dei propri dipendenti e collaboratori;
  - ad agire con correttezza e buona fede all'interno dei mercati e nei confronti di concorrenti e fornitori;
  - a garantire i diritti dei consumatori e ad agire nei loro confronti con la massima trasparenza e correttezza;
  - a tutelare l'ambiente nell'ambito di un progresso economico ecologicamente sostenibile;
  - ad agire con integrità morale e deontologica nei confronti dello Stato, della Pubblica Amministrazione, dei Partiti politici e di ogni altra Istituzione.
3. Come associati, i soggetti di cui al comma 1 si impegnano in particolare:
- a partecipare attivamente alla vita associativa nel rispetto di tutti i fondamentali principi dell'associazionismo libero e democratico;
  - a contribuire alle decisioni associative in piena libertà ed autonomia, senza farsi condizionare da pressioni provenienti dall'interno o dall'esterno di Confcommercio Milano, con l'obiettivo prioritario della tutela più ampia e generale di Confcommercio Milano e comunque sempre esprimendo il massimo rispetto verso le opinioni differenti o dissenzianti;
  - a rispettare sempre e comunque gli orientamenti e le decisioni di Confcommercio Milano assunte attraverso i deliberati degli Organi dirigenti dei diversi livelli del sistema, nel rispetto delle norme statutarie;
  - a non aderire ad altre associazioni con scopi confliggenti con quelli di Confcommercio Milano, e comunque a dare preventiva comunicazione alla propria Associazione di appartenenza della eventuale adesione ad altre associazioni;
  - ad informare la propria Associazione di appartenenza di ogni eventuale modificazione che riguardi il rapporto con Confcommercio Milano o con altri associati;
  - a promuovere l'immagine di Confcommercio Milano tramite il proprio

comportamento, nonché a tutelarla in ogni sede.

### ***Art. 9 - Doveri dei rappresentanti presso enti ed organismi esterni***

1. I rappresentanti di Confcommercio Milano presso enti, istituzioni o società di natura pubblica o privata sono scelti tra gli associati, i dirigenti, i dipendenti, secondo criteri di rappresentatività e competenza, su deliberazione degli Organi competenti.
2. I rappresentanti di Confcommercio Milano sono tenuti:
  - a svolgere il loro mandato nell'interesse dell'ente, istituzione o società in cui vengono designati, nel rispetto degli indirizzi e orientamenti forniti da Confcommercio Milano;
  - ad informare in maniera costante Confcommercio Milano od i livelli competenti del sistema sullo svolgimento del loro mandato;
  - ad assumere gli incarichi per spirito di servizio e non per esclusivi o prevalenti vantaggi personali;
  - a rimettere il mandato qualora non possano per qualsivoglia motivo espletarlo in modo adeguato o per sopravvenute incompatibilità o comunque su richiesta degli Organi dirigenti di Confcommercio Milano che hanno deliberato la designazione;
  - ad informare Confcommercio Milano e a concordare con essa ogni ulteriore incarico presso l'ente, l'istituzione o la società in cui sono stati designati.
3. Prima di accettare l'incarico, coloro che sono stati designati sono tenuti a sottoscrivere una dichiarazione di conoscenza ed accettazione delle norme del presente Codice Etico. Il rifiuto di sottoscrivere la dichiarazione impedisce la nomina.
4. Le Associazioni di Categoria, le Associazioni Territoriali, gli Enti, Istituiti e Organismi aderenti, gli Enti collegati, gli Istituti e gli Organismi promossi, istituiti e/o comunque partecipati da Confcommercio Milano si impegnano a dare comunicazione a “Confcommercio-Imprese per l'Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza”, periodicamente e qualora ne sia fatta richiesta, dei loro rappresentanti in

enti, istituzioni o società.

### **Art. 10 – Rapporti con i media**

1. Confcommercio Milano riconosce ai *media* un ruolo sociale fondamentale nel processo di trasferimento delle informazioni. Per tale ragione ritiene essenziale gestire detti rapporti nel rispetto dei principi di trasparenza, correttezza e verità.
2. Per la univocità e certezza dei rapporti, l'attività di comunicazione e di divulgazione di notizie ai *media* è riservata esclusivamente alle funzioni e/o unità organizzative competenti e alle responsabilità a ciò delegate e devono essere intrattenute nel rispetto della politica di comunicazione definita da Confcommercio Milano.
3. In ogni caso le informazione e le comunicazioni destinate all'esterno dovranno essere accurate, veritiere, complete, univoche e tra loro omogenee.
4. Confcommercio Milano vigila, in ogni caso, affinché le informazioni diffuse siano veritiere, trasparenti e coerenti con le politiche del sistema.
5. È pertanto fatto divieto a tutti gli altri soggetti, ad eccezione di quelli specificamente a ciò delegati, di diffondere comunicazioni o notizie o anche fornire informazioni inerenti al sistema Confcommercio Milano, ai rappresentanti dei *mass media*, società di ricerca e altri enti ad essi assimilabili, né di impegnarsi a fornirle, senza la preventiva autorizzazione dei soggetti a ciò deputati.

### **Art. 11 - Organi di vigilanza**

1. A livello territoriale interprovinciale, sull'applicazione del Codice Etico adottato da "Confcommercio-Imprese per l'Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza" vigila il Collegio dei Probiviri costituito presso la stessa "Confcommercio-Imprese per l'Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza".